



Promoform
Ente di Formazione Professionale



GREEN & BLUE ECONOMY

Attività integrate per l'empowerment, la formazione professionale, la certificazione delle competenze, l'accompagnamento al lavoro, la promozione di nuova imprenditorialità, la mobilità transnazionale negli ambiti della Green & Blue Economy

Operazione cofinanziata al 50 % dal Fondo Sociale Europeo (FSE) 2014/2020

LINEA 1 – A1

PROGETTO "I-TURS" ICT E TURISMO IN SARDEGNA
CUP E87B16001460009 - DCT 2016A1RO116 - CLP 1001031811GA160009

SCHEDA CORSO

DIGITAL MARKETING E COMUNICAZIONE NEL TURISMO

LINEA 1 – A1

Progetti a carattere regionale

SINTESI DELL'AZIONE FORMATIVA

| N. | MODULO | TOTALE | TEORIA | PRAT. | ALTER. |
|----|---|------------|------------|-----------|------------|
| 1 | Turismo e sostenibilità | 10 | 10 | -- | -- |
| 2 | Lingua inglese (turistico) | 30 | 20 | 10 | -- |
| 3 | Informatica applicata | 30 | 10 | 20 | -- |
| 4 | Normativa, contrattualistica e privacy | 10 | 10 | -- | -- |
| 5 | Tecniche di marketing e web marketing nel turismo | 30 | 30 | -- | -- |
| 6 | Comunicazione e social media management | 30 | 10 | 20 | -- |
| 7 | Definizione del piano marketing | 30 | 5 | 25 | -- |
| 8 | Realizzazione e monitoraggio del piano di web e digital marketing | 30 | 5 | 25 | -- |
| 9 | Alternanza | 100 | -- | -- | 100 |
| .. | Totale | 300 | 110 | 90 | 100 |



Promoform
Ente di Formazione Professionale



DATI GENERALI

Il progetto è stato affidato all'Ente di Formazione Professionale Promoform, in partenariato con Sardegna Sapere, BAN Sardegna (Business Angels Network), Legambiente Sardegna, ACLI Sardegna e GEA Ambiente e Turismo SCARL, nell'ambito dell'Avviso Pubblico "Attività integrate per l'empowerment, la formazione professionale, la certificazione delle competenze, l'accompagnamento al lavoro, la promozione di nuova imprenditorialità, la mobilità transnazionale negli ambiti della Green & Blue Economy" – Linea A1.

Le attività formative programmate sono finanziate dalla Regione Autonoma della Sardegna, Assessorato del lavoro, formazione professionale, cooperazione e sicurezza sociale, nell'ambito delle sue competenze di *governance* del sistema della formazione professionale e con riferimento alle disposizioni vigenti per i programmi finanziati dal Fondo Sociale Europeo (FSE) attraverso il Programma Operativo Regionale (POR) 2014-2020. L'operazione è cofinanziata al 50 % dal Fondo Sociale Europeo (FSE) 2014/2020

OBIETTIVO

L'obiettivo della proposta progettuale è quello di favorire la creazione di nuove opportunità di lavoro nel settore del digital marketing e della comunicazione attraverso la formazione di 15 destinatari.

In particolare verranno trattate attraverso lezioni teoriche d'aula, laboratori ed esercitazioni e attività di alternanza presso imprese operanti nel settore di riferimento, le seguenti tematiche:

- Sostenibilità turistica e ambientale;
- Informatica applicata;
- Marketing e web marketing;
- Comunicazione e social media management;
- Comunicazione in lingua straniera.

Il corso sarà incentrato sull'acquisizione di strumenti di lettura e analisi del settore turistico e sulla concreta realizzazione di azioni di promozione e comunicazione attraverso strategie di web e digital marketing. In particolare, il corso prevede il raggiungimento dei seguenti obiettivi: conoscenza e utilizzo delle nuove tecnologie ICT; analisi delle tendenze e delle esigenze del nuovo concetto di "turista"; creazione di nuovi servizi per il turismo "Turismo esperienziale; analisi del Cambiamento dei modelli di business turistico; definizione del piano di web marketing; realizzazione e monitoraggio del piano di web e digital marketing attraverso azioni di comunicazione e promozione.

