# MASTER IN PROGETTAZIONE ED ORGANIZZAZIONE DI EVENTI

## IX EDIZIONE

Il Master è frutto della collaborazione tra **Delta Comunicazione s.r.l.**, l'azienda italiana di Formazione, Comunicazione ed Editoria e **Procult**, associazione che da 11 anni organizza in Italia **MArteLive.** Giunto con grandi risultati sul piano della formazione ed in meno di tre anni già alla sua IX edizione, il Master intende trasmettere a tutti i partecipanti gli strumenti tecnici necessari per poter, sin da subito, essere in grado di progettare ed organizzare eventi di varia tipologia.

Con un **programma unico** in Italia e **costantemente aggiornato** alle nuove esigenze del mercato già dalla precedente edizione, il Master è stato arricchito da **tre moduli fondamentali** dedicati rispettivamente a: i criteri per l'**organizzazione di eventi sostenibili** attraverso la riduzione dell'impatto ambientale nelle fasi di progettazione, erogazione e post-produzione di un evento; alle **strategie di marketing turistico** attraverso la progettazione e la promozione di eventi culturali; ed all'**organizzazione di eventi congressuali**. La novità della IX edizione è un modulo dedicato alla conoscenza delle **strategie di promozione dell'evento attraverso il web**, dotato di infinite risorse di marketing e comunicazione, sia gratuite che a pagamento: dall'utilizzo delle Adwords ai social network, dalle directory per i comunicati stampa, all'Article marketing, all'ottimizzazione delle proprie news sui motori di ricerca. Il modulo affronterà tutte le possibilità di veicolare i messaggi promozionali di un evento, inclusi quelli relativi alla relativa campagna di fund raising.

Ampio spazio sarà dedicato alle **tecniche di raccolta sponsors** privati e pubblici, nonché all'**ufficio stampa** ed alla **legislazione del settore**. Il programma è inoltre arricchito da due format esclusivi di Delta Comunicazione, in grado entrambi di conferire un valore aggiunto alla professione dell'organizzatore di eventi: il modulo sulla **progettazione di allestimenti multimediali** e quello sulle regole del **Cerimoniale**. Nella fase finale del Master, attraverso un **project work di cinque giornate sotto la guida dei docenti**, ogni partecipante sarà impegnato in un'**esperienza professionalizzante** in materia di progettazione, produzione e pianificazione dell'allestimento di un evento, con la messa a punto del relativo piano di comunicazione strategica. L'**assoluta valenza operativa** del Master è confermata anche dalla presenza di un modulo interamente dedicato alle procedure ed alle leggi attraverso le quali fondare un ente, una associazione o una azienda: questo modulo ha, difatti, lo scopo di informare e, dunque, di indirizzare ciascun discente verso la migliore soluzione per "**mettersi in proprio**" **nell'ambito dell'organizzazione di eventi**.

Il Master, inoltre, offre a tutti i partecipanti la notevole opportunità di effettuare uno **stage** presso varie strutture italiane particolarmente impegnate nel settore degli eventi, tra cui lo stesso **MArteLive, MEI - Meeting delle Etichette Indipendenti, Artmosfera, Scatola sonora - musicisti associati**.

Il Master inizierà il **23 ottobre 2010** e si terrà nei weekend fino al **12 marzo 2011**. L'aula è **a numero chiuso** – max. 12 partecipanti - al fine di dare l'opportunità a ciascun discente di svolgere attivamente ed in prima persona le numerose simulazioni ed esercitazioni previste dal programma didattico. Le iscrizioni sono aperte a laureati e diplomati previo il superamento di una selezione che potrà essere **effettuata sia a distanza** che **presso la sede didattica** di Roma in Via di Sommacampagna, 9 (zona Termini). Le prossime date per effettuare la selezione in sede sono **11 settembre, 18 settembre, 25 settembre e 9 ottobre 2010.** E' possibile prenotarsi alla selezione inviando via fax o via mail l'apposito modulo. La **procedura di selezione a distanza**, invece, prevede la compilazione da parte del candidato di un questionario conoscitivo inviato via mail e di una successiva intervista telefonica con il Responsabile delle Selezioni. E' possibile richiedere il questionario all'indirizzo info@deltacomunicazione.com o telefonando al Numero Verde gratuito 800.910.316.

