



REGIONE
PUGLIA

PUGLIA
FESR-FSE
2014/2020
Il futuro alla portata di tutti



LA FABBRICA DEL SAPERE
Accademia di Formazione, Ricerca e Sviluppo

MiFORMOeLAVORO

POR PUGLIA 2014-2020 Asse VIII - Promuovere la sostenibilità e la qualità dell'occupazione e il sostegno alla mobilità professionale.
Azione 8.2 - "Interventi rivolti ai disoccupati" (FSE)

Denominazione Corso	Marketing Turistico
Sezione	Sezione 3 - Offerta Formativa su Competenze Tecnico Professionali correlate al RRFP
Figura di Riferimento	248 - tecnico della progettazione, definizione e promozione di piani di sviluppo turistico e promozione del territorio
Durata (in ore)	210
N.ro Ore Aula	210
N.ro Ore Laboratorio	0
Prerequisiti d'ingresso	Aver adempiuto al diritto-dovere o esserne disciolto
Struttura del Percorso e Contenuti Formativi	<ul style="list-style-type: none"> - (Durata modulo: 12 ore) Banche dati statistiche per l'analisi dei principali parametri di riferimento del settore turistico - (Durata modulo: 12 ore) Principali metodologie della ricerca di mercato per svolgere indagini di scenario, ricerche sui comportamenti d'acquisto, analisi banche dati specifiche - (Durata modulo: 30 ore) Specificità del territorio per sviluppare proposte coerenti con gli aspetti peculiari del contesto di riferimento - (Durata modulo: 12 ore) Budgeting per la quantificazione dell'entità dell'investimento necessario e valutazione della sostenibilità dell'iniziativa - (Durata modulo: 18 ore) Elementi di psicologia per poter individuare la clientela potenziale e progettare specifiche iniziative - (Durata modulo: 18 ore) Funzionamento di tour operator, agenzie di viaggi e compagnie di trasporti per poter integrare al meglio i vari attori coinvolti nella promozione - (Durata modulo: 30 ore) Leve del marketing mix: prodotto, prezzo, distribuzione, pubblicità - (Durata modulo: 18 ore) Marketing operativo per utilizzarne in maniera efficace i modelli e gli strumenti: meccanismi e strategie di comunicazione pubblicitaria, leva promozionale - (Durata modulo: 24 ore) Modelli e strumenti del marketing strategico: posizionamento prodotto, analisi per matrici, metodi di segmentazione, portafoglio prodotti - (Durata modulo: 18 ore) 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 - (Durata modulo: 18 ore) Tecniche promozione del territorio attraverso il web
Modalità di Valutazione Finale degli Apprendimenti	TEST A RISPOSTA MULTIPLA
Attestazione Finale	Dichiarazione degli apprendimenti