

## NOTE ESPLICATIVE

### WEB E SOCIAL MEDIA MARKETING

#### DESCRIZIONE PERFORMANCES A.D.A.:

Ogni allievo sarà in grado di agire le performances previste dalle 3 ADA che compongono il percorso formativo, in particolare:

- Gestire attività di marketing al fine di promuovere i servizi proposti e aumentarne il valore aggiunto – UC 1926
- Promuovere la struttura nei principali canali di vendita quali: fiere, educational, workshop di settore ed i principali provider al fine di assicurare, in ogni periodo dell'esercizio, il massimo impiego della struttura - UC 985
- Attuare le politiche di promozione della struttura ricettiva attraverso interventi di marketing, per ottenere il massimo utilizzo della struttura – UC 579

#### INFORMAZIONI UTILI

**DURATA IN ORE** 210 di cui 105 di stage

**NUMERO ALLIEVI:** 10

**SEDE DI SVOLGIMENTO** Portoferraio (LI)

**PERIODO DI SVOLGIMENTO:** dicembre 2018- aprile 2019

**SCADENZA ISCRIZIONE:** 7 DICEMBRE 2018

#### REQUISITI DI ACCESSO

- Maggiorenni
- Titolo di studio:
  - Titolo di istruzione secondaria superiore o almeno 3 anni di esperienza lavorativa nell'attività professionale di riferimento
- Status: Inattivi, inoccupati, disoccupati
- Iscrizione al Centro per l'Impiego di appartenenza
- I CITTADINI STRANIERI: Conoscenza lingua italiana liv A2 verificabile con test fornito dall'Agenzia

I cittadini non comunitari, unitamente agli altri documenti richiesti per la partecipazione al percorso di interesse, dovranno anche presentare:

- Dichiarazione di valore e di efficacia del titolo di studio
- Permesso di soggiorno per cittadini non comunitari

#### ULTERIORI REQUISITI RITENUTI OPPORTUNI

- Competenza digitale livello base verificabile con test scritto (Saranno esentati dalla prova i candidati in possesso di diploma ECDL o certificazione Mous IC3 o altro titolo attestante il possesso di competenze informatiche di base)

L'accertamento sarà effettuato attraverso un test a risposta multipla (50 items) in cui il candidato dovrà dimostrare conoscere il sistema operativo, editor di testo, foglio di calcolo, posta elettronica, internet e canali social.

- Competenza Lingua inglese livello A2 verificabile con test (così composto: test a risposta multipla, prova di lettura, prova di ascolto, prova di scrittura e colloquio)

## **DOCUMENTI RICHIESTI**

- Domanda di Partecipazione su format regionale scaricabile dal sito dell’Agenzia ([www.cescot-formazione.it](http://www.cescot-formazione.it));
- Copia documento d’identità in corso di validità
- Scheda anagrafica rilasciata dal CPI
- Copia del titolo di studio o autocertificazione
- Curriculum vitae redatto in formato europeo
- Per i cittadini non comunitari: Dichiarazione di valore e di efficacia del titolo di studio e permesso di soggiorno

## **ACCERTAMENTO REQUISITI IN INGRESSO**

Si procederà a verificare l’ammissibilità delle domande di iscrizione pervenute, accertando il possesso dei requisiti minimi posseduti dai candidati che dovranno presentarsi il **18/12/2018 dalle ore 9.00**. I candidati stranieri dovranno sostenere anche una prova di accertamento delle competenze linguistiche (livello ALTE A2 - Livello elementare), sono esclusi coloro che sono in possesso di titolo di studio conseguito in Italia o che abbiano idonea certificazione per la lingua Italiana – ALTE A2 o superiore.

Nel caso in cui il numero degli allievi ammissibili fosse superiore al numero previsto si procederà alla selezione che avverrà il **18/12/2018** dalle ore 11.00

## **RICONOSCIMENTO CREDITI**

Se richiesto dai partecipanti in sede di domanda di iscrizione, potranno essere valutati crediti formativi relativi a competenze percorso, precedentemente acquisite in ambiti formali, informali e non formali. In ogni caso i crediti formativi saranno riconosciuti solo fino ad un massimo del 50% delle ore di formazione previste dal progetto. L'esame finale dovrà comunque essere sostenuto su tutti i contenuti del percorso. E' prevista una procedura di accompagnamento per accoglienza, orientamento e bilancio competenze

