



Master in *Management* degli *Eventi* *Turismo Congressuale & Incentive Travel*

11.139 avvenimenti organizzati · 20.872.000 congressisti ospitati
34.540.000 presenze stimate nel periodo 1° luglio 2007 - 30 giugno 2008

“Il turismo congressuale si rivela un settore in forte crescita, considerato al terzo posto per quanto riguarda il ritorno economico.” (Osservatorio Congressuale Italiano, 2008)

CERTIFICAZIONE
TRAINING
SISTEMA
GESTIONALE



Events Management Software

SCHEDA MASTER

OBIETTIVI

Le specifiche attività che determinano la capacità di organizzare e gestire una manifestazione congressuale o un evento “chiavi in mano” riguardano le seguenti competenze oggetto di studio nel percorso formativo:

- ideare e progettare il pacchetto del congresso formulato in accordo con le esigenze del committente
- definire il progetto di fattibilità finanziaria
- proporre le varie soluzioni logistiche
- organizzare la fase operativa: contatto con gli sponsor, relatori, stipulazioni contratti e convenzioni con i fornitori
- organizzare momenti di socializzazione e attività di tipo preminentemente turistico per i congressisti
- gestire le attività di comunicazione connesse all'evento e relazionarsi con tutti i soggetti, interni ed esterni coinvolti

FIGURA PROFESSIONALE E CONTESTO LAVORATIVO

La figura professionale in uscita viene identificata in modo diverso a seconda del settore aziendale d'inserimento, in particolare:

- **Responsabile dell'organizzazione di congressi ed eventi** opera all'interno di organizzazioni congressuali (PCO - Professional Congress Organizer) in Italia e all'estero
- **Meeting Planner** è il responsabile della pianificazione dei MICE (Meeting, Convegni, Incentive and Event) e opera all'interno di aziende di ogni tipologia
- **Congress and meeting Manager** opera come manager coordinatore degli eventi congressuali all'interno di Tour Operator, agenzia di viaggio specializzate e strutture alberghiere
- **Consulente** per imprese ed enti sia pubblici che privati interessati alla realizzazione di un evento

SBOCCHI OCCUPAZIONALI

Società per l'organizzazione di congressi ed eventi · Hotel e Catene Alberghiere · Tour Operator nazionali e internazionali · Aziende e Società di grandi dimensioni - Dipartimento Meeting & Congress · Agenzie di viaggi - Tour Organizer · Enti pubblici e privati · Associazioni a livello nazionale e internazionale

DURATA E STAGE

Ha una durata di 7 mesi, di cui 3 mesi di lezione in aula (300 ore) e 4 mesi di stage garantito a tutti i partecipanti.

REQUISITI DI PARTECIPAZIONE

Sono ammessi alle prove di selezione giovani laureandi e laureati, motivati al raggiungimento delle specializzazioni del Corso. Altre candidature saranno oggetto di valutazione e potranno riguardare persone già inserite in ambito professionale o provenienti da altri percorsi formativi.

VOUCHER FORMATIVI

È previsto un voucher formativo a copertura totale della quota di partecipazione con esclusione delle spese di iscrizione e attivazione stage (euro 500).

DOCENTI E METODO DI STUDIO

Il corpo docente è formato da imprenditori e professionisti inseriti in ambiti specialistici del settore congressuale che nel corso della loro esperienza professionale hanno dimostrato profonde competenze e capacità di raggiungere obiettivi eccellenti.

PROJECT WORK

Nella fase finale, i partecipanti sono chiamati a ideare e sviluppare il Project Work. Si tratta di un progetto operativo che integra tutti gli insegnamenti previsti dal Master e consiste nell'ideazione, programmazione e realizzazione di un congresso o evento aziendale. I lavori saranno realizzati in piccoli gruppi e discussi l'ultimo giorno davanti a una commissione di esperti. Il Project si conclude con la premiazione del gruppo vincitore.

STAGE

Dura 4 mesi ed è assicurato a tutti i partecipanti e si svolge presso Società per l'organizzazione di congressi ed eventi, Hotel e Catene Alberghiere, Tour Operator nazionali e internazionali, Aziende e Società di grandi dimensioni - Dipartimento Meeting & Congress, ADV Tour Organizer, Enti pubblici e privati, Associazioni a livello nazionale e internazionale. **Durante il periodo di stage il Centro Studi CTS verificherà i miglioramenti registrati dai partecipanti e il rispetto degli obiettivi formativi.**

ATTESTATI E CERTIFICAZIONI

- Diploma di Master rilasciato dal Centro Studi CTS
- Certificazione Training del Software gestionale SEM2000 per l'organizzazione dei congressi e degli eventi aggregativi.
- Attestato di Comunicazione efficace



SISTEMA DEGLI EVENTI E ORGANIZZAZIONE DEL TURISMO CONGRESSUALE

EVENTI AGGREGATIVI

- Genesi ed evoluzione degli eventi e prospettive future
- Eventi aggregativi e loro caratteristiche
- I referenti tra pubblico e privato

TURISMO CONGRESSUALE E INCENTIVE TRAVEL

- Congressi ■ Meeting
- Convegni ■ Convention
- Incentive travel e sistema impresa

OPERATORI CONGRESSUALI E INTERAZIONI CON IL SISTEMA TURISMO

- OPERATORI CONGRESSUALI E SPECIALISTI
- PCO ■ Meeting Planner
- Congress and meeting Manager

SISTEMA TURISMO

- Tour operator
- Agenzie di viaggio specializzate
- Catene alberghiere ■ Servizi di assistenza

