

SECONDA
EDIZIONE

MASTER DESTINATION MANAGEMENT

CAGLIARI

OTTOBRE | DICEMBRE 2019

PER INFO E ISCRIZIONI

UPTOURISM | VIA NORA, 19
09026 SAN SPERATE (CA)
+39 339 2840734
INFO@UPTOURISM.IT

ORGANIZZATO DA



CARATTERISTICHE DEL MASTER

CAGLIARI

OTTOBRE | DICEMBRE 2019

7 MODULI DIDATTICI
56 ORE DI LEZIONE
20 ORE DI LABORATORIO
2 SEMINARI

“

Il Destination Manager è colui il quale riesce ad organizzare ed ottenere incoming turistico anche con le poche risorse a disposizione. Ma per farlo, serve un'adeguata conoscenza dei mercati, della domanda e dei moderni canali di comunicazione.

”

DOTT. MICHELE ORIENTE
FOUNDER AND MANAGING DIRECTOR OF
UPTOURISM - MILANO

+ 4 MESI DI AFFIANCAMENTO
PER UN SELEZIONATO
NUMERO DI PARTECIPANTI
UNDER 35 PRESSO LO STUDIO
UPTOURISM

FOCUS DEL MASTER

La globalizzazione dei mercati, la sharing economy ed il mutato linguaggio di comunicazione con l'arrivo delle nuove tecnologie hanno definitivamente rivoluzionato le logiche di promozione territoriale. Da un'offerta turistica monoprodotto si è passati ad un turismo esperienziale costruito su vari prodotti e rivolto a varie nicchie di mercato. Si creano, infatti, nuovi modelli di sviluppo, di promozione e promocommercializzazione dei territori. In quest'ottica l'obiettivo del Master è fornire ai partecipanti tutte le competenze necessarie per operare al meglio nel settore del turismo, con conoscenze professionali articolate e diversificate in più ambiti.



OBIETTIVI E DESTINATARI

CAGLIARI

OTTOBRE | DICEMBRE 2019

L'obiettivo del Master è fornire ai partecipanti tutte le competenze necessarie per operare al meglio nel settore del turismo, nella realizzazione di piani di marketing territoriali e nella progettazione di nuovi servizi turistici, fornendo gli strumenti per:

- > **Sviluppare piani di marketing** completi e orientati ad accrescere il numero di presenze in un dato territorio;
- > Acquisire competenze specifiche sugli **strumenti digitali** utili in tutti gli ambiti del settore turistico: dal marketing al social media marketing, dall'e-commerce alla brand reputation;
- > Approfondire gli aspetti di **gestione economica e finanziaria** dei territori e delle strutture ricettive, con particolare focus su crescita, investimenti e promozione commercializzazione dei prodotti turistici;
- > Elaborare piani di **club di prodotto** per essere più competitivi nel mercato internazionale.

Un percorso che si caratterizza in particolare per l'approccio multidisciplinare e per il forte coinvolgimento di operatori turistici locali e imprenditori delle più importanti strutture ricettive. Il programma si articola in moduli strutturati per aree tematiche, integrati da esercitazioni pratiche, project work e laboratori.

DESTINATARI

- **Laureati** già inseriti nell'ambito lavorativo della pubblica amministrazione (amministratori, dirigenti e funzionari) che operano in ambito turistico;
- **Neolaureati** che aspirano ad entrare nello staff direzionale di enti locali per il turismo (DMO) oppure in società private erogatrici di servizi turistici;
- **Liberi professionisti** che intendano sviluppare specifiche e innovative competenze manageriali nella valorizzazione e promozione dei territori;
- **Direttori** di strutture alberghiere ed extralberghiere.
- **Social Media Manager**



