

Marketing Del Turismo Integrato

Sezione	Sezione 3 - Offerta Formativa su Competenze Tecnico Professionali correlate al RRFP
Percorso Formativo	Marketing Del Turismo Integrato
Figura di Riferimento	248 - tecnico della progettazione, definizione e promozione di piani di sviluppo turistico e promozione del territorio
Durata (in ore)	210
Prerequisiti d'ingresso	Nessuno
Contenuti Formativi	<p>Modulo 1: ANALISI DEL TERRITORIO DI RIFERIMENTO</p> <p>Obiettivo: Raccogliere informazioni strutturate su fattori e aspetti peculiari del territorio di riferimento attraverso l'utilizzo di diversi strumenti di ricerca per verificare le tendenze di mercato e le offerte già presenti sul territorio</p> <p>Argomenti trattati:</p> <ul style="list-style-type: none">· banche dati statistiche per l'analisi dei principali parametri di riferimento del settore turistico· principali metodologie della ricerca di mercato per svolgere indagini di scenario, ricerche sui comportamenti d'acquisto, analisi banche dati specifiche· specificità del territorio per sviluppare proposte coerenti con gli aspetti peculiari del contesto di riferimento <p>MODULO 2: PROMOZIONE DEL TERRITORIO LOCALE</p> <p>Obiettivo: Definire con i soggetti specifici (pubblici e/o privati) l'immagine turistica del territorio, i piani di qualificazione ed articolazione dell'offerta turistica integrata e le azioni di miglioramento e sviluppo della stessa, per promuovere la costruzione di un sistema partecipativo di orientamento e di informazione all'impresa e agli enti erogatori dei servizi pubblici nonché sviluppare azioni di promozione, in Italia e all'estero, di turismo</p> <p>Argomenti trattati:</p> <ul style="list-style-type: none">· metodologie di analisi e programmazione per strutturare percorsi di studio e programmazioni di attività specifici del territorio· metodologie e tecniche di diffusione e promozione delle diverse iniziative, dei progetti e delle attività· tecniche di vendita per meglio promuovere il territorio <p>MODULO 3: PROGETTAZIONE E PROMOZIONE DEI PIANI DI SVILUPPO TURISTICO</p> <p>Obiettivo: Astrutturare un pacchetto di offerta turistica basato sulle connotazioni essenziali del territorio che risponda alle esigenze del target di clienti identificato utilizzando tecniche di marketing proprie del sistema turismo</p>

	<p>Argomenti trattati:</p> <ul style="list-style-type: none"> · budgeting per la quantificazione dell'entità dell'investimento necessario e valutazione della sostenibilità dell'iniziativa · elementi di psicologia per poter individuare la clientela potenziale e progettare specifiche iniziative · funzionamento di tour operator, agenzie di viaggi e compagnie di trasporti per poter integrare al meglio i vari attori coinvolti nella promozione · leve del marketing mix: prodotto, prezzo, distribuzione, pubblicità · marketing operativo per utilizzarne in maniera efficace i modelli e gli strumenti: meccanismi e strategie di comunicazione pubblicitaria, leva promozionale · modelli e strumenti del marketing strategico: posizionamento prodotto, analisi per matrici, metodi di segmentazione, portafoglio prodotti · tecniche promozione del territorio attraverso il web · teorie del marketing per poter utilizzarne le strategie rispetto a bisogni e domanda, settori e mercati, posizionamento strategico, vantaggio competitivo, targeting e segmentation, marketing management
Modalità Valutazione Finale degli Apprendimenti	Verifica degli apprendimenti finale, mediante questionario strutturato
Attestazione finale	Dichiarazione degli apprendimenti

