

Sezione 3 – Organizzazione e promozioni di eventi e congressi

Durata (in ore)

200

Ore in aula

200

Ore in laboratorio

0

Tipologia laboratorio

Figura di riferimento

206 - Tecnico della progettazione e organizzazione di manifestazioni congressuali, fiere, convegni.

Struttura del percorso e contenuti formativi

Il percorso formativo è finalizzato ad acquisire conoscenze, abilità e capacità rispetto ad alcune Aree di Attività della Figura Professionale di Tecnico di organizzazione e promozione di eventi e congressi.

Il programma didattico si comporrà di due Unità di Competenza (UC) 'primarie', ovvero della durata di 70 ore cadauna, e di un'UC secondaria di riferimento, della durata di 60 ore, articolate come segue:

1) UC 331 - 161: PROGETTAZIONE ESECUTIVA E PIANIFICAZIONE DELL'EVENTO (70 ORE)

Contenuti:

- caratteristiche e struttura del mercato finanziario per l'utilizzo degli strumenti di raccolta e impiego delle risorse finanziarie
- diritto amministrativo e legislazione locale per l'applicazione di norme e regolamenti collegati all'esercizio di attività per il pubblico
- elementi di contabilità economica e finanziaria
- elementi di controllo di gestione per la misurazione ed il controllo dei costi
- principi di comunicazione d'impresa per gestire la comunicazione relativa alla promozione dell'evento
- principi e tecniche di marketing per la valutazione e l'esame di fattibilità del progetto
- tecniche di progettazione e pianificazione economica per la redazione del budget e la valutazione delle risorse economiche e materiali
- tecniche di reclutamento per la gestione ed il reperimento delle risorse umane da impiegare nelle attività di servizio previste nell'ambito dell'organizzazione

2) UC 333 - 163 ORGANIZZAZIONE E GESTIONE DEI SERVIZI RICETTIVI E RICREATIVI (70 ORE)

Contenuti:

- caratteristiche delle attività ricettive e turistiche per l'organizzazione dei servizi ricreativi e di intrattenimento
- nozioni di contabilità ordinaria per svolgere le pratiche amministrative connesse all'organizzazione
- principi di marketing turistico e dei servizi per promuovere le attività ricreative per i partecipanti
- struttura e organizzazione delle aziende di trasporto e di servizio per organizzare la gestione dei servizi di trasporto
- tecniche di gestione e organizzazione turistica per l'organizzazione dei servizi ricettivi

3) UC 336 – 166 ORGANIZZAZIONE E GESTIONE DELLA SEGRETERIA OPERATIVA (20 ORE)

Contenuti:

- lingue straniere per la gestione della documentazione e delle comunicazioni con la clientela straniera
- nozioni di contabilità generale per la rilevazione dei dati contabili

- regole di funzionamento delle strutture amministrative dell'attività normativa degli enti locali per la gestione delle pratiche di concessione e autorizzazione e per l'eventuale coinvolgimento in sponsorizzazioni

4) UC 338 – 168 ORGANIZZAZIONE E GESTIONE DEI SERVIZI TECNICI (20 ORE)

Contenuti:

- logistica e organizzazione per il controllo degli aspetti logistici ed organizzativi collegati al funzionamento delle attività tecniche e di servizio
- tecniche di allestimento spazi
- tecniche di gestione delle risorse umane per il coordinamento delle attività assegnate ai vari reparti
- utilizzo delle reti telematiche e informatiche per la gestione e la trasmissione delle informazioni

5) UC 339- 169 SEGRETERIA CONGRESSUALE (20 ORE)

Contenuti:

- lingue straniere per la gestione delle conversazioni ed il trattamento della documentazione in lingua straniera
- nozioni di contabilità generale per la gestione dei dati contabili e amministrativi
- strumenti informatici e telematici per la gestione delle informazioni e della documentazione

Attestazione finale

Dichiarazione degli apprendimenti.

Modalità valutazione finale degli apprendimenti

L'attività di monitoraggio consisterà nel verificare, durante la prassi formativa, l'incidenza di 'indicatori' relativi a parametri quanto-qualitativi della qualità formativa erogata rispetto a quella recepita, misurando la soddisfazione delle aspettative, la soluzione di problemi organizzativi, socio-economici o di lavoro e i risultati attesi (per allievi/utenti, docenti, esperti, azienda, tutor, coordinatori).