OPPORTUNITA' LAVORATIVE E CONTESTO DI ESERCIZIO

Il Tecnico del digital marketing turistico analizza il territorio e le tendenze del mercato turistico, propone e realizza le attività di promozione dei servizi turistico/ricreativi tramite il web e attraverso gli strumenti offerti dall'ICT, in coerenza con gli obiettivi delle organizzazioni per cui lavora, con le caratteristiche del territorio di riferimento ed il target di utenza individuato. Sulla base delle indicazioni strategiche della committenza si occupa, quindi, di individuare le azioni di marketing digitale più opportune da realizzare, anche sui social network. Ne calcola i costi e ne valuta preventivamente l'impatto in termini di promozione dell'offerta e di contributo al raggiungimento degli obiettivi generali di marketing e di quelli commerciali. Provvede all'attuazione delle azioni di marketing digitale, direttamente o interfacciandosi con l'eventuale fornitore, nel caso in cui siano affidate ad uno specialista esterno. Monitora l'andamento delle azioni di promozione realizzate e ne verifica i risultati ai fini del raggiungimento degli obiettivi a loro assegnati.

Il Tecnico del digital marketing turistico trova collocazione come lavoratore dipendente o consulente autonomo in imprese, cooperative o società che offrono servizi turistici, e/o in enti pubblici (Parchi, Aree marine, Comuni, Consorzi Turistici, Gal, ecc.). Si relaziona col mondo della comunicazione, quello commerciale e quello produttivo, monitora ed interpreta i mutamenti del mercato di riferimento.



Promoform
Ente di Formazione Professionale



METODOLOGIE DIDATTICHE

La metodologia utilizzata è quella del "Mentoring" in cui l'esperto del settore trasferisce ai discenti competenze pratiche, operative e subito spendibili in campo lavorativo attraverso laboratori pratici di simulazione di contesti lavorativi e metodologie didattiche attive (project work, role playing, case study, simulazione). Il fine è quello di creare professionalità flessibili, che abbiano competenze in diverse tecniche/tecnologie e sappiano combinarle insieme per offrire un servizio innovativo.

Durante l'alternanza verranno consolidate le competenze, conoscenze e capacità acquisite mediante la diretta sperimentazione sul posto di lavoro. Durante l'alternanza gli allievi verranno seguiti dal tutor aziendale che avrà il compito di coordinare le varie azioni. L'attività si propone come strumento operativo necessario per valutare la rispondenza del know how acquisito in sede.

AZIONI DI ACCOMPAGNAMENTO PER L'INCLUSIONE LAVORATIVA

Al termine del percorso formativo i destinatari che hanno portato a compimento il percorso didattico saranno seguiti in un percorso di orientamento al fine di facilitare l'inserimento lavorativo attraverso l'analisi sistematica delle caratteristiche personali, della motivazione, delle attitudini e interessi, del mercato del lavoro nello specifico settore di interesse. Il percorso di orientamento rappresenta un momento di sintesi, scambio e confronto sulle nuove opportunità di inserimento lavorativo a seguito dell'acquisizione delle nuove competenze tecnico-professionali.

REQUISITI IN INGRESSO

Il corso è rivolto a 15 giovani disoccupati maggiorenni che abbiano non più di 35 anni compiuti (con particolare riferimento ai NEET¹), residenti o domiciliati in Sardegna, di cui almeno il 45% donne.

Il titolo di studio richiesto per l'ammissione al percorso è il **Diploma di scuola media superiore. Sono previste delle quote di genere tali per cui alle donne verrà riservato un numero di posti pari ad almeno il 45 per cento** rispetto al numero dei partecipanti complessivi.

REPERTORIO REGIONALE DEI PROFILI DI QUALIFICAZIONE (RRPQ) (FIGURA PROFESSIONALE DI RIFERIMENTO)

Codice 56216 - Tecnico del digital marketing turistico

AREA DI ATTIVITA' (ADA)/UNITA' DI COMPETENZA (UC) – ESTRAPOLATA DAL RRPQ DI RIFERIMENTO CODICE 56216

722/309 Definizione del piano di marketing

9999406/1021 Attuazione e monitoraggio del piano di web e digital marketing.

SEDE ATTIVITA' DIDATTICA

L'attività teorica si svolgerà presso la sede della Tharrosnet sita ad Oristano (cod. S03211) in via San Francesco D'Assisi, nei giorni che verranno stabiliti in base ad esigenze di carattere organizzativo e logistico.

INSEGNAMENTI – LINEE GUIDA GENERALI

MODULO 1

TURISMO E SOSTENIBILITA'

- Concetto di sostenibilità ambientale e i presupposti del turismo sostenibile;
- Turismo sostenibile: definizione ed evoluzione del concetto nel tempo;
- La dimensione internazionale per lo sviluppo sostenibile globale;
- Il ruolo della World Tourism Organization (UNWTO);
- Le interazioni tra l'attività turistica e l'ambiente e l'impatto dell'attività turistica sull'ambiente;

¹ NEET: acronimo inglese di "not (engaged) in education, employment or training". Indica persone non impegnate nello studio, né nel lavoro né nella formazione.