## Obiettivi

Il **Master** in **Progettazione ed Organizzazione di Eventi** è strutturato per formare delle figure professionali in grado di:

- Condurre un'analisi del territorio nel quale intervenire con la progettazione dell'evento e saperne interpretare le esigenze e le aspettative per tradurle in proposte progettuali.
- Ideare, progettare ed organizzare l'evento nelle sue 3 fasi: progettazione, svolgimento e post-produzione.
- Pianificare la programmazione dell'evento secondo una logica di marketing territoriale.
- Saper pianificare e condurre una compagna di raccolta fondi presso la totalità degli stakeholder, siano essi sponsor privati che interlocutori pubblici.
- Formulare progetti per accedere ai finanziamenti europei, in particolare quelli inerenti al bando Cultura 2007-2013.
- Creare attraverso collaborazioni, patrocini e finanziamenti, una fitta rete di partnership pubbliche e private ove inserire il proprio evento.
- Gestire autonomamente un Ufficio Stampa interno all'organizzazione.
- Conoscere e saper intuire le migliori strategie di marketing e comunicazione sul web.
- Conoscere ed usufruire dei canali di pubblicizzazione, gratuiti ed a pagamento.
- Conoscere le norme e le leggi inerenti alla propria struttura e all'evento.
- Progettare un allestimento multimediale e non, conoscendo gli strumenti per un'ottimizzazione delle risorse economiche e logistiche.
- Conoscere le regole e le soluzioni organizzative dettate dal Cerimoniale.
- Conoscere i criteri su cui impostare procedure organizzative ecosostenibili.
- Comporre e coordinare il proprio Team organizzatore e lo staff interno ed esterno.

## A chi è rivolto

Per la sua connotazione strettamente tecnica e specifica, il Master è rivolto a laureati o diplomati che intendano seriamente intraprendere un cammino professionale nell'ambito dell'organizzazione di eventi. Proprio per il suo carattere tecnico ed esperienziale, il Master è ottimale anche per i professionisti dell'event management che vogliano acquisire o approfondire conoscenze specifiche della loro professione.

## Sbocchi professionali

Il Master permette di acquisire competenze specifiche dell'event management, con apertura all'intero mercato delle aziende, agenzie ed associazioni organizzatrici di eventi.

## Stage

E' prevista la possibilità per tutti i partecipanti al Master di effettuare uno stage presso enti, aziende ed associazioni del territorio nazionale tra cui: **MArteLive**, **MEI Meeting delle Etichette Indipendenti**, **Artmosfera, Scatola sonora - musicisti associati**.

## Programma e calendario didattico

**Il Master è articolato in 15 moduli** distribuiti nei week-end dal **23 ottobre 2010** al **12 marzo 2011** con orario **10.30 - 17.30**. I week-end consecutivi saranno alternati da un week-end di pausa per consentire un'efficace assimilazione graduale delle nozioni tecniche e teoriche e uno svolgimento ottimale delle ore di studio individuale.

**Il programma prevede in totale 255 ore** suddivise in **189 ore** in aula + **66 ore** di studio individuale. Il periodo dedicato allo **stage**, della durata minima di **tre mesi**, ha un monte ore variabile, in relazione alla disponibilità logistica del tirocinante e della struttura ospitante.

**I Modulo 23 – 24 ottobre** *Dall'idea alla fase progettuale*
**II Modulo 6 – 7 novembre** *L'organizzazione di un evento*
**III Modulo 13 – 14 novembre** *Strategie di marketing e pubblicità*
**IV Modulo 27 novembre** *Eventi culturali strumenti del marketing turistico*
**V Modulo 28 novembre** *L'organizzazione di eventi congressuali*
**VI Modulo 4 – 5 dicembre** *La legislazione del settore*
**VII Modulo 18 – 19 dicembre** *Il reperimento di fondi: tecniche di fund raising*
**VIII Modulo 8 – 9 gennaio** *L'importanza dell'ufficio stampa*
**IX Modulo 15 gennaio** *Marketing e Comunicazione attraverso il web*
**X Modulo 16 gennaio** *I fondi europei: europrogettazione*
**XI Modulo 29 – 30 gennaio** *Allestimento di varie tipologie di evento*
**XII Modulo 5 – 6 febbraio** *Le regole del Cerimoniale di un evento*
**XIII Modulo 19 febbraio** *Organizzazione di eventi sostenibili*
**XIV Modulo 20 – 26 – 27 febbraio – 5 – 6 marzo** *Project work*
**XV Modulo 12 marzo** *Guida all'imprenditoria e Orientamento professionale*