## **ARTICOLAZIONE DIDATTICA**

Denominazione ADA/(UC)	Durata ore	conoscenze	capacità	UF n.	Denominazione UF
<b>Politiche di promozione</b> <b>UC 579</b>	60		Confrontarsi con i competitors e le loro tariffe di vendita delle camere e dei servizi accessori al fine di mantenere la competitività della propria offerta	4	tecniche di revenue e pricing
				5	stage
			Curare i rapporti con i tour operator e le agenzie di viaggio nazionali ed estere	1	tecniche di vendita
				5	stage
			Formulare offerte e pacchetti flessibili avvalendosi delle potenzialità offerte dall'e-commerce	1	tecniche di vendita
				5	stage
			Mettere in atto le strategie di comunicazione e marketing, al fine di aderire a consorzi o marchi di catena per aumentare la capacità di vendita e la propria visibilità sul mercato nazionale ed estero	2	politiche di marketing e promozione
				5	stage
			I principali canali di vendita per trovare nuovi potenziali segmenti di mercato dove poter inserire la propria azienda (eventi fieristici di settore, inserzioni su riviste specializzate, workshop, ecc...)	1	tecniche di vendita
				5	stage
	Metodologie di comparazione (Megasearch) tra le strutture ricettive con pari requisiti alla propria, per definire la tariffa di vendita migliore		4	tecniche di revenue e pricing	
		5	stage		
	Tecniche di gestione e organizzazione del pricing per gestire il prezzo di vendita delle camere secondo il periodo e la domanda		4	tecniche di revenue e pricing	
		5	stage		
	Tecniche di strategia tariffaria (revenue management) per rendere la tariffa dinamica intervenendo giornalmente sui siti dove la struttura è presente		4	tecniche di revenue e pricing	
		5	stage		

Denominazione ADA/(UC)	Durata ore	conoscenze	capacità	UF n.	Denominazione UF
<b>Promozione e della struttura ricettiva UC 985</b>	75		Applicare le principali leggi e normative del settore turistico	3 5	normativa di settore stage
			Attuare le politiche aziendali seguendo le indicazioni impartite dalla Direzione/Proprietà	1 5	tecniche di vendita stage
			Fidelizzare i Clienti attraverso le politiche di customer care	1 5	tecniche di vendita stage
			Garantire in ogni periodo dell'esercizio il livello occupazionale, utilizzando i contratti stipulati con Agenzie di Viaggio e Tour Operator	4 5	tecniche di revenue e pricing stage
			Promuovere un'offerta di servizi differenziata a seconda dei mercati di riferimento	2 5	politiche di marketing e promozione stage
			Dinamiche e flussi delle prenotazioni per pianificare e garantire il livello di utilizzo richiesto dalla Direzione/Proprietà	4 5	tecniche di revenue e pricing stage
			Politiche di booking (camere/sale riunioni) per collaborare con la Direzione/Proprietà alla definizione delle varie strategie di vendita secondo le necessità dettate dal mercato	4 5	tecniche di revenue e pricing stage
			Politiche di promozione aziendale utili ad incrementare il livello occupazionale della struttura ricettiva	2 5	politiche di marketing e promozione stage
			Principali AdV (Agenzie di Viaggio) e T.O. (Tour Operator), al fine di collaborare con la Direzione/Proprietà nella stipula di convenzioni e contratti per la vendita delle camere e delle sale riunioni	1 5	tecniche di vendita stage
			Principali normative sugli accordi internazionali per collaborare con la Direzione/Proprietà alla stipula degli accordi e convenzioni con le AdV ed i T.O.	3 5	normativa di settore stage
			Principali provider e motori di ricerca internet per conseguire il maggior livello di occupazione camere attraverso il posizionamento dell'azienda sui principali siti internet	1 5	tecniche di vendita stage

Denominazione ADA/(UC)	Durata	conoscenze	capacità	UF n.	Denominazione UF
<b>Gestione delle attività di marketing UC 1926</b>	75		Applicare adeguate tecniche di vendita dei servizi disponibili per incentivarne la fruizione	1 5	tecniche di vendita stage
			Applicare appropriate tecniche di promozione dell'offerta turistica per incrementare le presenze dei passeggeri del porto e diporto in genere	2 5	politiche di marketing e promozione stage
			Interagire con compagnie di trasporti, strutture ricettive e turistiche in genere per il loro coinvolgimento all'interno di iniziative specifiche di promozione	1 5	tecniche di vendita stage
			Operare una segmentazione dei comportamenti di consumo on line per definire la scelta del target di riferimento delle azioni di marketing	2 5	politiche di marketing e promozione stage
			Scegliere i canali di comunicazione più appropriati, tra quelli tradizionali e quelli innovativi, per la realizzazione delle azioni previste nel piano di marketing	2 5	politiche di marketing e promozione stage
			Utilizzare professionalmente i social networks per la comunicazione dei servizi offerti (utilizzarne le applicazioni avanzate, creare profili, implementarli con contenuti mirati aumentandone la diffusione)	2 5	politiche di marketing e promozione stage
		Fondamenti del web 2.0 (marketing relazionale, blog marketing, Social Media e principali sistemi di pubblicità e di branding del web 2.0) per sfruttare appieno le potenzialità della rete	2 5	politiche di marketing e promozione stage	
		Fondamenti di marketing territoriale per promuovere le specificità del retro porto	2 5	politiche di marketing e promozione stage	

