

OBIETTIVI

Il corso si pone l'obiettivo di trasmettere una conoscenza specifica del marketing turistico, attraverso la comprensione dei meccanismi che caratterizzano i processi di marketing strategico e operativo, e la conoscenza degli strumenti a supporto delle strategie di marketing. Al fine di rinforzare la consapevolezza della necessità di una costante attività di pianificazione e di adeguamento delle strategie aziendali al contesto ambientale e alle attese (espresse e latenti) del consumatore intermedio e finale, questo corso vuole quindi fornire un set di strumenti, linee-guida comportamentali e metodologie per la realizzazione concreta di tale attività, per mezzo anche di opportuni approfondimenti relativi al settore turistico.

DURATA DEL CORSO

4 Giorni – 32 ore dalle 9.00 alle 18.00.

DESTINATARI

Il corso è indirizzato a manager, imprenditori, consulenti, personale commerciale, liberi professionisti, neolaureati, diplomati e a tutti coloro che vogliono acquisire le competenze relative al marketing del settore turistico.

METODOLOGIA DIDATTICA

Le lezioni sono interattive e prevedono esercitazioni, simulazioni, role playing, discussioni guidate e casi aziendali.

ATTESTATI

Tutti i partecipanti riceveranno: un **attestato di frequenza**.

Il Corso è aperto a un numero massimo di 20 partecipanti.

COMUNICAZIONE & MARKETING

Corsi CSAD in programmazione

Corsi Avanzati di

Tecniche di Vendita

Public Speaking

Marketing del settore

Agroalimentare

Comunicazione e

Motivazione

Web Marketing

SEGRETERIA DEL CORSO

Tel 080 5618455 - Fax 080 5641946

e-mail: info@csad.it

web: www.csad.it

Centro Studi Ambientali e Direzionali

Via delle Murge 65/a 70124 BARI



csad

CENTRO STUDI AMBIENTALI E DIREZIONALI

ORGANIZZA A BARI

Corso

MARKETING

del settore
TURISTICO

VII Edizione

BARI

Novembre

2011

SINCERT



Associazione Confindustria
BARI e LECCE

SCHEDA DI ISCRIZIONE

Inviare a FAX 080 5641946

DATI PARTECIPANTE:

Nome _____

Cognome _____

Indirizzo _____

CAP _____ Città _____ Prov. _____

Titolo Professionale _____

Ruolo in Azienda _____

Tel. _____ Cell. _____ Fax _____

E-mail _____

C.F. _____

DATI PER LA FATTURAZIONE:

Società _____

Indirizzo _____

CAP _____ Città _____ Prov. _____

C.F./P.I. _____

Il sottoscritto si impegna a versare l'importo di:

- 850,00 € + iva per il Corso Marketing del settore Turistico (32ore) (novembre 2011)
- 500,00 € + iva per il Corso Base Marketing (16 ore) (novembre 2011)

Ai sensi del Dlgs. 196/2003, La informiamo che i Suoi dati personali inseriti in questa scheda di adesione saranno trattati dal Centro Studi Ambientali e Direzionali, sia in formato cartaceo che in formato elettronico, nel pieno rispetto dei principi previsti dalla norma, ivi compreso il profilo della sicurezza. I dati raccolti saranno utilizzati al solo fine della creazione di un indirizzario che consulteremo in occasione dell'organizzazione di attività formative di Suo potenziale interesse. Il conferimento dei dati è facoltativo e non obbligatorio, tuttavia il mancato conferimento impedirà il perseguimento del fine suddetto. Lei, come interessato, potrà esercitare in ogni momento i diritti di cui all'art.7 Dlgs.196/2003 (cancellazione/blocco/rettifica) inoltrando richiesta via: fax 080 5641946 o email info@csad.it. Previo Suo espresso consenso i dati conferiti saranno altresì utilizzati dal Centro Studi Ambientali e Direzionali per l'invio di materiale pubblicitario o informazioni commerciali.

