

Contenuti del Corso e Monte Ore

“SOCIAL MEDIA MANAGER – SETTORE TURISTICO”

100 ORE

Dati Generali	<p><u>SOCIAL MEDIA MANAGER – SETTORE TURISTICO.</u></p> <p>Tipologia Formativa: DIRITTO MIRATO Periodo del progetto: Marzo / Aprile 2022. Orario delle lezioni: Dal lunedì al venerdì. Durata: 100 ore. Sede: WEBINAR. Partecipanti: 10/12 persone.</p>
Destinatari	<ul style="list-style-type: none"> - Ex lavoratori in somministrazione con 45 giorni di disoccupazione ed almeno 110 giornate di lavoro negli ultimi 12 mesi. - Ex lavoratori al termine della procedura in Mancanza di Occasioni di Lavoro.
Figura professionale in uscita	3.3.3.5.0 - Tecnici del marketing.
Obiettivi	<p>Acquisizione di competenze e strumenti per comprendere le opportunità che derivano da gestione efficace dei social network e del marketing attraverso il web. Il Social Media Manager in ambito turistico: E' una figura professionale molto richiesta dal mercato del lavoro e che si è fortemente affermata negli ultimi anni.</p>
Articolazione didattica	<p>Modulo 1 - SOCIAL MEDIA MANAGER (20 ore di teoria).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Facebook Marketing. • Facebook – approfondimento. • Instagram Marketing. • Instagram – approfondimento. • Twitter. • LinkedIn Marketing. • Edit con Youtube. • Seo & Sem. • Seo approfondimento. • Social Media Manager. • Storytelling. • Web Reputation. • Business Blogging. <p>Modulo 2 - SICUREZZA GENERALE (4 ore di teoria).</p> <ul style="list-style-type: none"> • La Formazione Generale. • Tutela della salute e sicurezza. • Figure della sicurezza. • Accordo Stato Regioni 2011. • Il sistema Legislativo. • Diritti e Doveri per la tua sicurezza. • Quiz Game Formazione Lavoratori. • Concetti di pericolo, rischio, danno. • I soggetti del sistema di prevenzione aziendale. • I soggetti del sistema di prevenzione aziendale 2. • Contenuti del DVR. • La valutazione dei rischi. • Sistema Istituzionale Sicurezza. <p>Modulo 3 - SOFT SKILLS (33 ore di teoria).</p> <p>PROBLEM SOLVING e PROBLEM SOLVING DI GRUPPO: La COMUNICAZIONE.</p> <ul style="list-style-type: none"> • La comunicazione. • La comunicazione non verbale. • Atti linguistici e metamodelli. • Comunicazione aziendale. • Comunicazione non verbale in azienda. • Comunicazione verbale. • Canali e strumenti della comunicazione digitale. • Public Speaking. • La comunicazione nel governo dell'impresa.

	<ul style="list-style-type: none"> • Tecniche di comunicazione scritta. <p>TEAM WORKING E TEAM BUILDING: INFORMATICA.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sistema operativo. • Foglio di calcolo Avanzato. <p>INGLESE TECNICO.</p> <p>PRIVACY.</p> <p>STRESS MANAGEMENT.</p> <p>CONTRATTUALISTICA.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Le relazioni sindacali. • Amministrazione del personale. • Il lavoro temporaneo – Approfondimento. • Contrattualistica d’impresa. <p>ORGANIZZAZIONE AZIENDALE</p> <p>LE COMPETENZE 4.0</p> <ul style="list-style-type: none"> • Processo di selezione. • Il potenziale umano 4.0. <p>Modulo 4 - WEB MARKETING (37 ore di teoria)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Introduzione al Marketing – parte 1 + parte 2. • Definizioni di marketing. • L’ufficio stampa e il rapporto con i media. • Le strategie di web marketing. • Il Time Management. • CRM e Marketing relazionale. • Tecniche di vendita. • Come organizzare una rete di vendita. • La definizione del prezzo. • I clienti e gli stakeholder. • Lo studio del modello d’acquisto e la PNL. • Schema guidato per la creazione del piano di marketing. • Business Plan e il piano di marketing. • Piano di comunicazione integrata. • Public relation. • Il content Marketing: approfondimento parte 1 + parte 2. • Reputazione online e marketing convenzionale. • Le professioni del web. • Direct marketing. • Il piano di marketing con approfondimento. • Le ricerche di mercato con approfondimento. • La misurazione del customer satisfaction. • Google Analytics. • Caso studio: sito web Mulino Bianco. • Caso Bulgari. • Comunicazione di Marketing. • Comunicazione non convenzionale. • La comunicazione pubblicitaria. • Dal naming alla brand identity. • Elevator pitch. • Logaster. • E-commerce. • Processo e comportamento d’acquisto. • Economia ed internet. <p>Modulo 5 - MARKETING NEL SETTORE TURISTICO (6 ore di teoria).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Marketing delle imprese turistiche. • Marketing territoriale. • Strumenti di marketing territoriale. • Haccp.
Metodologie formative	<ul style="list-style-type: none"> • Lezione teorica. • Esercitazioni pratiche.
Durata	<ul style="list-style-type: none"> • Ore Teoria <div style="text-align: right;">100 ore</div>

Requisiti aula	MODALITA' WEBINAR
Requisiti Docente	<ul style="list-style-type: none">• Titolo di studio: Laurea• Esperienza Lavorativa: Pluriennale
Note	-----