

CORSO A CATALOGO - 2011 - Corso ID: 7838 - Marketing e Management Territoriale
Dati principali - Corso ID: 7838 - Marketing e Management Territoriale

ID Corso:	7838
Titolo corso:	Marketing e Management Territoriale
Tipologia corso:	Corsi di specializzazione
Link dettaglio Master:	(Non compilato)
Master di 1° livello o 2° livello:	(Non compilato)
Indirizzo del Master:	(Non compilato)
Area Tematica:	Marketing e commerciale
Settori:	- Noleggio, agenzie di viaggio, servizio di supporto alle imprese
Obiettivi:	L'applicazione delle logiche del marketing alla promozione e valorizzazione del territorio costituisce un fenomeno che va attribuito alla crescente internazionalizzazione delle imprese e al sempre maggiore peso economico assunto dal fenomeno turistico. In tale scenario i territori entrano in concorrenza tra loro e si trovano nell'esigenza di sviluppare le proprie risorse locali e di comunicare, in maniera efficace, i benefici offerti ai potenziali "clienti del territorio". Fondamentale è quindi il ruolo del marketing del territorio che provvede ad individuare e valorizzare gli strumenti e le risorse potenzialmente utili alle aree territoriali, al fine di ottenere e/o rafforzare i vantaggi competitivi, sia di tipo economico, che socio-culturale. In tal senso, il corso si propone di formare delle figure che possano proporsi come esperti nelle attività di pianificazione e realizzazione di marketing territoriale.
Risultati attesi:	L'azione corsuale è finalizzata all'acquisizione di competenze/conoscenze specifiche del settore di riferimento. L'esperto in marketing management territoriale è una figura professionale che, mentre sviluppa competenze specialistiche (marketing, network e project management) migliora la capacità di coordinamento delle imprese attraverso un orientamento sistemico, aiutando i diversi soggetti presenti sul territorio a riconoscere e valorizzare le risorse disponibili rispetto alle opportunità di mercato.
Modalità valutazione:	La verifica finale costituirà la naturale conclusione dell'iter formativo del beneficiario finale, durante la quale lo stesso illustrerà l'attività svolta sottolineando le problematiche riscontrate e i risultati conseguiti. Essa sarà fondamentale per la certificazione delle competenze acquisite. Successivamente saranno consegnati agli allievi gli attestati di specializzazione. Sarà quindi uno strumento per incentivare e stimolare l'attività progettuale svolta dai corsisti nella seconda metà dell'iter formativo, nonché per offrire loro l'opportunità di presentare ufficialmente il lavoro svolto.

Informazioni titolo di studio - Corso ID: 7838 - Marketing e Management Territoriale

Tipologia destinatari:	Tipologia destinatari
Titolo di studio:	Diploma di maturità e scuola superiore
Gruppo corsi laurea:	(Non compilato)
Altri requisiti di accesso:	I corsisti dovranno avere come requisito minimo il diploma. Nello specifico potranno avere il diploma e/o maturità classica e/o scientifica, diploma di istituto tecnico commerciale, diploma di istituti professionali afferenti il settore di riferimento.

Altre informazioni - Corso ID: 7838 - Marketing e Management Territoriale

Durata totale corso (in ore):	240
Costo di iscrizione per partecipante (EURO):	6.000
Ore attività formazione in aula:	180

Ore attività FAD:	(Non compilato)
Ore attività Outdoor:	(Non compilato)
Ore attività stage/project work:	60
Ore attività visite guidate:	(Non compilato)
Ore attività studio individuale:	(Non compilato)
Note su attività:	(Non compilato)
Partenariato con Università:	No
Dettaglio Partner estremi accordo:	(Non compilato)
Rilascio crediti formativi:	No
Specifiche crediti rilasciati:	(Non compilato)
Attestazione al termine del corso:	Attestato di frequenza
Note attestazione:	Attestato di frequenza al corso "Marketing e Management Territoriale"
Prove selettive/ammissibilità:	Si
Contenuti FAD:	(Non compilato)
Specifiche tecniche attività FAD:	(Non compilato)
Presenza Tutor per l'attività di FAD:	(Non compilato)
Parte dell'attività svolta altrove:	No
Durata dell'attività svolta altrove:	(Non compilato)
Motivazione:	(Non compilato)
Sede dell'attività svolta altrove:	(Non compilato)

