

CORSO PROFESSIONALE “ADDETTO AL MARKETING TURISTICO”

Durata: 162 ore

OBIETTIVO

Il marketing turistico è un settore professionale che si occupa di promuovere destinazioni, servizi e prodotti turistici attraverso strategie e azioni mirate. Un professionista in questo ambito, che sia un tecnico, un addetto o un responsabile, deve possedere competenze di marketing, comunicazione, analisi di mercato e una buona conoscenza del settore turistico e delle sue tendenze

Lo scopo del corso è quindi di fornire le competenze concrete e immediatamente spendibili nel settore del marketing turistico, in grado di valorizzare territori, strutture e servizi attraverso strategie di promozione innovative, strumenti digitali e una comunicazione efficace, ma comprende anche un modulo di lingua inglese volto a sviluppare skills per comunicare con clienti internazionali e affrontare situazioni professionali in ambito turistico in modo fluente e professionale.

Attraverso un percorso teorico-pratico, i partecipanti acquisiranno competenze operative per lavorare in agenzie turistiche, enti pubblici, strutture ricettive, tour operator, agenzie di comunicazione e marketing o come consulenti freelance. Il corso è pensato per chi desidera trasformare la propria passione per il turismo in una vera opportunità professionale.

DESTINATARI

Il corso è rivolto a candidati a missione di lavoro in somministrazione (sia occupati che disoccupati) iscritti e selezionati da Areajob S.P.A, che intendono acquisire le competenze necessarie per lavorare all'interno del settore marketing e del turismo.

CONTENUTI DEL CORSO

Modulo 1: Introduzione al Marketing Turistico

- Attenzione al cliente
- Cosa si intende per Marketing del Turismo
- Il marketing nel settore della ospitalità
- Comprendere il mercato e i bisogni del cliente
- Progettazione di una strategia di marketing determinata dal cliente

Modulo 2: I servizi nel marketing turistico

- La cultura del servizio
- Le caratteristiche del marketing dei servizi
- Strategie di management per le imprese dei servizi

Modulo 3: Ruolo del marketing nella pianificazione strategica

- Natura di un business ad alte prestazioni
- Pianificazione strategica aziendale: definizione del ruolo del marketing
- Strategia di marketing e marketing mix
- Gestire lo sforzo di marketing

Modulo 4: L'ambiente di marketing

- Il microambiente
- Il macroambiente
- Le relazioni tra i fattori ambientali
- La risposta all'ambiente di marketing

Modulo 5: Sistemi informativi e ricerche di marketing

- Informazioni di marketing e conoscenza della cliente tela
- Il sistema informativo di marketing
- Ricerca di marketing

Modulo 6: Il comportamento d'acquisto nei mercati di consumo e nelle organizzazioni

- Un modello di comportamento di consumo
- Caratteristiche personali che influiscono sul comportamento dei consumatori
- Il processo decisionale degli acquirenti
- I partecipanti al processo d'acquisto delle organizzazioni
- Principali fattori di influenza sugli acquirenti delle organizzazioni
- Decisioni d'acquisto nelle organizzazioni
- Il mercato dei gruppi
- I meeting delle associazioni
- il viaggiatore d'affari

Modulo 7: Segmentazione, scelta dei mercati obiettivo, posizionamento

- I mercati
- La segmentazione del mercato obiettivo
- Il posizionamento

Modulo 8: Progettazione e gestione dei prodotti e dei brand

- Cosa è un prodotto
- I livelli del prodotto
- Le decisioni relative alla marca-
- Lo sviluppo di nuovi prodotti
- Le strategie del ciclo di vita del prodotto

Modulo 9: Strategie e tecniche per la definizione del prezzo

- Il prezzo
- Fattori da tenere in considerazione nel definire il prezzo
- Metodi generali per la scelta dei prezzi
- Le strategie di prezzo
- Revenue management
- In prezzi psicologici e numeri del prezzo
- Le. Modifiche dei prezzi

