

Titolo del corso: WEB MARKETING

Tipologia formativa: Corso di specializzazione

Macro - area tematica: Marketing e commerciale

Settore: Servizi di informazione e comunicazione

Obiettivi del corso:

L'obiettivo del corso è quello di fornire e sviluppare le competenze relative alle nuove tecnologie di marketing del settore turistico. Formare un profilo professionale in grado di gestire autonomamente la promozione di un prodotto/servizio turistico partendo dalla fase di conoscenza e sviluppo del prodotto, passando per una fase di analisi dello scenario complessivo del mercato di riferimento in funzione dell'offerta e del posizionamento del prodotto, arrivando, infine, all'inserimento del prodotto turistico sul web.

Risultati Attesi:

Al termine del percorso formativo i partecipanti avranno sviluppato le seguenti competenze:

- pianificare e realizzare un'analisi di mercato e un piano di marketing nel settore turistico;
- pianificare e condurre un piano di comunicazione che preveda azioni promozionali e di branding innovative
- progettare, realizzare e gestire strumenti di promozione di strutture e servizi turistici attraverso l'utilizzo delle nuove tecnologie e dei nuovi strumenti di comunicazione.
- costruire e sviluppare un sito internet volto alla promozione in rete.
- comunicare efficacemente con i clienti.

Modalità e Valutazione delle Competenze in Uscita:

Il corso prevede una giornata di follow up e valutazione da realizzarsi al termine dello stage che consentirà ai partecipanti di confrontarsi con la Direzione Scientifica sull'applicazione di quanto appreso.

Al termine dello stage, inoltre, i partecipanti dovranno presentare un report sulle attività condotte che consentirà una valutazione attenta delle competenze in uscita.

Infine attraverso un questionario appositamente sviluppato verrà valutata l'efficacia dell'intervento nel suo complesso.

Titolo di studio minimo per l'accesso al corso:

- Laureati (vecchio o nuovo ordinamento universitario), indipendentemente dalla condizione occupazionale;
- Diplomi di scuola secondaria superiore purché occupati, compresi soggetti in CIGO, CIGS e in mobilità.

Durata Totale del percorso formativo: 240 ore

Durata Attività d'Aula: 160 ore

Durata Attività di Stage: 80 ore

Costo e Modalità di Iscrizione:

Il costo totale del corso è di 6.000 euro (non sono inclusi vitto e alloggio per i partecipanti).

Il corso è inserito nel **Catalogo Interregionale di Alta Formazione** che concede a coloro che ne hanno i requisiti un voucher pari a euro 6.000 a copertura dell'intero costo del corso.

Le modalità di richiesta e concessione del voucher sono reperibili sul sito **www.altiformazioneinrete.it**

Coloro che fossero interessati alla richiesta di assegnazione di un voucher dovranno compilare la domanda di assegnazione del voucher e trasmetterla on line dalle ore 9.00 del 04 luglio 2011 ed entro le ore 18.00 del 04 agosto 2011.

I nostri uffici sono a disposizione per dare supporto ai richiedenti sulle modalità di ottenimento del voucher.

Coordinamento e Corpo Docente:

Il corpo docente è costituito da docenti universitari, professionisti e consulenti che hanno maturato significative esperienze nei campi della progettazione, gestione, comunicazione marketing a livello internazionale.

Il coordinamento del corso è affidato a un esperto del settore in affiancamento al responsabile della gestione dei corsi dell'agenzia formativa.

Per tutta la durata del corso i partecipanti saranno affiancati da un tutor esperto.

Modalità di svolgimento del corso:

Il corso sarà articolato in moduli della durata da 8 a 16 ore con frequenza in aula nelle giornate di venerdì e sabato, in modo da favorire la partecipazione dei candidati occupati. Le attività di stage/project work sono organizzate coerentemente con lo svolgimento dei contenuti affrontati in aula.

Metodologie Formative:

La metodologia didattica utilizzata è quella dell'Action Learning che, attraverso esercitazioni pratiche, analisi di casi studio e lavori di gruppo, consente di apprendere attraverso il "fare" e contestualizzare i concetti nelle singole esperienze produttive.

Moduli Didattici:

Modulo 1 – Il Prodotto: brand e strategie di costruzione della marca – 16 ore

Modulo 2 – Analisi del mercato di riferimento e strategie di marketing – 16 ore

Modulo 3 – Dal marketing tradizionale al Web Marketing – 16 ore

Modulo 4 – Struttura e contenuti del sito turistico – 8 ore

Modulo 5 – I motori di ricerca: Search Engine Optimization – 16 ore

Modulo 6 – La pubblicità on-line – 16 ore

Modulo 7 – Laboratorio Google AdWords – 8 ore

Modulo 8 – Confrontarsi con la leadership (Visita guidata) – 8 ore

Modulo 9 – Web 2.0 nel turismo – 16 ore -

Modulo 10 – Web Analysis – 8 ore

Modulo 11 – Laboratorio Google Analytics – 8 ore

Modulo 12 – Strategie e strumenti di marketing non convenzionale – 16 ore

Modulo 13 – Stage – 80 ore

Modulo 14 – Follow up e valutazione – 8 ore

Informazioni sul progetto: Tel: 070/6848722 - 070/345130 - Mail: info@tecnofor.it