



CORSO DI MANAGEMENT ED ECONOMIA DELLE DESTINAZIONI TURISTICHE (120 ORE)

Obiettivi: Formare competenze per la partecipazione lavorativa, l'avvio e la gestione di iniziative d'impresa nel settore turistico. Contribuire alla formazione interdisciplinare, fornendo gli strumenti di analisi e le modalità di gestione dei processi direzionali e di mercato nei vari segmenti di iniziativa turistica. Data la natura specialistica del Corso, costituisce requisito consigliato il titolo di studio (Diploma, Laurea Breve, ecc.) in discipline tecniche o specialistiche di settore (studi turistico - alberghieri o nel settore economico).

Modulo 1 (12h Teoria, 4h Pratica) *Il "mercato turistico": selezione delle opportunità di settore.*

Elementi e soggetti della Filiera Turistica - Individuazione e analisi dei trend sociali e demografici - Il mercato del Turismo: aspetti nazionali e internazionali - Strumenti di programmazione turistica: mercato classico e innovazione di segmento - Esercitazioni e casi pratici.

Modulo 2 (8h Teoria - 8h Pratica) *L'avvio di iniziative turistiche: normative di riferimento e modalità di approccio regolamentare*

Principali normative nel settore turistico Italiano - Modalità di gestione contrattuale di attività e iniziative - Le forme di proposta contrattuale e obblighi associati - Gestione dei rapporti con i soggetti istituzionali (PA) - Esercitazioni e casi aziendali.

Modulo 3 (8h Teoria - 8h Pratica) *Analisi territoriale e segmentazione della domanda turistica.*

Sostenibilità e sviluppo di un'iniziativa turistica d'impresa in un sistema territoriale - Impatto potenziale nel segmento di riferimento (Hospitality management, Destination e Event management, ecc.) - Strumenti e processi per l'individuazione del bacino di utenza potenziale - Valutazione degli effetti economici e di mercato (flussi di cassa, stagionalità, ecc.) - Esercitazioni e casi aziendali.

Modulo 4 (12h Teoria - 12 Pratica) *L'organizzazione dell'offerta turistica.*

Programmazione dei fattori di sviluppo dell'iniziativa - Organizzazione della struttura d'impresa e dei costi connessi all'iniziativa - Gestione e allocazione delle risorse tecniche e umane - Modelli "digitali" di offerta turistica - Esercitazioni e casi aziendali.

Modulo 5 (12h Teoria - 12 Pratica) *Strategie di marketing turistico e comunicazione: logiche e esperienze recenti*

Le leve per la creazione di valore nel settore turistico - Gli strumenti di marketing e la valorizzazione delle esigenze del cliente - La rilevanza della comunicazione nel raggiungimento degli obiettivi d'impresa - Esercitazioni e casi pratici.

Modulo 6 (8h Teoria - 8h Pratica) *Amministrazione, controllo e finanziamento delle iniziative imprenditoriali nel settore turistico*

Selezione degli indicatori-chiave per le valutazioni di performance turistica: mercato, soddisfazione del cliente, redditività - Il "prodotto Turistico": monitoraggio della performance economica e del beneficio atteso dall'iniziativa - Strategie digitali, analisi della reputazione e controllo della performance con i "data analytics" - Esercitazioni e casi pratici.

Modulo 7 (8h Teoria) *Moduli obbligatori.*

Dlgs. 81/08: Salute e Sicurezza sui luoghi di lavoro (4h Teoria)

Diritti e Doveri dei Lavoratori Temporanei (4h Teoria)

Abea S.r.l. con Unico Socio

Sede Legale Via B. Quaranta 47/A - 49 20139 Milano (MI)
Tel. +39 02 36587709 Fax +39 02 36587731 www.abeaform.it
C.F. P.IVA 05102840963 Cap. Soc. € 10.000 N°Rea 1797457