I MODULI DIDATTICI

CAGLIARI

OTTOBRE | DICEMBRE 2019

MODULO 1

COMING SOON - 2019

Introduzione alla Destination Management

- LA NUOVA FIGURA DEL DESTINATION MANAGER
- SCENARIO NAZIONALE E INTERNAZIONALE
- COME ANALIZZARE UN TERRITORIO TURISTICO (DESTINATION BENCHMARKING)
- L'INTANGIBILITÀ DELLE RISORSE DI ATTRATTIVITÀ TURISTICA
- CLUSTER E ANALISI ECONOMICA DELLA RICETTIVITÀ IN UN DATO TERRITORIO

MODULO 2

COMING SOON - 2019

La nuova domanda: prospettive, sviluppo e potenzialità

- CONOSCERE LA DOMANDA: STRUMENTI OPERATIVI E MODELLI STATISTICI
- IL NUOVO TURISTA 2.0 (GENERAZIONE MULTI-TASKING)
- ANALISI DEI NUOVI MERCATI E INDIVIDUAZIONE DEI NOSTRI POTENZIALI COMPETITOR
- FOCUS MERCATI: CINA, GERMANIA, FRANCIA, RUSSIA

+IMPARANDO

- ELEMENTI DI ECONOMIA E ORGANIZZAZIONE AZIENDALE / GUIDA ALLA LETTURA DEI DATI ECONOMICO FINANZIARI / GUIDA ALLA REDAZIONE DEL BUDGET

LA STRUTTURA

Il Master è predisposto in 7 moduli per un totale di 56 ore. Le lezioni si svolgeranno il sabato dalle ore 9.00 alle ore 13.00 e riprenderanno dalle ore 14.00 alle ore 18.00.

Ogni modulo si concentra su un aspetto-chiave dei processi di promozione turistica di un territorio. Durante le lezioni vi saranno ore di laboratorio, momenti di confronto e test di verifica in aula.

+IMPARANDO

E' una nuova formula all'interno del programma del Master che sottolinea le ulteriori ore di carattere multidisciplinare e manageriali necessarie per l'apprendimento dei contenuti.



I MODULI DIDATTICI

CAGLIARI

OTTOBRE | DICEMBRE 2019

MODULO 3

COMING SOON - 2019

Destination Branding

- COS'È LA DESTINATION BRANDING: DALL'AZIENDA ALLA DESTINAZIONE TURISTICA
- PIANO DI COSTRUZIONE DI UN MARCHIO (BRAND BUILDING PROCESS)
- IL BRAND VALUE
- BRAND IDENTITY E IL RUOLO DEGLI STAKEHOLDER (CARTA DI VALORE)
- POSIZIONAMENTO E COMUNICAZIONE DEL MARCHIO
- ANALISI COMPETITIVA DEI PRINCIPALI BEST-PRACTICE

MODULO 4

COMING SOON - 2019

Guida alla creazione di prodotti turistici

- GUIDA AL PROCESSO E SVILUPPO DI UN PRODOTTO TURISTICO
- TURISMO ESPERIENZIALE
- CLUB DI PRODOTTO E NICCHIE DI MERCATO
- IL RUOLO DELLA PA E DEI PRIVATI NEL PIANO DI SVILUPPO DEI PRODOTTI TURISTICI
- ANALISI COMPETITIVA DEI PRINCIPALI BEST-PRACTICES

+ BUSINESS GAME

SIMULAZIONE NELLA CREAZIONE DI PRODOTTI TURISTICI. IL TEAM WORKING E IL TIME TO MARKET SONO ESSENZIALI PER IL SUCCESSO DEL PROGETTO.