| | |
|---|---|
| **I MODULO**<br><br>**Dall'idea alla fase progettuale** | Il mercato dell'event management<br>L'industria culturale<br>Le diverse tipologie di eventi<br>La stesura del progetto<br>Tecniche di Project management |
| **II MODULO** | Gli aspetti organizzativi<br>La composizione dello staff |

| | |
|---|---|
| **L'organizzazione di un evento** | La gestione delle risorse umane<br>I fornitori<br>Il network<br>Le attività collaterali<br>Il piano economico |
| **III MODULO**<br><br>**Strategie di marketing e pubblicità** | Marketing dell'evento<br>La pubblicizzazione di un evento<br>Il corredo grafico e la post-produzione |
| **IV MODULO**<br><br>**Eventi culturali strumenti del marketing turistico** | Elementi di legislazione sul turismo<br>Il Concetto di "cultura". La cultura come strumento strategico di valorizzazione del territorio<br>Turismo e Turismo Culturale<br>Turismo: statistiche, trend, valutazione dei flussi turistici<br>Politiche nazionali e Politiche territoriali<br>Segmentazione del settore turistico: operatori e turisti<br>Strumenti di Marketing Territoriale: card, accordi, eventi, percorsi, comunicazione, etc.<br>Case History |
| **V MODULO**<br><br>**L'organizzazione di eventi congressuali** | Il mercato Congressuale in Italia: caratteristiche<br>Analisi del mercato Congressuale: domanda e offerta<br>Le quattro fasi organizzative di un congresso<br>Classificazione delle riunioni: deliberative e non deliberative<br>Caratteristiche differenziali |
| **VI MODULO**<br><br>**La legislazione del settore** | Le norme e le leggi inerenti al settore culturale<br>La contrattualistica<br>La stipulazione di una assicurazione<br>I rapporti con la S.I.A.E. |
| **VII MODULO**<br><br>**Il reperimento di fondi: tecniche di Fund Raising** | Cos'è il Fund Raising<br>Fund Raising verso soggetti privati<br>Analisi dei soggetti e tecniche di comunicazione<br>Fund Raising verso soggetti pubblici |
| **VIII MODULO**<br><br>**L'importanza dell'Ufficio Stampa** | Ufficio Stampa per gli eventi culturali<br>Storia della professione<br>L'Ufficio stampa oggi<br>**Tecniche di Ufficio Stampa**<br>L'addetto stampa: ruoli e funzioni<br>Lo scenario operativo dell'Ufficio stampa<br>Il ruolo della comunicazione pubblica nei nuovi assetti istituzionali: legge 150/2000 |

