



Università
per Stranieri
di Perugia

PROGRAMMA D'ESAME

Laurea Triennale: **Made in Italy, cibo e ospitalità**

Insegnamento: **PROGETTAZIONE DI EVENTI PER LA
PROMOZIONE TURISTICA**

Anno di corso: **III**

Semestre: **I**

Docente: **Silvia Fravolini**

SSD: **SECS-P/07**

CFU: **8**

Carico di lavoro globale: **200 ore**

Ripartizione del carico di lavoro: **53 ore di lezione e 147
ore di studio individuale**

Lingua di insegnamento: **Italiano**

Anno Accademico 2022-2023

PREREQUISITI

Buona conoscenza della lingua italiana. Per studenti non di madrelingua italiana è consigliata la frequenza dei lettori messi a disposizione dall'Università.

Conoscenza dei concetti di base del Marketing ed in particolare del Marketing turistico, che si ritengono acquisiti mediante il preventivo sostenimento degli esami di Marketing del made in Italy (II anno) e di Psicologia del Turismo (II anno).

OBIETTIVI FORMATIVI

Acquisizione delle conoscenze relative all'articolato mondo degli eventi, comprensione delle diverse tipologie e dei possibili obiettivi, conoscenza delle diverse fasi di progettazione e realizzazione di un evento e dei diversi attori che ne fanno parte, acquisizione delle competenze necessarie per utilizzare gli eventi quali strumenti di marketing territoriale ed in particolare di promozione turistica.

Sulla base delle conoscenze acquisite attraverso il corso, lo studente potrà disporre degli strumenti sufficienti per operare e contribuire fattivamente nell'attività di progettazione e realizzazione di un evento, in particolare se di natura enogastronomica o comunque finalizzato alla promozione turistica.

CONTENUTO DEL CORSO

Il corso offrirà una panoramica molto ampia relativa al settore degli eventi, dai grandi eventi mass market agli eventi locali, con numerose case histories che integreranno e rafforzeranno i contenuti di teoria.

Il programma è articolato nei seguenti punti:

- Le diverse classificazioni e tipologie di eventi e l'evoluzione del settore.
- Gli obiettivi connessi all'organizzazione di eventi. In particolare, gli obiettivi di marketing territoriale.
- L'event experience.
- I protagonisti e gli altri stakeholder di un evento.
- Le diverse fasi: ideazione, progettazione, pianificazione, svolgimento e post-eventum.
- Le problematiche di budget.
- Sponsorizzazioni ed event marketing.
- La comunicazione.
- Valutazione degli eventi e misurazione degli impatti, in particolare quello sul territorio.

- Eventi e sostenibilità.
- Le strategie di marketing territoriale basate sugli eventi in una prospettiva di sviluppo turistico.
- Approfondimento relativo all'organizzazione di eventi enogastronomici.

METODI DIDATTICI

Per studenti frequentanti

Il corso si articolerà in lezioni frontali, in cui la teoria sarà integrata da numerose case histories e testimonianze.

È previsto inoltre un project work, avente ad oggetto l'ideazione e la progettazione di un evento.

Per studenti non frequentanti

Tenuto conto di quanto sopra esposto, è raccomandata la frequenza, in quanto consente una preparazione sicuramente più adeguata al raggiungimento degli obiettivi formativi.

Qualora lo studente non possa frequentare, potrà prepararsi con i libri di testo indicati e con i materiali caricati sulla piattaforma digitale di ateneo.

METODI DI ACCERTAMENTO

Per studenti frequentanti e non frequentanti l'esame si svolgerà in forma orale e sarà costituito da quesiti che avranno il fine di verificare il grado di conoscenza degli argomenti affrontati nel corso.

Per gli studenti con DSA, la cui certificazione sia depositata presso la Segreteria Studenti, sono previste misure compensative e/o dispensative. Le richieste saranno valutate caso per caso allo scopo di adattare il programma e le modalità d'esame alle singole esigenze. A tal fine è necessario contattare il docente con congruo anticipo, anche mediante la Commissione disabilità e DSA.

TESTI DI RIFERIMENTO

Per studenti frequentanti

E.Bonetti- R.Cercola- F.Izzo- B.Masiello "Eventi e strategie di marketing territoriale", Franco Angeli 2017 (escluso il cap.9 e il punto 3 del cap.4)

Per studenti non frequentanti

- E.Bonetti- R.Cercola- F.Izzo- B. Masiello "Eventi e strategie di marketing territoriale", Franco Angeli 2017 (escluso il cap.9 e il punto 3 del cap.4)
- S.Ferrari "Event Marketing", CEDAM 2018, (capp. 2-4-5)

TESTI DI CONSULTAZIONE E APPROFONDIMENTO

- S. Ferrari "Event Marketing", CEDAM 2018
- G.G. Scarso-L.Squadrilli "Marketing del gusto", Edizioni LSWR 2016
- P.Travalazzi-P.Regina "Organizzare eventi tra tecnica e cuore", Castelvechi 2017
- U.Collesei-F.Cecchinato-M.Dalle Carbonare "Gli eventi", Franco Angeli 2017
- B.Bracalente-L.Ferrucci "Eventi culturali e sviluppo economico locale", Franco Angeli 2009

ALTRE INFORMAZIONI

Il ricevimento degli studenti avverrà su piattaforma Teams, previo appuntamento concordato via mail all'indirizzo di posta istituzionale silvia.fravolini@unistrapg.it