

# Tecnico del digital marketing turistico – SASSARI – CORSO CONCLUSO

**SEDE DEL CORSO:** Sassari

---

**DURATA:** 600 ore di cui 120 di alternanza presso azienda

---

**DATA DI AVVIO DEL CORSO:** 10 Dicembre 2018

---

**DATA DI CONCLUSIONE DEL CORSO:** 25 Ottobre 2019

---

**ESAMI:** 12-14 Novembre 2019

---

## **REQUISITI DI ACCESSO AL CORSO:**

Diploma di scuola secondaria superiore o Laurea di primo livello

Conoscenza della lingua Inglese (Livello A2)

Conoscenza degli applicativi informatici

---

## **TITOLO CONSEGUITO**

Codice del Profilo nel Repertorio Regionale dei Profili di Qualificazione (RRPQ): 56216 – **Tecnico del digital marketing turistico** – Livello 4 EQF

*L'obiettivo generale del progetto è formare figure professionali in grado di promuovere in modo innovativo le ricchezze ambientali e culturali della Sardegna attraverso metodi, tecniche, prodotti multimediali che possano garantire esperienze di visita uniche in innovativi percorsi turistici. È prevista inoltre la formazione di nuovi imprenditori nelle seguenti aree di specializzazione: **Turismo, beni culturali e***

**ambientali, ICT, Agrifood.**

<b>SEDE FORMATIVA E INDIRIZZO</b>	<b>I.FO.L.D. SASSARI</b> , via Principessa Mafalda di Savoia (c/o Istituto Tecnico Industriale “G.M. Angioy”)
<b>DESTINATARI</b>	<b>20 partecipanti</b> , di cui il <b>45% donne</b> (riserva posti), giovani fino a 35 anni o NEET, inoccupati, disoccupati, in possesso di: – Diploma di scuola secondaria superiore – Conoscenza della lingua Inglese (livello A2) – Conoscenza degli applicativi informatici (livello Europass Utente Autonomo)
<b>DURATA IN ORE</b>	<b>600 ore complessive</b> , di cui <b>120 ore di alternanza</b> presso impresa.

<p><b>DESCRIZIONE PROFILO</b></p>	<p>Il <b>Tecnico del digital marketing turistico</b> analizza il territorio e le tendenze del mercato turistico, propone e realizza le attività di promozione dei servizi turistico/ricreativi tramite il web e attraverso gli strumenti offerti dall'ICT, in coerenza con gli obiettivi delle organizzazioni per cui lavora, con le caratteristiche del territorio di riferimento ed il target di utenza individuato. Sulla base delle indicazioni strategiche della committenza si occupa, quindi, di <b>individuare le azioni di marketing digitale più opportune da realizzare, anche sui social network</b>. Ne calcola i costi e ne valuta preventivamente l'impatto in termini di promozione dell'offerta e di contributo al raggiungimento degli obiettivi generali di marketing e di quelli commerciali. Provvede all'attuazione delle azioni di marketing digitale, direttamente o interfacciandosi con l'eventuale fornitore, nel caso in cui siano affidate ad uno specialista esterno. Monitora l'andamento delle azioni di promozione realizzate e ne verifica i risultati ai fini del raggiungimento degli obiettivi a loro assegnati.</p>
<p><b>CONTESTO DI ESERCIZIO</b></p>	<p>Trova collocazione come lavoratore dipendente o consulente autonomo in imprese, cooperative o società che offrono servizi turistici, e/o in enti pubblici (Parchi, Aree marine, Comuni, Consorzi Turistici, Gal, ecc.). Si relaziona col mondo della comunicazione, quello commerciale e quello produttivo, monitora ed interpreta i mutamenti del mercato, dei prodotti e/o dei servizi di cui si occupa.</p>

**OBIETTIVI DI  
APPRENDIMENTO**

Al termine del percorso formativo i partecipanti saranno in grado di presidiare le seguenti Aree di Attività (AdA) acquisendone le relative Unità di Competenza (UC):

- AdA 9999404 Raccogliere informazioni strutturate sulle risorse reali e potenziali da valorizzare (ad esempio archeologiche, culturali, artistiche, naturalistiche ed enogastronomiche), in rapporto e sinergia con la specificità dell’offerta turistico ricreativa promossa dal committente.
- AdA 9999405 Analizzare le tendenze del mercato turistico, i bisogni e le risposte dei consumatori, verificando le esigenze della clientela di riferimento e le offerte dei competitors.
- AdA 722 Elaborare il piano di marketing con la definizione della strategia, delle azioni, dei risultati attesi e dei tempi previsti alla luce della situazione dei mercati di riferimento e delle caratteristiche dei prodotti e/o servizi da vendere on line.
- AdA 9999406 Realizzare le azioni previste dal piano di web e digital marketing, monitorandone l’impatto in termini di efficacia ed efficienza in rapporto agli obiettivi prefissati e agli investimenti sostenuti.

**Per maggiori informazioni:**

[info@liberamentesardegna.com](mailto:info@liberamentesardegna.com)

[www.liberamentesardegna.com](http://www.liberamentesardegna.com)