| | |
|---|---|
| | **Il messaggio da comunicare:**<br>"Confezionare" la notizia<br>L'uso dei sondaggi e dei dati - la creatività<br>Cosa non comunicare<br>Linee editoriali, logiche dei media<br>La strategia di comunicazione dietro l'Ufficio stampa<br>**Approccio alla professione**<br>Implementazione di un piano di comunicazione esterna<br>Il comunicato<br>La cartella stampa<br>**Aspetti organizzativi di un ufficio stampa aziendale/PA:**<br>Materiale d'archivio, monitoraggio, rassegna stampa<br>**Le principali applicazioni dell'Ufficio stampa:**<br>La conferenza stampa<br>Altre tipologie degli eventi : congressi, convegni, conferenze,colloqui, panel, simposi, convention, corporate meeting, gruppi di lavoro, tavole rotonde, forum, workshop, eventi Culturali: gestire la comunicazione globale.<br>La struttura operativa ed i tempi organizzativi-produttivi dei media<br>I piani di comunicazione interna ed esterna all'ente/azienda |
| **IX MODULO**<br><br>**Strategie di Marketing e Comunicazione attraverso il web** | Il mercato della comunicazione online<br>Comunicare un evento su internet<br>Come progettare un piano di comunicazione online<br>Comunicare su un sito web: personale, aziendale, e-commerce, istituzionale<br>Article marketing e comunicati stampa per l'evento: differenti utilità<br>Come funziona Google: capirlo per capire<br>SEO: visibilità naturale su Google<br>SEM: visibilità a pagamento su Google<br>Viral & Buzz Marketing: contaminare la rete<br>Brand Monitoring e Reputation: costruire la propria reputazione online<br>Web Co-marketing: condividere è meglio che conservare<br>Strumenti gratuiti online e fonti di aggiornamento<br>Social Network: non solo Facebook<br>Microblog: il potere di Twitter<br>YouTube: il fenomeno del web<br>Nuove figure professionali del web |
| **X MODULO**<br><br>**I fondi europei: europrogettazione** | I programmi comunitari<br>Il bando Cultura 2007-2013<br>La compilazione del progetto/formulario<br>La rendicontazione economico – finanziaria |
| **XI MODULO**<br><br>**Allestimento di diverse tipologie di eventi** | Progettazione ed esigenze artistiche<br>Progettazione ed esigenze tecniche<br>La strumentazione tecnica: audiovisivi, luci, materiali di scena<br>Compilare la scheda tecnica dell'allestimento multimediale<br>I linguaggi multimediali |

| | |
|---|---|
| | Le contromisure nell'allestimento: il "piano B"<br>L'ottimizzazione dell'allestimento in base alle risorse<br>Utilizzo di software di progettazione digitale |
| **XII MODULO**<br><br>**Le regole del Cerimoniale** | Principi e fondamenti del Cerimoniale<br>L'ordine delle precedenze nelle cariche pubbliche (dall'Unione Europea agli Enti territoriali)<br>La vita di rappresentanza formale dell'ente e dei titolari delle cariche: visite ufficiali e di cortesia; riunioni e visite di lavoro<br>Firme di accordi, protocolli e patti d'intesa<br>Inaugurazioni di mostre, fiere, impianti<br>Rapporti con le Autorità di sicurezza; rapporti con l'Ufficio Stampa<br>Servizi d'onore e onorificenze<br>Libro degli ospiti d'onore<br>I doni, i premi e le spese di rappresentanza.<br>L'indirizzario del cerimoniale, le lettere e i messaggi<br>L'uso delle bandiere e dei gonfaloni<br>I gemellaggi, i patrocini e i Comitati d'Onore<br>Le tipologie e le fasi delle cerimonie: programmazione; organizzazione; allestimento e svolgimento<br>Redazione del programma e degli inviti<br>Selezione invitati e indirizzario dell'evento<br>Scelta e preparazione del luogo con gli arredi e le attrezzature necessarie<br>Accoglienza dei partecipanti e ospitalità<br>Assegnazione dei posti al tavolo di presidenza e nella sala<br>Ordine dei discorsi.Briefing con gli addetti alla cerimonia<br>**Esercitazione pratica**<br>Gli incontri conviviali:scelta del luogo e allestimento della sala<br>Inviti ed invitati<br>Arredo del tavolo, apparecchiatura e servizio<br>Scelta e stampa del menu<br>Posizionamento ai tavoli secondo l'ordine delle precedenze<br>Gli abiti nelle occasioni di rappresentanza |
| **XIII MODULO**<br><br>**Organizzazione di eventi sostenibili** | Cos'è un evento sostenibile<br>Importanza degli eventi sostenibili per la PA e le imprese<br>Ridurre gli impatti ambientali nelle tre fasi organizzative<br>Sostenibilità nella fase organizzativa dell'evento: gestione della segreteria, scelta dei fornitori<br>Sostenibilità nella fase di erogazione dell'evento<br>Sostenibilità nella fase post-evento<br>Link utili e case history |
| **XIV MODULO**<br><br>**Project work** | Dall'idea alla progettazione<br>Pianificazione organizzativa<br>Produzione di documentazione esterna ed interna<br>Progettazione dell'allestimento<br>Sopralluogo della location<br>Piano di comunicazione |

| | |
|---|---|
| **XV MODULO**<br><br>**Guida all'imprenditoria e Orientamento professionale** | L'imprenditoria per l'organizzazione di eventi<br>I finanziamenti a disposizione<br>Il business plan<br>Case History<br>Redazione del cv e self-marketing<br>Orientamento<br>Test finale |

In linea con il metodo didattico di Delta Comunicazione, la Direzione Master potrà apportare miglioramenti nel programma e nella distribuzione dei singoli moduli, per favorire una didattica più idonea alle esigenze dei partecipanti, valutate in base all'analisi dei curricula e nel corso delle selezioni d'ammissione.

