

**Master Universitario in PROGETTAZIONE E MANAGEMENT DEL  
MULTIMEDIA PER LA COMUNICAZIONE –  
A.A. 2021/2022**

Titolo della tesi: **Event Marketing: le fasi di progettazione e promozione di un Congresso Medico. Una proposta di strategia comunicativa. Case Study: 3° Congresso Nazionale FNOPO.**

Autore: **Mara Grosso**

**Abstract**

Il presente lavoro ha come obiettivo lo studio del marketing di un evento, in particolare un congresso, con un'attenzione particolare a quella che è la domanda di tesi, ossia: come posso comunicare in modo efficace un evento?

Il lavoro di tesi si compone di tre capitoli.

Il Capitolo I è dedicato alla descrizione teorica del concetto di evento a partire dall'etimologia e dalla definizione del termine, per poi passare a delinearne le varie tipologie. Successivamente sono stati enunciati gli stakeholders di un evento, con un approfondimento sulle nuove specializzazioni che si sono rese necessarie come conseguenza al rapido e continuo sviluppo tecnologico. Infine si è ritenuto rilevante, ai fini della domanda di tesi, riservare un paragrafo all'evoluzione degli eventi e della loro comunicazione dovuta al recentissimo e ancora molto attuale impatto del Covid-19.

Il Capitolo II si propone di approfondire la comunicazione di un particolare tipo di evento, il congresso. Dopo aver identificato le motivazioni per cui è importante comunicare un congresso, in particolare un congresso medico, è stato definito, a livello concettuale, il piano di comunicazione. Infine è stata fatta una panoramica di tutti gli strumenti di comunicazione utilizzati come canali per promuovere un congresso.

Il Capitolo III, che conclude questo elaborato, riporta la mia esperienza di tirocinio nell'azienda Staff P&P srl, Provider Ecm Standard, specializzato nella progettazione e nella realizzazione di corsi di formazione ECM. Staff P&P, inoltre, è a disposizione del committente per l'intera gestione del progetto. Ho potuto, infatti, prendere parte ad ogni aspetto della strutturazione di un evento: ricerca location congressuali e allestimento, organizzazione piani di viaggio e ospitalità, gestione delle iscrizioni, segreteria amministrativa e logistica, studio della strategia comunicativa. Nello specifico, essendo stata inserita come risorsa all'interno dell'Ufficio di Comunicazione e Marketing, mi è stato chiesto di realizzare in autonomia un piano di comunicazione per promuovere un congresso, nello specifico il 3° Congresso Nazionale FNOPO e di occuparmi, come Account, delle relazioni con l'esterno, in particolare con il Comitato Scientifico, le Autorità e i Relatori del Congresso. In questo capitolo si ripercorrono tutte le fasi del Congresso, dalla sua pianificazione alla fase di follow-up, con il report conclusivo. Un ampio spazio è riservato alla strategia comunicativa da me proposta e pensata, lavorando in sinergia con l'Agenzia Creativa "Paolina" per quanto riguarda la realizzazione della visual identity.