Modulo 10: I canali distributivi

- Le catene di fornitura e la rete del valore
- Natura e importanza dei sistemi di distribuzione
- Gli intermediari di marketing
- Funzionamento e organizzazione el canale
- La selezione e la responsabilità dei membri del canale

Modulo 11: Comunicazione e mix promozionale

- Il mix promozionale
- La comunicazione integrata di marketing

- Le fasi del processo di comunicazione
- Definire il budget complessivo per la comunicazione di marketing
- Gestire e coordinare la comunicazione integrata di marketing

Modulo 12: Marketing diretto e marketing digitale

- Il marketing diretto e digitale
- Marketing online e social media marketing
- Database della clientela e marketing diretto
- Il marketing diretto come strumento per costruire relazioni
- Forme tradizionali di marketing diretto
- Privacy e sicurezza online

Modulo 13: Passaparola, social media e recensioni dei clienti

- La digitalizzazione del passaparola
- I social media

Modulo 14: Il marketing della destinazione

- La globalizzazione della industria turistica
- L'importanza del turismo per l'economia di una destinazione
- Strategie e investimenti nel turismo
- La segmentazione e il monitoraggio del mercato turistico
- La comunicazione delle destinazioni turistiche

Modulo 15: realizzazione di un piano di marketing, sua presentazione e condivisione

Modulo 16: Inglese turistico/business English

- Ripasso dei principali tempi verbali e costrutti grammaticali
- Terminologia turistica e commerciale
- Simulazione di email, telefonate e conversazioni in lingua
- Role-play: accoglienza clienti, gestione di reclami.

Modulo 17 – Ricerca Attiva del Lavoro

- La ricerca attiva del lavoro
- Curriculum Vitae e modalità di presentazione
- Il colloquio di lavoro

Modulo 18 - Formazione Generale Dei Lavoratori In Materia Di Sicurezza D.Lgs. 81/08 (MODULO OBBLIGATORIO)

L'obiettivo della formazione generale dei lavoratori, nel rispetto dell'Accordo Stato Regioni in vigore dal 26 gennaio 2012, è fornire conoscenze generali sui concetti di danno, rischio, prevenzione, fornire conoscenze rispetto alla legislazione e agli organi di vigilanza in materia di sicurezza e salute sul lavoro. La formazione deve essere completata entro 60 giorni dall'assunzione.

Contenuti:

1. Concetto di rischio.
2. Concetto di danno.
3. Concetto di prevenzione.
4. Concetto di protezione.
5. Organizzazione della prevenzione aziendale.
6. Diritti, doveri e sanzioni per i vari soggetti aziendali.
7. Organi di vigilanza, controllo e assistenza.

Modulo 19 - Diritti E Doveri Dei Lavoratori Temporanei (MODULO OBBLIGATORIO)

Dal lavoro interinale al lavoro in somministrazione: la legislazione in materia di lavoro temporaneo

Definizione del lavoro in somministrazione

Sistema del lavoro in somministrazione: triangolazione lavoratore, agenzia, impresa utilizzatrice

Gli ambiti di ammissibilità e i divieti previsti dalla legislazione e dai contratti collettivi nazionali di categoria dell'impresa utilizzatrice

Il CCNL per i lavoratori temporanei

Le materie di competenza e gli obblighi dell'agenzia per il lavoro

Le materie di competenza e gli obblighi dell'impresa utilizzatrice

Il contratto commerciale tra agenzia ed impresa utilizzatrice: che cosa deve necessariamente contenere

Il contratto tra lavoratore e agenzia di somministrazione: che cosa deve necessariamente contenere

La Bilateralità: Forma.temp – finalità e modalità di accesso alla formazione

MODALITA' EROGAZIONE:

IL CORSO SI SVOLGERA' IN MODALITA' WEBINAR attraverso la piattaforma GotoMeeting.

Necessario possedere **PC o tablet provvisti di webcam, audio e microfono funzionanti.**

E' vietato utilizzare smartphone.