MARKETING COMUNICAZIONE E TERRITORIO

MARKETING CONGRESSUALE

- Il mercato congressuale nazionale ed internazionale
- Analisi della domanda e dell'offerta
- Strumenti di marketing
- I Convention Bureaux e le loro attività a favore dei promotori di eventi
- L'importanza di fare Sistema: i Distretti Congressuali
- I Club di Prodotto nel settore congressuale

COMUNICAZIONE DELL'EVENTO CONGRESSUALE

- Progettazione dell'evento ■ Ufficio stampa
- Piano di Comunicazione ■ Piano Media

GEOGRAFIA DEI CONGRESSI

- Le destinazioni congressuali
- Conference hotels e Venues in Italia
- Fattori di scelta di una località
- La domanda congressuale in Italia
- Tipologie di località italiane che ospitano congressi: Città metropolitane, città d'arte e minori, città turistiche

GREEN MEETING

- Green meeting methodologies



LEGISLAZIONE DEL TURISMO CONGRESSUALE E SISTEMA QUALITÀ

LEGISLAZIONE DEL TURISMO CONGRESSUALE

- Legge Quadro 135/2001 e il D.Lgs. 111/1995
- Sistemi Turistici Locali
- La legislazione sui congressi medici - ECM Educazione continua in Medicina (in conformità al decreto n.229/99)
- Le leggi di tutela dei consumatori e le responsabilità dell'organizzatore dei congressi e del cliente nei confronti del PCO
- La normativa sui viaggi di incentivazione e l'IVA sui congressi
- La legge sulla privacy n.675/1996
- ENIT - La sua azione a favore dei congressi in Italia
- Associazioni di categoria: MPI SITE - FEDERCONGRESSI - AIMP - ITALCONGRESSI ASSI - MEET IN ITALY - PCO ITALIA
- Tipologie di contratti tipo per la gestione dei congressi

SISTEMA QUALITÀ PER L'ORGANIZZAZIONE DEI CONGRESSI

- Customer satisfaction e customer retention dei clienti (committente e congressisti)
- Qualità strategica e sistema congressuale
- Linee guida di qualità dei diversi operatori e fornitori congressuali secondo Italcongressi

GLI ELEMENTI DELL'EVENTO CONGRESSUALE

STRUTTURE

- Palazzi, centri congressuali tradizionali e alberghi congressuali
- Centri fieristici e altre sedi congressuali
- La tecnologia come supporto alla comunicazione congressuale
- Altri fornitori di servizi congressuali

TECNOLOGIA PER I CONGRESSI

- Conference system, traduzioni e videoconferenze

CATERING E RISTORAZIONE

- Il settore Food & Beverage per la congressistica
- Tipologie di ristorazione durante il congresso

REALIZZAZIONE DI UN EVENTO: PROCESSO OPERATIVO A 3 FASI

IDEAZIONE E PIANIFICAZIONE

- Analisi dei soggetti coinvolti
- Definizione degli obiettivi e dei risultati da ottenere
- Financing: budget e preventivo
- Massimizzazione del ritorno dell'investimento come si finanzia un evento aggregativo; le voci e le componenti del budget congressuale
- Sponsorizzazioni
- Predisposizione del piano di attività
- Scelta della location
- Definizione della tempistica
- Suddivisione delle attività

ORGANIZZAZIONE E GESTIONE

- Logistica (data e durata del convegno, luogo, iscrizioni, pratiche e permessi, relatori e ospiti, interpreti e traduttori, alloggio, catering, iniziative ricreative, gestione dei rischi, piano sicurezza, aspetti locali ecc.)
- Promozione (linea grafica, relazioni pubbliche, sito web, stampati e programmi del convegno, poster, inviti, attestati di partecipazione, articoli promozionali, segnaletica ecc.)
- Amministrazione (budget, sponsor, quote di iscrizione, rimborsi e pagamenti)
- Allestimento della sede, preparazione del materiale, coordinamento del gruppo di lavoro

ATTIVITÀ POST-CONGRESSUALI

- Organizzazione (riunioni post-congresso, valutazione delle scelte effettuate, preparazione della relazione del convegno, archiviazione materiale)
- Logistica (invio ai partecipanti gli atti del convegno, report, foto, materiale vario)
- Promozione (relazione finale da parte dell'Ufficio stampa, rassegna stampa dell'evento)
- Amministrazione (verifica dei pagamenti e sollecito dei sospesi, rimborsi e liquidazione compensi ai relatori, pagamento fatture ai fornitori. redazione del consuntivo)

LE 3 FASI APPLICATE ALL'INCENTIVE TRAVEL

- Eventi aziendali e motivazione
- Differenza tra promozione ed incentivazione
- Caratteristiche del mercato incentive
- Specificità dell'incentive

AREA INFORMATICA

SISTEMA INFORMATICO DI GESTIONE DEI CONGRESSI

- Sistema SEM2000 per la gestione completa dei congressi e degli eventi aggregativi in genere e gestione degli abstract e del programma scientifico

APPLICAZIONI MS OFFICE PER LA COMUNICAZIONE COMMERCIALE

- Formattazione e principali applicazioni Word, Excel, Power Point
- Lettere commerciali, report, tabelle e budget
- Trasposizioni in lingua inglese

AREA SVILUPPO PERSONALE E COMUNICAZIONE EFFICACE

I MOTIVI DEL SUCCESSO PERSONALE

- I principi e le tecniche della comunicazione efficace
- Gestioni delle comunicazioni del gruppo
- Public speaking - la capacità di comunicare in pubblico

LINGUA INGLESE COMMERCIALE

- Contestualizzazione linguistica nelle situazioni tipiche afferenti il settore congressuale