Data _____ Firma e Timbro _____

Approvazione clausola n°5 in relazione al foro competente

Data _____ Firma e Timbro _____

Docenti:

Stefano D'Errico

Docente nell'ambito della didattica e della programmazione presso scuole, enti pubblici, privati e aziende.

Vito Marzo

CMM- Docente Federcongressi, consulente e formatore in progettazione e gestione di eventi e attività di marketing del turismo e dei beni, dei prodotti e delle attività culturali.

Antonio Rizzo

Dirigente Area "Turismo & Marketing Territoriale" della Provincia di Lecce

QUOTE DI PARTECIPAZIONE

Corso Marketing del settore Turistico (32ore)	€ 850+iva
---	-----------

Corso Base di Marketing (16 ore)	€ 500+iva
----------------------------------	-----------

Le quote di partecipazione comprendono il materiale didattico e la colazione di lavoro.

Agevolazioni per iscrizioni entro il 30/10/11, per chi proviene da oltre 150 km, a partire dalla 2^ iscrizione proveniente dalla stessa azienda e per gli ex allievi CSAD.

CONDIZIONI CONTRATTUALI

1. L'acconto, pari al 20% + iva della quota di partecipazione, va effettuato al momento dell'iscrizione, mentre il saldo va effettuato entro il 1° giorno di corso. Per l'iscrizione occorre inviare al **n.ro fax 080 5641946** la scheda di iscrizione a lato, compilata e allegando copia del bonifico bancario relativo all'acconto intestato a **Centro Studi Ambientali e Direzionali** Unicredit Banca di Roma S.p.A. Agenzia Bari Papa Pio XII – **IBAN IT 61 J 02008 04037 000010922219**
 2. L'acconto non sarà restituito in caso di rinuncia alla partecipazione al corso e sarà dunque trattenuto a titolo di penale; la comunicazione di rinuncia deve pervenire alla segreteria del corso almeno 3 giorni lavorativi prima della data di svolgimento.
 3. L'iscrizione implica l'accettazione dei termini e delle condizioni stabilite nel presente modulo. CSAD si riserva di rinviare o annullare il corso in presenza di meno di 12 partecipanti.
 4. In caso di mancato svolgimento le somme versate a titolo di acconto saranno restituite.
 5. Foro competente. Il presente contratto è regolato dalla legge italiana e qualsiasi controversia insorgente in relazione a esso sarà di esclusiva competenza del foro di Bari, con esclusione di qualsiasi altro Foro.
- competente

PROGRAMMA

1° GIORNO 9.00-18.00

Elementi di Marketing

Introduzione ai principi e all'azione di marketing.

Il rapporto impresa ambiente e l'introduzione della funzione marketing.

L'organizzazione di marketing dell'Impresa ed il collegamento con il mercato.

Importanza del marketing.

Il processo di marketing

Orientamenti manageriali: orientamento al prodotto, alla vendita, al mercato, al marketing.

Il Customer Relationship Management.

Il ritorno di valore dal cliente

Customer quality per il cliente

2° - 3° GIORNO 9.00-18.00

Il Marketing Turistico

Concetti di base e definizioni

Destinazione, territorio, cultura, turismo; stakeholder, mercato, mission, obiettivi, strategie, efficacia, efficienza, bisogni, esigenze, attese, valore, soddisfazione.

L'ambiente di marketing.

Analisi del mercato e competizione: Market share, mind share, heart share, prodotti sostitutivi.

Marketing strategico e operativo

Analisi SWOT: Il posizionamento strategico

Il sistema informativo di marketing: Rilevazione e gestione delle informazioni, ricerche qualitative e quantitative, field e desk Research.

Il comportamento d'acquisto degli individui e delle Organizzazioni.

Web distribution

Comunicazione pubblicitaria, mediata, virale: Web Communications

La struttura del piano di marketing.

4° GIORNO 9.00-18.00

Marketing Territoriale

Che cos'è il marketing del territorio

Gli strumenti del marketing territoriale