Promoform

Ente di Formazione Professionale



- Le misure ecologiche che riducono l'impatto dell'attività turistica sull'ambiente (fonti rinnovabili, prodotti ecologici, cibo a Km 0, ecc);
- Il concetto di "capacità di carico" di una destinazione: indicatori e parametri;
- Iniziative della Commissione europea a sostegno della sostenibilità del turismo;
- Il Sistema europeo di indicatori per il turismo;
- Tendenze di mercato del turismo sostenibile;
- Turismo responsabile: la scelta del consumatore;
- Turismo sostenibile non distruttivo: esempi virtuosi.

MODULO 2

LINGUA INGLESE (TURISTICO)

- Grammatica / Lessico: strutture sintattiche e verbali;
- Introduzione di termini specifici dell'area semantica;
- Writing: composizione di lettere, fax, e-mail formali di soggetto commerciale; composizione di presentazioni, reports, relazioni; compilazione di moduli;
- Speaking: Implementazione delle funzioni linguistiche comunicative; Simulazioni di interazione in contesti comunicativi;
- Grammatica: Prepositions of time and place (preposizioni di tempo e di luogo);
- Indirect questions (le domande indirette);
- Permission (chiedere ed esprimere un permesso);
- Must/have to/should (esprimere un obbligo o una necessità);
- Tense revision (ripasso dei tempi verbali);
- Comparative and superlative adjectives (aggettivi al comparativo e superlativo);
- The enquiry (la richiesta di informazioni);
- The reservation and the confirmation (la prenotazione e la conferma della prenotazione, sia con riferimento all'albergo che con riferimento ai biglietti aerei);
- Checking-in and checking-out at the hotel (il check-in e il check-out in albergo);
- The complaint (la lamentela);
- Words regarding.

MODULO 3

INFORMATICA APPLICATA

- Uso del computer e gestione dei file: introduzione a Word e creazione di un nuovo documento; descrizione delle principali voci di menù; gestione dei caratteri e formattazione del testo, stili di lavoro; controllo ortografico e revisioni di testo, creazione di tabelle, inserimento di immagini da file esterni; operazioni di impaginazione e visualizzazione in anteprima di stampa; conoscere le disposizioni di legge in materia di copyright, di privacy e di sicurezza;
- Foglio elettronico con applicazioni statistiche: descrizione delle voci di menù e della barra strumenti di un foglio elettronico; copiare, cancellare e spostare il contenuto di celle, righe, colonne e fogli di lavoro formattazione manuale di testo, dati e tabelle; formattazione condizionale; applicazione di formule aritmetiche e funzioni di calcolo automatico (principali funzioni);
- Presentazioni multimediali con applicazioni: introduzione a PowerPoint; descrizione delle principali voci di menù; creazione e modifiche di diapositive; inserimento immagini e grafici; visualizza presentazione e creazione di animazioni personalizzate; uso di pulsanti e autocomposizioni. creazione di una presentazione tecnica;
- Uso di internet e posta elettronica: l'accesso alle reti; considerazioni generali sulle reti tra calcolatori; visualizzazione e condivisione delle risorse; la gestione dei file in rete; la protezione in rete; reti informatiche ed internet; uso di internet, metodi di navigazione e utilizzo principali browser; descrizione di pacchetti per la gestione di: electronic-mail e web-browser; i motori di ricerca; la trasmissione dati utilizzando il protocollo ftp;
- Programmi di creazione e gestione di files multimediali;
- Programmi di elaborazione grafica delle pagine web.



Promoform
Ente di Formazione Professionale



MODULO 4

NORMATIVA, CONTRATTUALISTICA E PRIVACY

- La protezione dei dati personali nella gestione delle imprese ricettive e nelle procedure di prenotazione;
- Il codice in materia di protezione dei dati personali;
- La comunicazione elettronica;
- L'utilizzo della posta elettronica e di Internet nel rapporto di lavoro;
- Normative vigenti in materia di privacy e tutela dei dati personali d.lgs.196/2003 e ss.mm.ii.

