

[<< Torna all'elenco](#)

Sezione 1 - Social Media Marketing, Promozione Turistica Territoriale E Internazionalizzazione Delle Strutture Ricettive Locali

Dati generali	Caratteristiche		ISTAT Professioni
Durata (in ore) 200	Ore in aula 200	Ore in laboratorio 0	Tipologia laboratorio
Settore turismo alberghiero e ristorazione			
Ambito Nuovi settori hi-tech nella Regione Puglia			
Descrizione Ambito Social Media Marketing e Promozione turistica territoriale			
Figura di Riferimento Figura non codificata			
Descrizione Figura Il corso intende promuovere la figura di Esperto Social Media Marketing con competenze nella web communication per lo sviluppo dell'offerta turistica territoriale a fine di intervenire nell'accrescere sensibilmente la visibilità delle aziende e dei brand pugliesi all'interno delle community 2.0. L'esperto viene inquadrato come figura imprenditoriale a sé, in grado di prestare consulenza privata alle strutture ricettive e di sfruttare l'interscambio di informazioni multimediali per gestire tatticamente i vari canali della comunicazione. L'esperto, pertanto, sarà in grado di collaborare internamente o esternamente con strutture turistico-ricettive per le quali si sperimenteranno nuove opportunità di internazionalizzazione e conseguenti ricadute in termini di promozione e visibilità.			
Obiettivi di apprendimento (Competenze in uscita) Il web 2.0. ha permesso il passaggio ad una nuova strategia di elaborazione dell'informazione e delle conoscenze, giungendo ad una comunicazione dal basso verso l'alto (persone che attraverso la rete possono generare e partecipare al ciclo informativo/ promozionale).Pertanto, la rivoluzione del web sul marketing influisce tempestivamente nell'aumentare i possibili canali di concretizzazione di nuove opportunità commerciali, a tal punto da poter coinvolgere come addetti ai lavori, sempre più i giovani, incentivati dalla padronanza assoluta del web,dei social media e delle tecnologie innovative. L'Offerta del Corso sarà mirata all'utilizzo delle moderne tecniche di social-media marketing e al fornire strumenti linguistici adeguati e strategie marketing ben definite, per una comunicazione ad hoc con il mondo globale sul quale centrare il proprio raggio di azione.			
Struttura del Percorso e Contenuti Formativi Le attività saranno organizzate seguendo tematiche volte a soddisfare le competenze previste e in seguito descritte. Esso sarà strutturato nel seguente modo: UC1 Infomatica (70 ore) UC2 Lingua Inglese (50 ore) UC3 Strategie Business & Marketing in ambito turistico (60 ore) UC4 Legislazione del Turismo (20 ore) Si intende fornire un know-how che porterà i destinatari ai seguenti traguardi: Competenze di Linguistica Informatica, con particolare attenzione ai Social Network, Comunicazione tecnica in lingua straniera; Business skills e acquisizione di strategie per chiamare all'azione l'utenza (call to action); acquisizione di base degli aspetti legislativi in ambito turistico.			
Attestazione finale Attestato di Frequenza con profitto			
Modalità Valutazione Finale degli Apprendimenti Gli apprendenti si misureranno con esami finali nei quali ognuno di loro svilupperà una propria idea progettuale che soddisfi i seguenti criteri: Creazione di Business Plan mirato all'ambito di riferimento; Pianificazione strategie promozionali alternative utilizzando piattaforme in rete; Dialogo orale e Role Play in ambito linguistico in modo da proporre la propria idea progettuale su scala internazionale e favorire l'interlocuzione cross-language.			
Fabbisogno Occupazionale I fabbisogni occupazionali e le nuove posizioni lavorative cambiano in base alle congiunture economiche attuali. In questo contesto la figura dell'esperto informatico, oltre che ad essere molto ambita e ricercata, aggiunge alla propria competenza, skills di comunicazione linguistica con il fine di promuovere internazionalizzazione aziendale, favorirne lo sviluppo e incrementare la bilancia commerciale.			
Note			