Unità di competenze correlate al Percorso Formativo

Denominazione AdA	analisi del territorio di riferimento
Descrizione della performance	raccogliere informazioni strutturate su fattori e aspetti peculiari del territorio di riferimento attraverso l'utilizzo di diversi strumenti di ricerca per verificare le tendenze di mercato e le offerte già presenti sul territorio
Unità di competenza correlata	366
Capacità	interpretare motivazioni, gusti e comportamenti, delineando le aspettative del target di riferimento analizzare varie fonti di informazioni (orari, tariffari, libri, cataloghi, banche dati..) estrapolandoli da supporti informatici e cartacei decodificare i feedback provenienti dal mercato di riferimento per poter strutturare interventi di promozione mirati

	realizzare attività di studio e di analisi del mercato e della concorrenza per strutturare offerte specifiche e contestualizzate
Conoscenze	banche dati statistiche per l'analisi dei principali parametri di riferimento del settore turistico principali metodologie della ricerca di mercato per svolgere indagini di scenario, ricerche sui comportamenti d'acquisto, analisi banche dati specifiche specificità del territorio per sviluppare proposte coerenti con gli aspetti peculiari del contesto di riferimento
Denominazione AdA	promozione del territorio locale
Descrizione della performance	definire con i soggetti specifici (pubblici e/o privati) l'immagine turistica del territorio, i piani di qualificazione ed articolazione dell'offerta turistica integrata e le azioni di miglioramento e sviluppo della stessa, per promuovere la costruzione di un sistema partecipativo di orientamento e di informazione all'impresa e agli enti erogatori dei servizi pubblici nonché sviluppare azioni di promozione, in Italia e all'estero, di turismo
Unità di competenza correlata	370
Capacità	identificare le priorità di intervento di un territorio per strutturare la promozione più efficace facilitare la collaborazione con istituzioni, enti, soggetti economici e imprenditoriali per la realizzazione degli interventi progettati identificare i bisogni e le aspettative che caratterizzano la popolazione di un territorio per poter strutturare l'attività di promozione più efficace interagire con compagnie di trasporti, strutture ricettive e turistiche in genere per il loro coinvolgimento all'interno di iniziative specifiche di promozione
Conoscenze	metodologie di analisi e programmazione per strutturare percorsi di studio e programmazioni di attività specifici del territorio metodologie e tecniche di diffusione e promozione delle diverse iniziative, dei progetti e delle attività tecniche di vendita per meglio promuovere il territorio
Denominazione AdA	progettazione, definizione e promozione di piani di sviluppo turistico
Descrizione della performance	strutturare un pacchetto di offerta turistica basato sulle connotazioni essenziali del territorio che risponda alle

	esigenze del target di clienti identificato utilizzando tecniche di marketing proprie del sistema turismo
Unità di competenza correlata	377
Capacità	<p>redigere documenti di proposta e programmazione finalizzati alla qualità degli interventi</p> <p>negoziare con colleghi e collaboratori le soluzioni comunicative migliori</p> <p>programmare la promozione dei piani attraverso i vari mezzi di comunicazione scegliendo quello più efficace ed efficiente</p> <p>strutturare attività promozionali e pubblicitarie specifiche (comunicati stampa, depliants, cataloghi, manifesti, articoli...) secondo il tipo di attività individuata</p> <p>valutare gli aspetti economici delle iniziative di promozione, calcolando i singoli costi e negoziando i prezzi migliori con i fornitori</p> <p>utilizzare strumenti informatici per la promozione del territorio attraverso il web</p>
Conoscenze	<p>budgeting per la quantificazione dell'entità dell'investimento necessario e valutazione della sostenibilità dell'iniziativa</p> <p>elementi di psicologia per poter individuare la clientela potenziale e progettare specifiche iniziative</p> <p>marketing operativo per utilizzarne in maniera efficace i modelli e gli strumenti: meccanismi e strategie di comunicazione pubblicitaria, leva promozionale</p> <p>tecniche promozione del territorio attraverso il web</p> <p>modelli e strumenti del marketing strategico: posizionamento prodotto, analisi per matrici, metodi di segmentazione, portafoglio prodotti</p> <p>teorie del marketing per poter utilizzarne le strategie rispetto a bisogni e domanda, settori e mercati, posizionamento strategico, vantaggio competitivo, targeting e segmentation, marketing management</p> <p>leve del marketing mix: prodotto, prezzo, distribuzione, pubblicità</p> <p>funzionamento di tour operator, agenzie di viaggi e compagnie di trasporti per poter integrare al meglio i vari attori coinvolti nella promozione</p>

Codici ISTAT correlati al percorso formativo

Codice	Descrizione
3.3.3.5	Tecnici del marketing
3.4.1.1	Tecnici delle attività ricettive ed assimilati