MODULO 5

COMING SOON - 2019

Comunicazione 2.0 e promo commercializzazione dei territori

- I NUOVI STRUMENTI DI RELAZIONE E PROMO COMMERCIALIZZAZIONE DELL'OFFERTA TURISTICA
- GESTIONE DELLA REPUTAZIONE E VISIBILITÀ DI UNA DESTINAZIONE AI TEMPI DEI SOCIAL NETWORK
- SCEGLIERE IL SOCIAL NETWORK GIUSTO PER VEICOLARE I MESSAGGI
- INTEGRARE I SOCIAL CON LA PROMOZIONE TRADIZIONALE E DEFINIRE LA STRATEGIA DI PROMOZIONE
- GUIDA ALLA CREAZIONE DI UN PIANO DI MARKETING TURISTICO 2.0
- LE NUOVE FIGURE DEI TRAVEL BLOGGER
- STRUMENTI E RISORSE UTILI

+IMPARANDO

DIGITAL STRATEGY PER IL WEB TOURISM / IL VIAGGIATORE 2.0: DAI BLOG AI SOCIAL NETWORK / LA BRAND REPUTATION ON LINE: TECNICHE DI ASCOLTO, ANALISI E MONITORAGGIO DEI SOCIAL MEDIA / PIANIFICAZIONE EDITORIALE SUI DIGITAL MEDIA / STRUMENTI E RISORSE PER LAVORARE NEL WEB E SOCIAL MEDIA MARKETING.



I MODULI DIDATTICI

CAGLIARI

OTTOBRE | DICEMBRE 2019

MODULO 6

COMING SOON - 2019

Web Marketing Turistico

- MAPPATURA E FUNZIONAMENTO DEI PRINCIPALI SITI, PORTALI, SOCIAL NETWORK DEDICATI
- CONTENT MARKETING & STORYTELLING
- SOCIAL MEDIA MARKETING: COME SCEGLIERE I CANALI DI PROMOZIONE, COME IMPOSTARE LE CAMPAGNE A PAGAMENTO, COME MONITORARE I RISULTATI OTTENUTI
- GEOLOCALIZZAZIONE E GEOSOCIAL NETWORK: FOURSQUARE, GOOGLE LATITUD E INSTAGRAM
- CAMPAGNE DISPLAY, KEYWORD ADVERTISING E CAMPAGNE PAY PER CLICK
- USO STRATEGICO DEGLI STRUMENTI GRATUITI DI GOOGLE: CORRELATE, TRENDS E GLOBAL MARKET FINDER
- LEGGERE LE METRICHE: GOOGLE ANALYTICS
- LA GESTIONE DELLA PRIVACY SECONDO LE NORMATIVE INTERNAZIONALI: FINALITÀ E MODALITÀ DEL TRATTAMENTO DEI DATI

MODULO 7

COMING SOON - 2019

Come gestire una DMO

- LA DMO DEL XXI: RUOLO E FUNZIONI
- DIFFERENZE TRA DMO & DMC
- COME ANALIZZARE LA REDDITIVITÀ DELLE NOSTRE AZIONI DI MARKETING
- CICLO DI DEMING
- IL PST (2017 -2022) E LE NUOVE OPPORTUNITÀ DI SETTORE
- SARDEGNA DMO: OPPORTUNITÀ, VANTAGGI, NEW BUSINESS E ANALISI COMPETITIVA DEI PRINCIPALI BEST-PRACTICES

SBocchi OCCUPAZIONALI

Al termine del percorso formativo d'aula gli sbocchi professionali primari saranno:

- Aziende del settore, nazionali e multinazionali, nelle funzioni marketing, comunicazione, vendite on e off line;
- Organizzazioni pubbliche e private specializzate nella promozione e lo sviluppo di prodotti turistici territoriali;
- Tour operator, network di agenzie di viaggi;
- Società di consulenza specializzate nella realizzazione di progetti turistici;
- Istituzioni del turismo in Italia e all'estero;
- Hotellerie, villaggi turistici e altre strutture ricettive.