Mercato del turismo nautico e caratteristiche dell'offerta turistica locale per meglio caratterizzare e contestualizzare le attività di promozione e marketing		2 5	politiche marketing promozione  stage	di e
Metodologie di marketing per incentivare la fruizione e l'utilizzo di servizi		2 5	politiche marketing promozione  stage	di e
Normativa sul turismo e organizzazioni turistiche (tour operator)		3 5	normativa settore  stage	di
Strategie di marketing in rete, per prevedere al meglio l'utilizzo delle nuove opportunità offerte al marketing dallo sviluppo di Internet		2 5	politiche marketing promozione  stage	di e
Strumenti di Customer care necessari a garantire un servizio efficace di assistenza alla clientela anche in funzione degli obiettivi di immagine definiti		1 5	tecniche vendita  stage	di
Tecniche e strumenti di direct marketing su Internet (come profilazione del cliente, pricing on line, advertising on line, promozione via Internet, ecc...), per sfruttare le potenzialità offerte dalla comunicazione on line nella promozione del prodotto/servizio		2 5	politiche marketing promozione  stage	di e

## Dettaglio uf

	U.F.	Durata	Aula	Laboratorio/ uscite
1	TECNICHE DI VENDITA	25	10	15
2	POLITICHE DI MARKETING E PROMOZIONE	35	10	17+8 in uscita
3	NORMATIVA DI SETTORE	10	10	
4	TECNICHE DI REVENUE E PRICING	35	10	25
5	STAGE	105		
	<b>Totale UF</b>	<b>210</b>		
	<b>Totale ore di accompagnamento<sup>1</sup></b>			
	<b>Totale percorso</b>	<b>210</b>		

### STAGE

Le aziende individuate appartengono tutte al settore turistico. Lo stage in azienda rappresenterà il momento fondamentale del percorso formativo. Saranno previste due distinte tipologie di stage, da proporre per differenti occasioni: Conoscitivo che avrà lo scopo di motivare il discente e di introdurlo in un'azienda operante nel settore di interesse: gli allievi avranno occasione, in questa fase, di muoversi soprattutto in veste di osservatore, affiancati da un tutor e supportati da strumenti e materiali didattici di indirizzo e monitoraggio. Applicativo, che comporterà un ruolo più attivo del discente: comincerà ad operare in affiancamento, con un progressivo grado di autonomia operativa, mettendo a frutto e potenziando le competenze acquisite. Durata dello stage 105 ore

#### Finalità e obiettivi delle prove:

Premesso che per l'ammissione all'esame finale è necessaria la frequenza di almeno il 70% delle ore previste di cui almeno il 50% delle ore di stage, al termine, previo superamento dell'esame finale sarà rilasciato un **Certificazione di Competenze**

È altresì previsto il rilascio di dichiarazione degli apprendimenti in caso di non superamento dell'esame finale o in caso di interruzione del percorso formativo

**Le verifiche si terranno durante tutto il percorso formativo così suddivise:**

#### → Prove intermedie o di fine UF

Saranno finalizzate ad accertare l'effettivo raggiungimento degli obiettivi formativi relativi ad ogni UF.

I risultati delle verifiche di fine UF contribuiranno a determinare la valutazione di ammissione all'esame finale.

La valutazione di ammissibilità all'esame sarà infatti il risultato della media ponderata di 3 distinte valutazioni: Prove intermedie o di fine UF, valutazione di percorso; Valutazione attività di stage.

Le prove di verifica saranno progettate dal responsabile dei processi di valutazione degli apprendimenti (esperto di valutazione degli apprendimenti e delle competenze, iscritto nell'elenco regionale) in collaborazione con i docenti incaricati.

#### → Valutazione andamento del percorso

Sarà effettuata al termine del percorso e sarà basata su indicatori quali: livello di partecipazione, livello motivazionale, livello di raggiungimento degli obiettivi formativi, livello di integrazione nel gruppo aula, frequenza attività didattiche.

#### → Valutazione attività di stage

Sarà finalizzata a verificare, all'interno di un contesto operativo, il raggiungimento di tutti gli obiettivi di apprendimento previsti dal percorso formativo, in termini di conoscenze e capacità.

#### → Prove per l'esame di qualifica

Le prove d'esame saranno finalizzate a verificare il possesso delle Unità di Competenze previste

<sup>1</sup> Inserire il totale delle ore ad allievo dedicate a misure di accompagnamento, ai sensi della DGR 532/09 e smi (in ingresso, in itinere e finali) di cui al paragrafo B.3.8 (si ricorda che le ore di accompagnamento fanno parte del percorso formativo).

dalla figura professionale / ADA di riferimento ovvero, l'effettiva capacità dei candidati di realizzare le performance associate alle Aree di Attività cui le Unità di Competenze, oggetto di certificazione, sono riferite.

Pertanto, i candidati saranno valutati attraverso:

- A) prove tecnico-pratiche da cui emergono performance relative a ciascuna Area di Attività associata alla figura professionale di riferimento
- B) un colloquio che potrà vertere sia sui risultati delle “prove tecnico-pratiche” effettuate, sia su specifiche Conoscenze o Capacità riferibili alle Aree di Attività/Unità di Competenze oggetto di valutazione. Le modalità di svolgimento del colloquio saranno definite dalla Commissione all'atto del proprio insediamento.

**il corso è completamente gratuito**