CALENDARIO

DATA	ORARIO
mercoledì 1 ottobre 2025	9:00-13:00
mercoledì 1 ottobre 2025	14:00-16:00
giovedì 2 ottobre 2025	14:00-16:00
giovedì 2 ottobre 2025	9:00-13:00
venerdì 3 ottobre 2025	9:00-13:00
venerdì 3 ottobre 2025	14:00-16:00
lunedì 6 ottobre 2025	9:00-13:00
lunedì 6 ottobre 2025	14:00-16:00
martedì 7 ottobre 2025	14:00-16:00
martedì 7 ottobre 2025	9:00-13:00
mercoledì 8 ottobre 2025	9:00-13:00
mercoledì 8 ottobre 2025	14:00-16:00
giovedì 9 ottobre 2025	14:00-16:00
giovedì 9 ottobre 2025	9:00-13:00
venerdì 10 ottobre 2025	9:00-13:00
venerdì 10 ottobre 2025	14:00-16:00
lunedì 13 ottobre 2025	9:00-13:00
lunedì 13 ottobre 2025	14:00-16:00
martedì 14 ottobre 2025	14:00-16:00
martedì 14 ottobre 2025	9:00-13:00
mercoledì 15 ottobre 2025	9:00-13:00
mercoledì 15 ottobre 2025	14:00-16:00
giovedì 16 ottobre 2025	14:00-16:00
giovedì 16 ottobre 2025	9:00-13:00
venerdì 17 ottobre 2025	9:00-13:00

venerdì 17 ottobre 2025	14:00-16:00
lunedì 20 ottobre 2025	9:00-13:00
lunedì 20 ottobre 2025	14:00-16:00
martedì 21 ottobre 2025	14:00-16:00
martedì 21 ottobre 2025	9:00-13:00
mercoledì 22 ottobre 2025	9:00-13:00
mercoledì 22 ottobre 2025	14:00-16:00
giovedì 23 ottobre 2025	14:00-16:00
giovedì 23 ottobre 2025	9:00-13:00
venerdì 24 ottobre 2025	9:00-13:00
venerdì 24 ottobre 2025	14:00-16:00
lunedì 27 ottobre 2025	9:00-13:00
lunedì 27 ottobre 2025	14:00-16:00
martedì 28 ottobre 2025	14:00-16:00
martedì 28 ottobre 2025	9:00-13:00
mercoledì 29 ottobre 2025	9:00-13:00
mercoledì 29 ottobre 2025	14:00-16:00
giovedì 30 ottobre 2025	14:00-16:00
giovedì 30 ottobre 2025	9:00-13:00
venerdì 31 ottobre 2025	9:00-13:00
venerdì 31 ottobre 2025	14:00-16:00
lunedì 3 novembre 2025	14:00-16:00
lunedì 3 novembre 2025	9:00-13:00
martedì 4 novembre 2025	9:00-13:00
martedì 4 novembre 2025	14:00-16:00
mercoledì 5 novembre 2025	14:00-16:00
mercoledì 5 novembre 2025	9:00-13:00
giovedì 6 novembre 2025	9:00-13:00
giovedì 6 novembre 2025	14:00-16:00
venerdì 7 novembre 2025	9:00-13:00
venerdì 7 novembre 2025	14:00-16:00

PRESENTAZIONE CORSO:

Giovedì 25 Settembre 2025 alle ore 11.00

Tutti i candidati idonei riceveranno tramite mail l'invito per partecipare all'incontro (in modalità webinar) necessario per verificare i singoli dispositivi utilizzati, test audio.

Coglieremo l'occasione anche per rispondere ad eventuali domande relative all'organizzazione del corso.

Provvederemo poi ad inviare la conferma di ammissione al corso, previa verifica dei posti disponibili

Per ulteriori informazioni sul fondo e sulle modalità di accesso ai corsi finanziati Forma.temp si rimanda al sito www.formatemp.it