

# Contenuti del Corso e Monte Ore

“SOCIAL MEDIA MANAGER – SETTORE TURISTICO”

100 ORE

---

Dati Generali	<p><b><u>SOCIAL MEDIA MANAGER – SETTORE TURISTICO.</u></b></p> <p><b>Tipologia Formativa:</b> DIRITTO MIRATO</p> <p><b>Durata:</b> 100 ore.</p> <p><b>Sede:</b> WEBINAR.</p>
Destinatari	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ex lavoratori in somministrazione con 45 giorni di disoccupazione ed almeno 110 giornate di lavoro negli ultimi 12 mesi.</li> <li>- Ex lavoratori al termine della procedura in Mancanza di Occasioni di Lavoro.</li> </ul>
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><b>Modulo 1 - SOCIAL MEDIA MANAGER (20 ore di teoria).</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Facebook Marketing.</li> <li>• Facebook – approfondimento.</li> <li>• Instagram Marketing.</li> <li>• Instagram – approfondimento.</li> <li>• Twitter.</li> <li>• LinkedIn Marketing.</li> <li>• Edit con Youtube.</li> <li>• Seo &amp; Sem.</li> <li>• Seo approfondimento.</li> <li>• Social Media Manager.</li> <li>• Storytelling.</li> <li>• Web Reputation.</li> <li>• Business Blogging.</li> </ul> <p><b>Modulo 2 - SICUREZZA GENERALE (4 ore di teoria).</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La Formazione Generale.</li> <li>• Tutela della salute e sicurezza.</li> <li>• Figure della sicurezza.</li> <li>• Accordo Stato Regioni 2011.</li> <li>• Il sistema Legislativo.</li> <li>• Diritti e Doveri per la tua sicurezza.</li> <li>• Quiz Game Formazione Lavoratori.</li> <li>• Concetti di pericolo, rischio, danno.</li> <li>• I soggetti del sistema di prevenzione aziendale.</li> <li>• I soggetti del sistema di prevenzione aziendale 2.</li> <li>• Contenuti del DVR.</li> <li>• La valutazione dei rischi.</li> <li>• Sistema Istituzionale Sicurezza.</li> </ul> <p><b>Modulo 3 - SOFT SKILLS (33 ore di teoria).</b></p> <p><b>PROBLEM SOLVING e PROBLEM SOLVING DI GRUPPO: La COMUNICAZIONE.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La comunicazione.</li> <li>• La comunicazione non verbale.</li> <li>• Atti linguistici e metamodelli.</li> <li>• Comunicazione aziendale.</li> <li>• Comunicazione non verbale in azienda.</li> <li>• Comunicazione verbale.</li> <li>• Canali e strumenti della comunicazione digitale.</li> <li>• Public Speaking.</li> <li>• La comunicazione nel governo dell'impresa.</li> <li>• Tecniche di comunicazione scritta.</li> </ul>

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

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