## Partner

Procult – MarteLive

Pegasus - Progetti di Marketing Territoriale

Artmosfera

M.E.I. - Meeting delle Etichette Indipendenti

Scatola sonora - Musicisti associati

## Attestato

Al termine del percorso formativo, i partecipanti riceveranno l'Attestato di Conseguimento Master, qualificato strumento di presentazione nel mercato del lavoro.

## Docenti

**Simona Rotondi**

Ricercatrice sociale e consulente aziendale per la progettazione sociale e la raccolta fondi presso molteplici enti tra cui Ministero delle Politiche sociali, Ergoteam, Forum Nazionale dei Giovani, Associazione Cesar, Cirss, Erfap Lazio, WWF Italia, Cesc Project, Luiss, Fondo For.te, European Development Consulting, Campus web, Etnolab, Università La Sapienza di Roma, Consorzio Innopolis, Capitale Lavoro, Provincia di Roma, Anffas Nazionale, Uildm, Foai.
E' presidente del CFR (Centro per la formazione e la ricerca) e consigliere del Consorzio Innopolis. Specializzata in Management delle Organizzazioni del Terzo Settore, in Metodologia e tecnica della ricerca sociale, in Progettazione sociale e in Gestione dei Processi Formativi. Ha coordinato numerosi progetti di ricerca, sia nel Lazio che a livello nazionale.

**Guendalina Iafrate**

Formatrice, docente in Master post-laurea presso diversi Istituti di alta formazione a Roma (UET

Università Europea del Turismo, IED Istituto Europeo del Design, Delta Comunicazione, GEMA Gestioni e Management) nell'area Marketing e Comunicazione. Svolge l'attività di formatore aziendale nell'area della Customer care presso alcune società di servizi a livello nazionale (Compagnie di telefonia mobile, Assicurazioni, Società alberghiere).

**Lamberto Funghi**

Opera nell'area Marketing e Comunicazione di aziende di servizi e, dal 1998, in aziende appartenenti al gruppo Comune di Roma. Con esperienza di gestione di tutte le principali leve del marketing mix del settore servizi, ha una consolidata esperienza nell'area della comunicazione istituzionale e nell'organizzazione di eventi. E' membro dal 2006 del Consiglio Direttivo del Lazio dell'Associazione pubblicitari professionisti con delega ai rapporti istituzionali e con il territorio. Dal 2005 svolge importanti interventi in qualità di formatore per la didattica post-universitaria nelle tematiche inerenti il marketing, la comunicazione istituzionale e l'organizzazioni di eventi.
Opera, inoltre, in diverse associazioni di volontariato sociale locale ed internazionale.

**Giuseppe Cosenza**

Specializzato in Gestione e Innovazione delle Organizzazioni Culturali, collabora con Uni.Vision Graphics, azienda che offre prodotti e servizi ad alto contenuto tecnologico per la valorizzazione di Beni Culturali e che opera stabilmente nella Reggia di Caserta e negli Scavi Archeologici di Pompei. È stato responsabile dell'Ufficio Gare e Progetti di Arethusa, società di servizi aggiuntivi, con competenze manageriali inerenti l'elaborazione di piani di sviluppo museali e di servizi culturali e amministrative per la partecipazione a gare di appalto di pubblici servizi. Dal 2007 è docente per il Master in Progettazione ed Organizzazione di Eventi Culturali di Delta Comunicazione.