RELATORI E ISCRIZIONE

CAGLIARI

OTTOBRE | DICEMBRE 2019



MICHELE ORIENTE

DIRECTOR AT UPTOURISMISTUDIO

Specializzato in Environmental and Tourism Economics and Management presso l'Università degli Studi di Trento. Tra i suoi maestri figurano i padri fondatori del marketing territoriale del Trentino Marketing Spa e gli insegnamenti di Umberto Martini e Josep Ejarque attualmente riconosciuti come tra i massimi destination manager in Europa. Dopo trascorse esperienze professionali in ambito economico aziendale, e come collaboratore di studi professionali crea nel 2017 UPTOURISM|Studio. Una realtà giovane e in costante evoluzione con sede a Milano e da poco a Cagliari. Costituita da professionisti e tecnici della formazione in Destination Marketing e Hotel Management. Dal 2017 consulente in materia turistica per ProperDelMare Consulting a Milano, società italiana leader in Change Management.



ILARIA GHIRLANDA

SENIOR DIGITAL MANAGER AT
UPTOURISMISTUDIO

Laureata in Architettura nel 2014 in conservazione dei beni architettonici e ambientali, presso l'Università degli Studi di Cagliari si specializza in digital marketing management: dalla comunicazione sui Social Media all'advertising, dalla grafica pubblicitaria alla SEO, ma anche per il copywriting, lo storytelling, il funnel marketing e il web design. Senior Digital Manager all'interno del team UPTOURISM coordina tavoli di lavoro nella redazione di Piani Strategici di Sviluppo Turistico per destinazioni o enti privati di promozione. Dal 2015 è titolare di una web agency specializzata nella creazione di piani di comunicazione online rivolte ad imprese che hanno voglia di raccontarsi e rinnovarsi sul web.

ISCRIZIONE

Costo: 800 € (IVA esente)

Riduzioni: Partecipa al Master con un amico per ottenere entrambi lo sconto del 10%.

La quota di partecipazione comprende:

- 7 GIORNI DI LEZIONE IN AULA "MEETING" PRESSO L'HOSTEL MARINA DI CAGLIARI - SCALETTE S. SEPOLCRO, 09124 CAGLIARI
- MATERIALE DIGITALE DEI 7 MODULI FORMATIVI
- CASE HISTORY PRESENTATI IN AULA E MATERIALE DI SUPPORTO
- ATTESTATO DI PARTECIPAZIONE AL MASTER

+ 4 MESI DI AFFIANCAMENTO PER UN SELEZIONATO NUMERO DI PARTECIPANTI UNDER 35 PRESSO LO STUDIO UPTOURISM

RECENSIONI EDIZIONE 2017

CAGLIARI

OTTOBRE | DICEMBRE 2019

“

Dopo anni di formazione nel settore turistico, grazie al Master in Destination Management ho appreso l'importanza di incontrare esperti del settore che mi ha consentito di comprendere al meglio quali potessero essere i fattori predominanti per una buona creazione della destinazione turistica. La Sardegna ha forti possibilità di crescere turisticamente e di promuovere commercializzare le sue risorse. Il Master mi ha dato l'opportunità di conoscere i principali fattori di una destinazione. Il punto chiave di questa esperienza è arrivata dai docenti: l'incontro tra teoria e pratica è stato il culmine della mia conoscenza. La comunicazione e la loro professionalità mi ha convinto ancor di più che una delle ricette migliori per un maggiore sviluppo territoriale è la conoscenza approfondita sul settore del turismo. Per me questo Master è stato un vero passo in avanti sulla mia carriera come esperto sul settore Turistico.

”

OMAR SANNA
BOOKING/SALES MANAGER
SARDINIA NATOUR

 **UP TOURISM**
Crescere nel Turismo

CONTATTI

UPTOURISM | STUDIO

Via Nora, 19 - 09026
San Sperate (CA)
Tel: 070.9601133
Cell. 339.2840734
info@uptourism.it
www.uptourism.it

Per maggiori informazioni e
per iscriverti scrivici o
chiamaci ai contatti sopra
riportati.

 Find us on
Facebook

 Follow us on
Instagram