



Università
per Stranieri
di Perugia

Anno Accademico 2020-2021

PROGRAMMA D'ESAME

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

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

Anno di corso: **III**

Semestre: **II**

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**

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 fino ai piccoli 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.
- *L'event experience.*
- Gli eventi quali strumenti di marketing territoriale.

- Le diverse fasi di realizzazione di un evento: dall'idea, alla progettazione, allo svolgimento operativo.
- I diversi protagonisti dell'evento.
- Le problematiche di budget.
- Sponsorship e fundraising.
- La comunicazione degli eventi.
- L'*Event marketing* delle aziende.
- 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.
- La promozione turistica attraverso le fiere e attraverso altre tipologie di eventi.
- 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 esempi di applicazioni concrete, grazie anche alla testimonianza di alcuni professionisti, sia del settore privato che pubblico, che operano nel mondo degli eventi e che saranno invitati durante il corso.

Sono previste anche alcune esercitazioni.

Qualora le condizioni epidemiologiche lo consentano, si prevede anche la possibilità di una o più lezioni direttamente "sul campo", ovvero la visita di uno o più eventi locali che si svolgano nel periodo interessato.

Per studenti non frequentanti

Tenuto conto di tutto quanto sopra esposto, è caldamente 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, che costituiranno una buona parte di quanto presentato ed approfondito a lezione.

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

Per studenti non frequentanti

- E.Bonetti- R.Cercola- F.Izzo- B. Masiello "*Eventi e strategie di marketing territoriale*", Franco Angeli 2017
- S.Ferrari "*Event Marketing*", CEDAM 2018, cap. 3-4-5

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*", Castelveccchi 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

Per ulteriori informazioni il docente può essere contattato all'indirizzo silvia.fravolini@gmail.com