**Canio Giordano**

Specializzato in Cultural Management, Canio Giordano è musicista, regista teatrale e drammaturgo, esperto in allestimenti multimediali e produzioni audio. Attualmente è responsabile della produzione e allestimento del Maratea International Film Festival. Ha collaborato come Direttore di produzione con la società di Roma "Zoneattive" (Palaexpò) per la realizzazione di eventi culturali a Roma e nel Lazio. Ha lavorato con il Centro di Drammaturgia Europeo di Potenza, il conservatorio "E. Duni" di Matera ed il conservatorio "Gesualdo da Venosa" di Potenza per musiche di scena nell'ambito di manifestazioni teatrali. Ha ideato e curato diversi allestimenti multimediali per progetti finanziati dalla Regione Basilicata tra cui, nel 2008, un tour teatrale in cui ha ricoperto anche il ruolo di direttore artistico.
E' docente di "Project Management" e di "Allestimenti multimediali" presso alcuni enti ed aziende nel Lazio e in Basilicata. Collabora stabilmente con il "Pdg Music Studio" per la produzione di colonne sonore e sonorizzazioni per cinema, tv e teatro.

**Riziero Pisani**

Riziero Pisani dotato di grande talento creativo e forte senso organizzativo, ha sin da subito intuito che il suo miglior campo d'azione era occuparsi di cerimoniale. Il Cerimoniale risponde a regole ben precise il cui senso, al di là delle formalità di rito, è quello di organizzare l'incontro dando il giusto spazio ad ospiti ed oratori e gestendo presentazioni, saluti, e successioni di interventi in un tutto armonico, elegante e suggestivo. Artefice di questa accurata preparazione è Riziero Pisani che interpreta il suo ruolo con sicurezza e discrezione avendo cura di ogni singolo dettaglio. Attualmente, Riziero Pisani lavora presso l'Ambasciata d'Italia in Lima (Perù).

**Virginia Vandini**

Collabora da anni con diverse strutture nazionali per l'organizzazione di eventi formativi e fieristici. In

particolare, ha organizzato eventi presso la sede della Regione Lazio a Bruxelles con il coinvolgimento del Consiglio d'Europa e della Commissione Europea. Per la società EuroSpace ha curato la partecipazione di enti pubblici e privati all'interno di manifestazioni fieristiche. Collabora attualmente con l'associazione A.R.CO.S. in qualità di responsabile eventi e relazioni umane. A seguito della specializzazione in Counseling si occupa della realizzazione di seminari formativi e convegni sia a livello nazionale con l'Università La Sapienza di Roma, sia a livello internazionale con partnership in Russia e Spagna.

## Materiale didattico

I partecipanti saranno dotati di una cartella di lavoro che man mano, nel corso dello svolgimento del master, sarà arricchita da documentazione utile da poter utilizzare sin da subito nel proprio ambito lavorativo.
I materiali didattici saranno consegnati sia in formato digitale attraverso un cd-rom, che in stampa cartacea. Ulteriori integrazioni della cartella di lavoro, saranno inviate ad ogni partecipante settimanalmente via e-mail.

## Test di apprendimento e valutazione

Durante il Master i partecipanti verranno sottoposti a test di verifica per incentivare l'autoanalisi inerente l'apprendimento, sia per raccogliere feedback riguardo le lezioni seguite.

## Tutoraggio

I partecipanti avranno a disposizione 7 giorni su 7 uno o più tutor per risolvere qualsiasi tipologia di esigenza didattica e logistica.

## Orientamento post-Master

Al termine del Master sarà garantito a tutti i discenti, per un anno (365 gg lavorativi), un servizio gratuito di orientamento inerente alle discipline affrontate durante il percorso formativo, tra cui l'orientamento per l'avvio d'impresa.

## Costo

**€ 3.200,00 + iva** da versare in un'unica soluzione oppure rateizzabili.

Nel costo è compreso:

- il materiale didattico in formato digitale e cartaceo
- la cartella di lavoro

- l'Attestato di Conseguimento Master
- i mini-break
- il servizio di orientamento al lavoro ed analisi del curriculum, gratuito per un anno (365 gg lavorativi)
- il servizio di tutoraggio 7 giorni su 7
- la polizza assicurativa

E' previsto uno sconto del **15%** sul costo di iscrizione per i possessori di **MArteCard**.