La fase del monitoraggio pone come obiettivo il controllo costante dell'andamento del percorso formativo sul piano didattico e su quello organizzativo-gestionale e la rilevazione in itinere del livello di partecipazione e di soddisfazione degli allievi attraverso l'osservazione delle dinamiche d'aula da parte di docenti e tutor.

La valutazione degli input comporterà l'analisi delle risorse, economiche e umane, coinvolte nell'espletamento dell'attività formativa; dei metodi, cioè il livello delle performance didattiche dei formatori e del tutor rispetto a standard didattico-professionali; della didattica, cioè l'efficacia-efficienza dei supporti didattici.

Nella fase valutativa, invece, si verifica il grado di apprendimento che ciascun allievo raggiunge al termine dei moduli formativi al fine di valutare il livello di acquisizione delle competenze in termini di conoscenze e capacità. Il punteggio finale dato dalla somma di tutte le verifiche (valutazione intermedia), se uguale o superiore a 70, potrà influenzare il risultato della verifica finale. La valutazione intermedia consentirà allo staff di coordinamento di calibrare ed eventualmente intervenire in caso di mancato raggiungimento del punteggio minimo attraverso interventi di recupero individuale.

La valutazione finale verrà effettuata al termine del percorso formativo mediante la somministrazione agli allievi di questionari a risposta multipla che consentirà di rilevare il grado di padronanza dei saperi e delle competenze trasferite in aula.

Fabbisogno occupazionale

Gli obiettivi e le finalità della proposta progettuale condividono e sono coerenti con quanto stabilito nella documentazione programmatica del Quadro Strategico Nazionale (QSN), secondo cui, le attività di formazione devono garantire lo sviluppo di competenze effettivamente utilizzabili e spendibili, nonché favorire lo sviluppo occupazionale. Allo stesso modo, la qualità progettuale andrà ad incidere non solo sullo sviluppo delle capacità individuali ma anche organizzative. Gli allievi infatti, saranno portatori di Know How innovativi che andranno ad incidere positivamente sullo sviluppo delle strategie aziendali.

Il progetto infatti, non si sofferma solo sui contenuti richiesti dal ruolo, ma soprattutto sugli obiettivi che vuole perseguire.

Il presente piano formativo mira a promuovere azioni di qualificazione del capitale umano facendo della formazione un'opportunità per entrare nel mercato del lavoro, migliorare la posizione professionale degli allievi ed inserirsi in un settore come quello della comunicazione, pubblicità e pubbliche relazioni.

All'interno delle aziende operanti nel settore organizzazione fiere e congressi, il profilo professionale si colloca nell'ambito dell'area produttiva, assumendo ruoli di maggiore o minore responsabilità in base all'esperienza acquisita. Può operare inizialmente in affiancamento al responsabile produttivo e gestire le fasi operative del progetto. Coordina e controlla le attività ed il personale dell'area organizzativo-amministrativa e di quella logistica. Si occupa della predisposizione e fornitura dei servizi tecnici ausiliari (traduzioni, interpretariato, assistenza clienti, ecc ...) anche riferendosi a personale o strutture esterne. Si occupa inoltre della fase promozionale trasmettendo informazioni agli organi di stampa. I principali contatti intrapresi da questa figura sono con la committenza (pubblica o privata), i fornitori di servizi, i responsabili delle strutture ospitanti il congresso, i responsabili di enti, associazioni, gli sponsor che possono essere coinvolti nell'iniziativa. È il referente diretto del Cliente che richiede il servizio e assieme a questo elabora il progetto organizzativo dell'evento, definendo tempi e metodologie di realizzazione, quantificando i servizi e valutando le opportunità di collocazione ambientale in funzione degli obiettivi e delle esigenze del Cliente.

I principali sbocchi occupazionali sono: nelle aziende di servizi, con particolare riferimento alle Agenzie di Comunicazione, alle Agenzie di Pubbliche Relazioni. Altre opportunità si realizzano nel settore turistico e culturale, in relazione alla realizzazione di eventi promozionali e/o soggiorni di gruppo, come anche all'interno di catene alberghiere o enti pubblici e organizzazioni istituzionali. Lavora inoltre anche come freelance attraverso forme di collaborazione con varie Agenzie di Servizi.