MODULO 5

TECNICHE DI MARKETING E WEB MARKETING NEL TURISMO

- Evoluzione del mercato turistico: lato domanda e offerta;
- Domanda turistica: classificazione per località e motivazione;
- Il fenomeno turistico: tentativi di classificazione;
- Nuove prospettive dell'offerta turistica: le esperienze, L'eterogeneità del prodotto Turismo e la caratteristica di "experience good";
- I trend del mercato e i drivers del cambiamento;
- Turismo e nuove tecnologie ICTm;
- Nuovi modelli di business turistico e nuova filiera turistica;
- L'accessibilità web dell'attrattore turistico;
- Tipologie di piattaforme turistiche online: sito web; siti di recensioni di viaggi; motori di ricerca; portali di vendita on line travel agency (OLTA); applicazioni di viaggio e contenuti specializzati;
- L'importanza della reputazione online dell'impresa turistica;
- Le tipologie di turismo: le città di interesse storico-artistico;
- Le attrazioni tradizionali, quali i musei, i monumenti e i centri storici; Le vacanze balneari;
- Principi di marketing applicate al contesto competitivo del commercio elettronico su Internet;
- Tecniche di analisi e ricerche di mercato sui comportamenti dei potenziali clienti e sul contesto competitivo;
- Strategie di marketing in rete;
- Tecniche di analisi del comportamento dei clienti on line;
- Tecniche di Web marketing: utilizzo dei nuovi strumenti sviluppati per il marketing on line nella definizione del piano di marketing;
- Tecniche e strumenti di direct marketing su Internet: profilazione del cliente, pricing on line, advertising on line, promozione via Internet, ecc.

MODULO 6

COMUNICAZIONE E SOCIAL MEDIA MANAGEMENT

- Gli elementi del processo di comunicazione e i presupposti della comunicazione
- Tecniche di Comunicazione efficace
- I tre livelli della comunicazione: verbale, non verbale, Paraverbale
- L'utilizzo delle parole a valenza positiva e le espressioni da evitare
- Tecniche di social media management
- Tecniche di comunicazione online
- Tecniche di promozione dei servizi turistici attraverso sistemi web
- Tecniche di creazione itinerari turistici
- Tecniche e metodologie di creazione di eventi e di prodotti turistici "esperienziali" e strategie di promozione via web
- Creazione di materiale informativo di base
- Gestione di portali istituzionali ad alta accessibilità attraverso sistemi di Content Management System (CMS);
- Strumenti e strategie per la creazione di reti tra operatori economici
- Utilizzo di soluzioni innovative a valore aggiunto: gli "Smart tag", Soluzioni per dispositivi mobili: le applicazioni del turismo



Promoform
Ente di Formazione Professionale



- Utilizzo di piattaforme web di promozione territoriale
- tecniche e metodologie comunicative online: video immersivi, storytelling, scrittura creativa ecc.

MODULO 7

DEFINIZIONE DEL PIANO MARKETING

- Il prodotto turistico: definizione e componenti
- Le componenti del sistema turistico locale
- Le principali forme di offerta di un sistema turistico locale
- Dalle risorse territoriali al mercato. Caratteristiche e trend attuali della domanda
- Product mix dell'offerta turistica
- Ricerche di mercato per una corretta definizione del piano di marketing
- Strategie di marketing in rete per prevedere al meglio l'utilizzo delle nuove opportunità offerte al marketing dallo sviluppo di Internet
- Tecniche di analisi del comportamento dei clienti on line sulla base delle quali elaborare il piano di marketing
- Analisi dei nuovi strumenti sviluppati per il marketing on line e di direct marketing nella definizione del piano di marketing

MODULO 8

REALIZZAZIONE E MONITORAGGIO DEL PIANO DI WEB E DIGITAL MARKETING

- Le applicazioni del turismo, utilizzo di piattaforme web di promozione territoriale
- Promuovere e comunicare il territorio: la lunga coda e il marketing di nicchia; la comunicazione e la promozione, il piano di comunicazione
- Le strategie di promozione del territorio e del turismo: il web, i social network, gli eventi, le pubbliche relazioni, la pubblicità, la sponsorizzazione
- Elementi di budgeting per pianificare le attività di comunicazione e promozione
- Metodologie e tecnologie di comunicazione innovative (video immersivi, storytelling, ecc.) per la promozione di prodotti/servizi attraverso l'web
- Tecniche di elaborazione testi e di scrittura creativa per la creazione dei contenuti e messaggi promozionali
- Principi e strumenti fondamentali di marketing per il monitoraggio del piano di web e digital marketing
- Tecniche di utilizzo degli strumenti ICT idonei per la realizzazione del piano web e digital marketing (programmi di creazione e gestione di files multimediali; programmi di elaborazione grafica; social media ecc...)

MODULO 9

ALTERNANZA

Applicare in ambito lavorativo i contenuti appresi durante il corso relativi le seguenti unità di competenze tecnico-professionali, corrispondenti alle UC previste dal profilo professionale:

- Elaborare il piano di marketing con la definizione della strategia, delle azioni, dei risultati attesi e dei tempi previsti alla luce della situazione dei mercati di riferimento e delle caratteristiche dei prodotti e/o servizi da vendere on line;
- Realizzare le azioni previste dal piano di web e digital marketing, monitorandone l'impatto in termini di efficacia ed efficienza in rapporto agli obiettivi prefissati e agli investimenti sostenuti.