Moduli didattici - Num. moduli: 10

Moduli Didattici - Corso ID: 7838 - Marketing e Management Territoriale

Descrizione:	Marketing management
Contenuto:	<ul style="list-style-type: none"> - Introduzione al marketing - La raccolta delle informazioni - Il piano di marketing - Il piano strategico di marketing - Il piano tattico di marketing - Il marketing del territorio - Il servizio turistico ed il prezzo - La distribuzione
Durata:	Ore 40
Modalità formativa:	FORMAZIONE IN AULA

Descrizione:	L'Organizzazione delle Aziende Turistiche
Contenuto:	L'evoluzione del settore turistico in Italia e nel mondo. L'influenza dei fattori ambientali. Le diverse tipologie di turismo. Le diverse tipologie di strutture ricettive. Principi di Organizzazione aziendale. Organigramma e mansionari. Gli stili di direzione. La gestione dei processi. Il mercato

dei Tour Operator, Catene Alberghiere, Agenzie di Viaggio, Vettori.

Durata: Ore 15
Modalità formativa: FORMAZIONE IN AULA

Descrizione: Programmazione Territoriale

Contenuto: Il concetto di distretto - I vantaggi delle economie distrettuali: economie di scala, di specializzazione, di transazione. Il consorzio come "polo nodale" della rete distrettuale. Le funzioni attivabili da un consorzio. Il ciclo di vita di un consorzio - Aspetti giuridico-gestionali. La gestione del prodotto-area: il marketing territoriale. Il sistema pubblico nel turismo e il ruolo promozionale delle istituzioni. Le strategie promozionali delle imprese private: le fiere, gli educational tour, i contatti con l'intermediazione. Aspetti critici dei rapporti tra imprese e l'intermediazione. Applicazione esemplificativa ad un'area territoriale tipica (case study). Cenni alla teoria degli investimenti.

Durata: Ore 20
Modalità formativa: FORMAZIONE IN AULA

Descrizione: Comunicazione efficace - comunicazione al cliente e di gruppo

Contenuto: La capacità di comunicare. La necessità di comunicare. Gli ostacoli alla comunicazione. Il concetto di distorsione. Definizione del concetto di comunicazione. Analisi del processo di comunicazione. Il modello di comunicazione. L'analisi dell'ambiente. La struttura dell'intervento. La percezione. La comunicazione non verbale. L'ascolto attivo. La gestione dei reclami. La comunicazione scritta. La comunicazione in pubblico. La comunicazione in gruppo. La comunicazione di gruppo. Il piano di comunicazione. Tecniche pubblicitarie di promozione. Le pubbliche relazioni. Gli strumenti del direct marketing.

Durata: Ore 15
Modalità formativa: FORMAZIONE IN AULA

Descrizione: Web Marketing e Promozione di Area

Contenuto: Progettazione e realizzazione di un sito Web - Gestione del progetto - Definizione degli obiettivi - Analisi iniziale e del progetto - Realizzazione "tecnica" - Valutazione dei siti web: modelli e utilizzi - Promozione del web - Manutenzione e aggiornamento - Esercitazioni: Ricerca in Rete - Valutazione siti - Disegno concettuale di un sito.

Durata: Ore 30
Modalità formativa: FORMAZIONE IN AULA

Descrizione: Il Sistema della Qualità nelle Società di Servizi

Contenuto: Cosa si intende per servizio. Dalla qualità dei prodotti a quella dei servizi. Le funzioni dirigenti aziendali. Efficienza/efficacia. Il prodotto. Il servizio. Qualità di prodotto e servizio. Aziende manifatturiere. Società di servizio. La soddisfazione del bisogno: dare una soluzione ai problemi proposti dal cliente. Organizzare un servizio di qualità. La progettazione: come progettare un servizio; rilevazione grado di soddisfazione. Verificare costantemente che gli obiettivi programmati siano stati raggiunti. Il ciclo della qualità. Modelli di riferimento. ISO attivo a livello mondiale. CEN attivo a livello europeo. UNI attivo a livello nazionale.

