**NOME E COGNOME……………………………………………. DATA………………….**

**POR PUGLIA FESR – FSE 2014 – 2020**

**ASSE X - Avviso Pubblico n. 6/FSE/2017, DGR n. 1417 del 05/09/2017 (BURP n. 107/2017)**

**Corso ITS VII Ciclo “Tecnico superiore per la Valorizzazione delle**

**Produzioni Locali di Qualità”**

**(Acronimo: AGRO LOCAL QUALITY)**

**Modulo: Organizzazione e gestione di tour enogastronomici**

**Docente: Dott.ssa Maria Elisabetta Carrozzo**

1. **-** **Per la progettazione di qualsiasi evento, così come per la progettazione di un tour eno gastronomico, c’è una sequenza di fasi da seguire. Queste sono: l’analisi della fattibilità dell’evento, l’analisi delle valenze strategiche, la determinazione della location e del periodo, la determinazione delle linee guida produttive e ...**

a) La documentazione di progetto

b) Il piano economico

c) La ricerca dell’ufficio stampa

1. **Durante la verifica della fattibilità dell’evento, si fa l’analisi dell’idea progetto da più punti, tutti ugualmente importanti: l’organizzazione tecnico-logistica, l’aspetto economico finanziario e quello relativo …**

a) Al marketing ed alla comunicazione

b) All’ideazione della campagna pubblicitaria

c) Alla produzione del materiale pubblicitario

1. **Nella fase di attivazione del progetto, possiamo decidere di avviarlo oppure no. In questo caso, quali sono i motivi per decidere di abbandonarlo definitivamente?**

a) Necessita di minimi aggiustamenti

b) Vanno modificate struttura e/o obiettivi

c) Sussistono forti condizionamenti che ne alterano completamente le caratteristiche

1. **Continuiamo ad analizzare la fattibilità. La nostra idea creativa inizia a prendere forma, cosa ci serve per realizzarla ?**

a) La nostra struttura è in grado di coordinare tutti i processi organizzativi

b) Le risorse umane, sia in qualità che in quantità, hanno le competenze necessarie

c) Abbiamo un timing di produzione congruo e realistico

1. **Verifichiamo ora la location individuata. Quali caratteristiche deve avere?**
2. La facilità di accesso e di allestimento
3. E’ predisposta con apparecchiature tecnologiche particolari
4. Tutte le condizioni tecniche e logistiche, oltre agli standard di sicurezza
5. **Dal punto di vista economico-finanziario, cosa deve essere chiaro immediatamente?**
6. Struttura dei costi, budget a disposizione , forme e fonti di ricavo
7. Analisi di fattibilità
8. Piano di fund-raising
9. **Il marketing ha un compito specifico dai cui dipende la riuscita dell’evento. Deve quindi ...**
10. Individuare il target
11. Individuare il periodo
12. Individuare la location
13. **Abbiamo detto che, l’analisi delle opzioni strategiche consente di definire la valenza strategica dell’evento. In questo modo potremo individuare i punti di forza e di debolezza, così come le opportunità e le minacce, cioè i vantaggi o meno che possono provenire dalla realizzazione dell’evento. Questa analisi si chiama …**
14. SWOT analisys
15. SLOT analisys
16. SPOT analisys
17. **L’analisi consente di individuare possibili minacce insite nella realizzazione dell’evento oppure quei vincoli che possono pregiudicare tanto l’attuazione che il successo. Quali sono gli aspetti che provengono dall’interno ?**
18. Forze ed opportunità
19. Forze e debolezze
20. Forze e minacce
21. **E quali dall’esterno?**
22. Opportunità e forze
23. Opportunità e minacce
24. Opportunità e debolezze
25. **I punti di forza e le opportunità devono essere massimizzati. Essi rappresentano un elemento dialettico e di confronto con le istituzioni e con possibili finanziatori. Ma possono, soprattutto, essere validi elementi per la comunicazione e la promozione del progetto verso l’interno e verso l’esterno. Cioè verso….**
26. Team di progetto, target e stakeholders
27. Istituti previdenziali e banche
28. Dipendenti e fornitori
29. **La location ha un’importanza non trascurabile, una volta chiaro il progetto, questa deve essere …**
30. coerente e compatibile con la struttura dell’evento
31. di proprietà
32. facilmente raggiungibile
33. **Per valutare al meglio la location, l’idea progetto ci fornisce tutti gli elementi necessari, quali lo spazio deputato per il setting, quello delimitato per una certa attività, presenza di ambienti vari da destinare ad altro, ecc. Cosa conviene fare per avere un quadro completo?**
34. Rilevare planimetrie, volumi, altezze e superfici utili
35. Rivolgersi ad un tecnico
36. Trovare un compromesso
37. **Il periodo in cui si terrà l’evento, si sceglie in base ad una serie di valutazioni:**
38. Cadenza, durata e concomitanza
39. Cadenza e meteo
40. Meteo, durata e cadenza
41. **Si passa alla fase produttiva. Di cosa si occuperà il soggetto titolare del progetto?**
42. Della strategia e delle garanzie
43. Della governance in generale
44. Del coordinamento e del controllo dei risultati
45. **Quando si opta per un parternariato, due o più soggetti si mettono assieme per realizzare un evento. Cosa possono apportare, tanto in modo paritetico che differenziato?**
46. Mezzi e persone,
47. denaro, know-how,ecc.
48. a) + b)
49. **Sono molteplici i vantaggi di un parternariato, tra questi ricordiamo l’importanza di:**
50. Frazionamento dei rischi sul piano organizzativo e dei costi
51. sinergie di risorse organizzative, tecniche, economiche e finanziarie, ma anche artistiche e creative
52. opportunità di disporre di know-how e know what altamente specialistici e diversamente non reperibili
53. **.Cos’è un network di progetto?**
54. Forme di partenariati estesi, vere e proprie reti di stakeholder
55. Una rete di servizi attivata per migliorarne la gestione
56. Una rete commerciale destinata a sviluppare un mercato più ampio
57. **Per quello che riguarda la comunicazione, abbiamo due direzioni da seguire:**
58. Verso l’interno (team di progetto) e verso l’esterno (istituzioni, partner, fornitori, media, utenti, ecc)
59. Verso la committenza ed i finanziatori
60. Verso il progettista e i media in generale
61. **Tutto il progetto deve essere redatto:**
62. In una forma semplificata
63. In una forma ampia e dettagliata
64. In entrambi i modi da usare in base all’interlocutore

----------GRIGLIA DI CORREZZIONE 1----------

**N.B. 1 punto** per ogni risposta corretta;

**1. A**

**2. A**

**3. C**

**4. A B C**

**5. C**

**6. A**

**7. A**

**8. A**

**9. B**

**10. B**

**11. A**

**12. A**

**13.A**

**14. A**

**15. B**

**16. C**

**17. A B C**

**18. A**

**19.A**

**20. C**