## Sede del Master

Le lezioni si terranno a Roma presso la sede di **via di Sommacampagna, 9 <map**

La sede ha un'ubicazione centralissima, strategica per essere raggiunta da ogni punto della città e per coloro che provengono da fuori Roma: è situata a pochi metri dalla Stazione Termini, dalla Biblioteca Nazionale Centrale Castro Pretorio e dagli studi di produzione della Titanus. E' servita da numerosi esercizi di ristorazione ed hotel di varia categoria.

**Come raggiungere la sede:**
*In metro:* Linea B fermata CASTRO PRETORIO - Linea A fermata TERMINI
*In autobus:* a pochi metri dalla Stazione Termini, la sede è raggiungibile con svariati autobus tra cui i n. 64, 46, 75, 310, 492, 649
*In auto:* dal G.R.A. e dalla Tangenziale: uscita Tiburtina, direzione centro Termini - Castro Pretorio
*In treno:* Stazione Termini
*In aereo:* dall'aeroporto di Fiumicino, il treno Leonardo Express fino alla Stazione Termini; dall'aeroporto di Ciampino, il bus Terravision o Sitbusshuttle fino alla Stazione Termini.

## Numero dei partecipanti

Il Master è a numero chiuso: essendo il programma orientato all'acquisizione di competenze strettamente tecniche ed operative, sono previsti in aula max. **12 partecipanti,** per consentire una didattica mirata ai curricula e alle singole esigenze professionali, nonché una profonda efficacia delle simulazioni progettate dai docenti.

Per poter accedere al Master è necessario il **superamento di una selezione**, volta essenzialmente a comprendere le attitudini del candidato rispetto all'attività oggetto del Master prescelto e la spinta motivazionale, al fine di formare in aula una squadra di lavoro altamente operativa.

## Selezioni in sede

Per poter accedere all'iscrizione al Master è previsto il superamento di una selezione. I candidati hanno diverse alternative in merito alla data in cui scegliere di effettuare la selezione presso la sede di Roma (in Via Sommacampagna n.9, vicino la Stazione Termini):

- 12 luglio 2010
- 17 luglio 2010
- 11 settembre 2010
- 18 settembre 2010
- 25 settembre 2010
- 9 ottobre 2010

La procedura di selezione comprende:

- la compilazione di un questionario conoscitivo
- un colloquio motivazionale

Per partecipare alla selezioni è prima necessario compilare la **scheda selezioni**, in cui sono riportate tutte le informazioni utili, ed inviarla via fax al numero **178.6024997** oppure in allegato via mail all'indirizzo **direzione@deltacomunicazione.com**.

In caso di superamento della selezione la Direzione invierà ai candidati il Modulo d'iscrizione. L'iscrizione al Master si intende perfezionata solo al momento della ricezione del Modulo debitamente compilato e sottoscritto in ogni sua parte.

### Selezioni a distanza

Visti i numerosi candidati provenienti da varie regioni di Italia, dal 2008 è possibile effettuare la selezione anche a distanza. La procedura prevede la compilazione da parte del candidato di un questionario conoscitivo inviato via mail e di una successiva intervista telefonica con il Responsabile delle Selezioni. E' possibile richiedere il questionario all'indirizzo **info@deltacomunicazione.com** o telefonando al **Numero Verde gratuito 800.910.316**.

In caso di ammissione, Delta Comunicazione inviterà il candidato a perfezionare la propria iscrizione al Master attraverso la compilazione ed invio del Modulo di iscrizione, in cui sono riportate le condizioni generali sulla partecipazione al Master e le modalità di pagamento.

### Colloquio di orientamento

E' possibile ricevere informazioni sul Master e sull'offerta formativa Delta Comunicazione, prenotando un colloquio d'orientamento con il Responsabile del Master. Le richieste di prenotazione possono essere effettuate sia tramite il Numero Verde gratuito 800.910.316, sia tramite e-mail all'indirizzo info@deltacomunicazione.com

### Richiesta informazionI

E' possibile contattare la segreteria ai seguenti recapiti: e-mail info@deltacomunicazione.com
tel. sede operativa: 06.78348302  Numero Verde gratuito 800.910.316

username 'deltacomunicazione'. E' possibile richiede informazioni anche attraverso il form on-line presente sul sito www.deltacomunicazione.com