Durata: Ore 15
Modalità formativa: FORMAZIONE IN AULA

Descrizione: Lingua inglese

Contenuto: Fraseologia tipica delle comunicazioni commerciali. Come si scrive una lettera commerciale. Role Playing, introduzioni e presentazioni. Gestione dei rapporti telefonici in lingua inglese. Vocabolario internet

Durata: Ore 15

Modalità formativa: FORMAZIONE IN AULA

Descrizione: Accesso al finanziamento pubblico e accesso al credito per le imprese

Contenuto: Classificazione degli aiuti finanziari alle imprese.
Leggi Regionali - Leggi Nazionali - Leggi Comunitarie.
Progettazione, coordinamento, rendicontazione economica dei progetti.
Micro e medio-credito.

Durata: Ore 15

Modalità formativa: FORMAZIONE IN AULA

Descrizione: Rapporto Impresa e Mercato

Contenuto: I fondamenti delle analisi di mercato: le problematiche informative nel mercato turistico; struttura del mercato territoriale; domanda del mercato territoriale: domanda, offerta, componenti territoriali. Il valore economico delle informazioni. L'informazione come strumento di analisi del mercato. Le dinamiche del turismo internazionale (fusioni e gruppi).
Le tecniche di elaborazione delle analisi di mercato: l'identificazione delle variabili e dei dati necessari. Le fonti dei dati. Analisi degli obiettivi delle elaborazioni. La preparazione di un report di un'analisi di mercato a livello di area.

Durata: Ore 15

Modalità formativa: FORMAZIONE IN AULA

Descrizione: Project work

Contenuto: Piano di marketing territoriale
Il management territoriale

Durata: Ore 60

Modalità formativa: STAGE/PROJECT WORK

Aree di lavoro, gruppi di competenze e competenze

Area tematica	Area di lavoro		Gruppo di competenze		
Marketing e commerciale	Gestione vendite		Gestione della rete di vendita		
Competenza	Liv. min.	Modalità verifica	Tipo	Classe	Val. somm.
Saper realizzare la valutazione di make or buy relativamente alla rete di vendita	3	Verifica documentale	Mappata	con richiesta di specifico livello in ingresso	4
Saper identificare la rete distributiva più adeguata a sostenere il raggiungimento degli obiettivi commerciali in coerenza con la strategia aziendale	3	Verifica documentale	Mappata	con richiesta di specifico livello in ingresso	4
Saper valutare il potenziale e definire il dimensionamento delle zone di vendita per venditore	3	Verifica documentale	Mappata	con richiesta di specifico livello in ingresso	5
Saper organizzare, strutturare e mantenere un'organizzazione di vendita che assicuri la necessaria pressione quantitativa e qualitativa sulla clientela	3	Verifica documentale	Mappata	con richiesta di specifico livello in ingresso	6

Edizioni - Num. edizioni: 1
Edizioni - ID corso: 7838 - Marketing e Management Territoriale
Dati principali edizione - ID edizione: 7171

ID sede:	5111
Sede di svolgimento:	Bluesea Formazione
Provincia:	LECCE
Comune:	CARMIANO
Indirizzo:	Via Monteroni, 9
Località:	Magliano
CAP:	73041
Telefono:	0832603617
Fax:	0832603617
Email:	info@blueseaformazione.it
Data scadenza iscrizione:	04/08/2011
Data avvio:	20/10/2011
Data fine prevista:	07/04/2012
Num. minimo Voucher:	4
Num. partecipanti max.:	18
Modalità svolgimento corso:	Giovedì e Venerdì dalle ore 16.00 alle ore 20.00 e Sabato dalle ore 9.00 alle ore 13.00 per un totale di n. 12 ore settimanali, con sospensione durante il periodo natalizio.
Specifiche su prove:	(Non compilato)

Docenti - ID edizione: 7171

Docenti: Il corpo docente è composto da professionisti operanti nel settore di riferimento con i seguenti

profili: laurea in economia, laurea in scienze della comunicazione, laurea in ingegneria gestionale, informatica, ecc..

Partenariato - ID edizione: 7171

Partenariato: No
Dettaglio: (Non compilato)

Accessibilità - ID edizione: 7171

Accessibilità persone disabili: Sì
Specifiche accessibilità: Assenza di barriere architettoniche. Servizi igienici appropriati.

Referente - ID edizione: 7171

Nome: Antonio
Cognome: Torsello