**PROGRAMMA DIDATTICO**

**Prof.ssa Giusy Caroppo**

**SETTORE ARTISTICO: MARKETING E MANAGEMENT**

**CAMPO DISCIPLINARE: Organizzazione grandi eventi**

**Descrizione**

Il corso prevede l’approfondimento degli eventi artistici e culturali, nelle differenti forme, dimensioni e connotazioni, fornendo tutte le conoscenze per organizzare un “grande evento” e promuoverlo, dalla fase di progettazione, fundrasing e gestione dei budget, alla relazione strategica con l'utenza, sia in termini di marketing che rispetto alle nuove sfide di audience development ed engagement, approfondendo il tema del ruolo oggi rivestito dai grandi eventi e dagli eventi speciali quali strumenti vincenti di comunicazione.

I grandi eventi rappresentano, infatti, efficaci leve di marketing territoriale e urbano, oltre che turistico e costituiscono straordinaria ricchezza per città e territori in quanto, spesso, espressione d'identità e di comunità, di narrazioni e nuovi linguaggi creativi, occupando un posto rilevante nelle politiche sociali e urbane, soprattutto degli enti pubblici; anche le imprese private, attraverso iniziative di event marketing, legano il proprio nome a grandi manifestazioni per ottenere rilevanti vantaggi competitivi.

Festival, feste, azioni performative, mostre, costruiti attorno a luoghi e ricorrenze storici, con obiettivi e contenuti artistico-culturali e da progettualità dinamiche, richiedono consapevolezze, metodi e competenze.  È questo il caso di eventi di grande richiamo, sia di carattere locale, come le Notti Bianche, sia quelli di carattere identitario (in Puglia, La Disfida di Barletta, il Corteo di San Nicola, La Focara, La notte della Taranta…), grandi mostre, fiere e rassegne d’arte, sfilate di moda, meeting culturali, eventi teatrali, festival di differenti discipline, convegni, anche tutte quelle iniziative legate alla promozione di un prodotto.

**Argomenti delle lezioni sono:**

* Organizzazione e tipologie di eventi: Case histories
* Progettazione dell'evento
* L’allestimento
* Lo spazio pubblico, i luoghi non convenzionali; Legislazione
* Il committente pubblico, il committente privato
* Il budget
* Marketing e comunicazione pubblica
* Graphic communication
* Web editing e social media
* Workshop: ideazione e scrittura di un evento culturale. Presentazione dell'evento progettato

**Testi/Bibliografia**

* [Lucio Argano, Alessandro Bollo](https://www.amazon.it/Organizzare-culturali-Ideazione-progettazione-strategica/dp/8891761478/ref=sr_1_1?keywords=organizzare+un+evento&qid=1583259700&s=books&sr=1-1)  - ORGANIZZARE EVENTI CULTURALI. IDEAZIONE, PROGETTAZIONE E GESTIONE STRATEGICA DEL PUBBLICO - Franco Angeli ed. , 1917

## Sonia Ferrari- EVENT MARKETING. I GRANDI EVENTI E GLI EVENTI SPECIALI COME STRUMENTI DI MARKETING  - Walters Kluwer, 2018

* Alfredo Accatino - **THE EVENTS MASTER. TECNICHE, PAROLE, SEGRETI E TRUCCHI DEL MERCATO DEGLI EVENTI** - ACD group, 2015
* [**Benedetta Dalai**](https://www.ibs.it/libri/autori/benedetta-dalai) **- EVENTI. DAL CONCEPT ALLA REALIZZAZIONE. LA CREAZIONE DELL’ALLESTIMENTO SCENICO** - [Audino](https://www.ibs.it/libri/editori/audino) (collana Manuali di Script), 2019

**Consultazione in aula**

* Cataloghi WATERSHED, 2012 , Giusy Caroppo, Rotas, 2013; INTRAMOENIA EXTRA ART (collana 5 cataloghi), Giusy Caroppo, Rotas, 2005/2010;
* Video-documenti di grandi eventi pubblici di spettacolo, arte, identitari