SCHEDA DI ISCRIZIONE

**CORSO DI DESTINATION MANAGEMENT E SOCIAL MEDIA MARKETING**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **COGNOME** |  | | | | | | |
| **NOME** |  | | | | | | |
| **FACOLTA’** |  | | | | | | |
| **CORSO DI LAUREA** |  | | | | | | |
| **INDIRIZZO** |  | | | | | | |
| **C.A.P.** |  | **CITTA’** | |  | | **PROV.** |  |
| **TEL.** |  | | | | **CELL.** |  | |
| **EMAIL** |  | | | | | | |
| **DATA DI NASCITA** |  | | **LUOGO** | |  | | |
| **N° di MATRICOLA** |  | | | | | | |
| DATA\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  FIRMA\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_    ***Informativa sul trattamento dei dati personali***  *Il trattamento dei dati personali viene svolto nel rispetto di quanto stabilito dall’ex art. 13 L. 196/03, ai* *sensi della Legge 675/1996, sulla tutela della privacy.*    DATA \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_    FIRMA\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | | | | | | | |

**Modalità di partecipazione:**

Per ritenersi iscritti al corso occorre inviare la scheda di iscrizione al seguente indirizzo e-mail**:**

**infocorsodms@libero.it**

***L'eventuale rinuncia al corso dovrà essere* *comunicata alla segreteria organizzativa tramite e-mail:* infocorsodms@libero.it**

**PROGRAMMA DEL CORSO**

Il corso ha una durata complessiva di 25 ore, strutturate in 4 moduli e suddivisi in queste giornate:

**20/22/24/27/29 APRILE 2020 DALLE 14.30 ALLE 17.30**

**04/06 MAGGIO 2020 DALLE 14.30 ALLE 17.30**

**08 MAGGIO 2020 DALLE 14.30 ALLE 18.30**

* **Modulo 1**,**​** della durata di 3 ore, durante le quali si partirà sintetizzando l’evoluzione dei sistemi dell’industria turistica, DMO (destination management organization) e DMS (sistema di gestione di una destinazione), soffermandosi sul ruolo dei professionisti e degli attori coinvolti a vari livelli, approfondendo il contesto economico e giuridico di riferimento
* **Modulo 2**,**​** della durata di 6 ore, durante le quali saranno approfonditi i temi del DMS (sistema di gestione di una destinazione), spiegando il ruolo, gli strumenti, le funzioni, e le strategie di una DMO (destination management organization) per sintetizzare l’identità di un territorio (la cosiddetta “Brand Identity”) e diffonderla presso gli stakeholder e verso il consumatore. In particolare saranno trasmesse conoscenze specifiche sulle azioni di marketing, promozione e promo-commercializzazione di una destinazione turistica.
* **Modulo 3**,**​** della durata di 8 ore, durante le quali sarà trattato in maniera approfondita il tema del turismo incoming ed outgoing dal punto di vista di un professionista del settore (agenzia viaggi/tour operator), sottolineando opportunità, minacce, approcci metodologici, strategie, strumenti ed azioni fondamentali per lavorarci in maniera profittevole;
* **Modulo 4**,**​** della durata di 8 ore, durante le quali saranno approfonditi i temi connessi all’utilizzo delle più moderne tecnologie di comunicazione e promozione. In particolare

ai partecipanti sarà insegnato come progettare una campagna di comunicazione attraverso i social network, come sfruttare al meglio gli strumenti del web per raggiungere un obiettivo professionale, come valorizzare il passaparola, come coinvolgere gli stakeholder nel processo di creazione di valore e come gestire in maniera fruttuosa i rapporti con gli stessi. Al termine della parte teorica del modulo, i partecipanti avranno la possibilità di mettere in pratica le conoscenze acquisite attraverso un project work.

Al termine di ogni lezione, i partecipanti saranno coinvolti in prima persona, attivando una fase di Brainstorming e dibattito, che consente di far emergere dubbi e curiosità, stimolando al contempo il loro senso critico.

L’iniziativa sarà ampiamente testimoniata attraverso storytelling sui canali social degli organizzatori.