

STRUMENTI E TECNICHE DI MARKETING TURISTICO PER LA PROMOZIONE DEL TERRITORIO

Sede didattica: Via Umbria, 19 - 73100 - Lecce

Percorso Formativo	Strumenti E Tecniche Di Marketing Turistico Per La Promozione Del Territorio
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	Diploma di scuola secondaria superiore
Contenuti Formativi	<ul style="list-style-type: none">• UF ELEMENTI DI STATISTICA<ul style="list-style-type: none">o Elementi di Statistica generale<ul style="list-style-type: none">- Le fonti statistiche. Rilevazioni totali e parziali- Il disegno di indagine: fasi, articolazione, strumenti e principali tecniche- Il questionario e le tecniche di somministrazione- Variabili, indicatori e indici in ambito turisticoo Elementi di Statistica applicata al turismo<ul style="list-style-type: none">- Indicatori e indici del fenomeno turistico: statistiche di stock e di movimento- Analisi della domanda e dell'offerta turisticaUF LA RICERCA DI MERCATO<ul style="list-style-type: none">o Strumenti e tecniche di ricerca sociali e analisi di mercato<ul style="list-style-type: none">- Ricerca quantitativa e ricerca qualitativa- L'analisi dei dati e la verifica delle ipotesi- Ricerca dei dati per l'analisi secondariaUF ELEMENTI DI ANALISI DEL MERCATO<ul style="list-style-type: none">- Le fonti informative- Tecniche di ricerca, raccolta e interpretazione delle fonti- Gli strumenti di reperimento informazioni- Tecniche di archiviazione e classificazione manuale e digitale delle informazioniUF ANALISI DEL TERRITORIO<ul style="list-style-type: none">o L'organizzazione turistica a livello localeo Compiti e funzioni proprie delle istituzioni competenti in materia di regolazione e di gestione dell'attività turistica e locali preposti al turismoo Analisi delle risorse ambientali e paesaggistiche del territorioUF ELEMENTI DI MARKETING<ul style="list-style-type: none">o Elementi di Marketing mix<ul style="list-style-type: none">- Sviluppo e lancio nuovi prodotti/servizi turistici- Gestione del portafoglio prodotti esistente- Sviluppo del prodotto/servizio turistico e l'attenzione alle "scelte sostenibile"- Politiche di pricing- Determinazione del prezzo di vendita

UF ELEMENTI DI MARKETING TERRITORIALE

o Promozione offerta turistica locale: il Marketing territoriale
- La costruzione di un piano di marketing territoriale:

UF ELEMENTI DI ECONOMIA

Turismo economia e politica
Lo sviluppo del turismo in Italia e in Puglia
Domanda e offerta turistica

UF ELEMENTI DI PSICOLOGIA

La psicologia del turista e le esigenze delle diverse utenze (singoli, gruppi, bambini, anziani, disabili, studiosi)

UF TEORIA DEI TOUR OPERATOR

-Marketing Operativo specialistico: agenzie di viaggio e tour operator
-Il viaggio organizzato: definizione ed origine economica
-Il pacchetto turistico organizzato: scelte di portafoglio e politiche di branding
-Pricing, comunicazione e distribuzione di viaggio organizzato

UF TECNICHE DI MARKETING II

o Elementi di Marketing Strategico
- Targeting della domanda e individuazione delle nicchie
- Il processo di segmentazione della domanda turistica
- Segmenti di business emergenti
- Gli eventi (culturali, meeting, incentive, conference, exhibition)

UF TECNICHE DI PROMOZIONE TERRITORIALE

o Configurazione dell'offerta turistica locale:
- Analisi dell'offerta turistica locale
o Configurazione della domanda turistica locale:
- I fattori che influiscono sulla scelta delle strutture da parte della clientela: componenti, caratteristiche, tassonomia degli acquisti ecc.
o Posizionamento offerta turistica locale:
- Tecniche di vendita per la promozione del territorio

UF ELEMENTI DI INFORMATICA

Concetti base dell'information technology. Introduzione all'uso del Pacchetto Office
Reti informatiche e internet: Internet; Navigazione in web; Ricerca in web;
Segnalibri; Posta elettronica

UF TECNICHE DI MARKETING DIGITALE

Dal marketing classico al web marketing
SEO e SEM: Strategie di posizionamento sui motori di ricerca
Social Media Marketing: strumenti, attività indici e metriche

Modalità Valutazione
Finale degli
Apprendimenti

Test di verifica finale

Attestazione finale

Dichiarazione degli apprendimenti