



MASTER PER TOURISM SOCIAL MEDIA MANAGEMENT

www.istitutoeuropeodelturismo.com



! CHI E' IL TOURISM SOCIAL MEDIA MANAGER

Il Tourism Social media manager o Destination manager è una nuova figura professionale del settore turistico, nata in concomitanza con l'avvento dell'information technology e con l'acquisizione di una importanza sempre maggiore di questa soprattutto nel turismo.

La figura del destination social media manager racchiude in sé le competenze di un professionista della comunicazione e in particolar modo della new communication con quelle di un operatore turistico a tutto tondo.



DIVENTARE SOCIAL MEDIA MANAGER? OCCORRE PARTIRE DALLA GIUSTA FORMAZIONE

Il master organizzato da IET mira a formare i futuri operatori del turismo nell'ambito della comunicazione strategica e del social media marketing. Il master si svolge attraverso un approccio cross mediale, integrato con tutte le attività del destination marketing più innovativo.

Il Social Media Manager del turismo risponde ad una domanda turistica innovativa, che parla attraverso nuovi linguaggi e nuove strategie, è un esperto conoscitore del territorio, delle destinazioni e del mercato ed è in grado di comunicare e di promuovere il prodotto turistico, utilizzando tutti gli strumenti che il mondo del web oggi mette a disposizione.

Il master permetterà ai partecipanti di acquisire tecniche e approcci strategici e di utilizzare tutte le soluzioni che il mondo del social media marketing propone, attraverso lezioni online e frontali, con l'analisi e lo studio di case histories e un periodo di stage presso i reparti comunicativi e gli uffici marketing di aziende turistiche partner.



? COME ACCEDERE AL MASTER

Compilando il form di richiesta informazioni sul sito internet www.istitutoeuropeodelturismo.com, il candidato richiede di partecipare alla selezione per il master.

La prova di selezione prevede un colloquio motivazionale con una consulente didattica.

Insieme all'esito del colloquio, verrà considerato il CV scolastico e lavorativo del candidato e la lettera motivazionale che dovrà produrre.

La commissione esaminatrice considerando tutti questi elementi comunicherà l'esito della selezione e l'ammissione al Master.

Successivamente il candidato potrà procedere alla compilazione e all'invio del modulo di adesione.

i INFORMAZIONI

- Sede del master: Milano
- Partecipanti per edizione: max 18
- Studio propedeutico individuale
- Modulo di inglese
- Corso sicurezza sul lavoro (rischio basso)
- 48 ore di lezioni frontali in aula
- Realizzazione video-cv
- Project Work
- 200 ore di stage
- Rielaborazione cv digitale
- Divulgazione cv e video-cv

STRUTTURA DEL MASTER

1. FASE PROPEDEUTICA ONLINE

Il percorso formativo prevede una prima fase di studio da casa, durante le quali verranno trasmesse le nozioni principali e generali sul mondo del social media management applicato al turismo.

Le tematiche affrontate saranno la figura del nuovo turista, introduzione al destination marketing e la gestione turistica 2.0. L'analisi del territorio, il piano di comunicazione integrata e strategia di marketing. Il content marketing, il linguaggio e il "tone of voice" per ogni canale, lo storytelling turistico e il Blog trip, come raccontare una destinazione sul web e come scrivere contenuti SEO oriented per i motori di ricerca.

2. MODULO DI INGLESE TURISTICO

Durante la fase propedeutica, i partecipanti al master potranno seguire un modulo di inglese, con riferimento specifico a quello turistico, in un approccio orientato a fornire tutti gli strumenti per poter affrontare le lezioni frontali con l'adeguata preparazione.

3. CORSO SULLA SICUREZZA SUL LAVORO (RISCHIO BASSO)

Un corso per apprendere nel dettaglio i concetti di rischio, danno e le relative misure di prevenzione da rischio basso con rilascio di apposita certificazione.

4. LEZIONI FRONTALI IN AULA

48 ore di lezioni frontali in aula in "full immersion".

5. IL PROJECT WORK

Dopo la fase d'aula, i corsisti svilupperanno, seguiti dai docenti di riferimento, un project work, ovvero un'esercitazione pratica, che consentirà di verificare il know-how appreso durante le lezioni frontali e di mettersi alla prova con le proprie skill e le proprie capacità, anche creative.

Il project work consisterà nella redazione di una strategia di marketing o di un social media plan applicato ad una destinazione turistica individuata, partendo dall'analisi di mercato della stessa.

6. STAGE FORMATIVO

Al termine del master, i partecipanti seguiranno un periodo di stage, della durata di 200 ore presso agenzie di comunicazione, web agency e uffici marketing di aziende e società operanti nel settore turistico, per mettere in pratica ed approfondire tutte le conoscenze e le nozioni apprese nel master del periodo di formazione in aula.



PROGRAMMA DEL MASTER

Strategie di destination marketing.

Il marketing plan turistico, il turismo e i social network: dall'analisi del target al piano editoriale e alla programmazione dei contenuti, ADV e campagne sponsorizzate su Facebook e Instagram.

Strategie e azioni di email marketing: il piano di email marketing, misurazione e valutazione dei risultati.

La Community, gli Influencer, gli Evangelist e gli Advocat nel social media applicato al turismo.

I video come strumento di promozione turistica: idee virali per aumentare la reputation di una destinazione turistica.

Analisi di case histories.



SBOCCHI PROFESSIONALI

Il tourism social media manager è un professionista della comunicazione applicata al turismo. La sua professionalità e le sue competenze sono richieste da agenzie di comunicazione, web agency, aziende turistiche, uffici marketing di società ed aziende che operano nel turismo, amministrazioni pubbliche, fondazioni, enti di promozione e valorizzazione turistica, GAL e Pro Loco.

SKILL

- Attitudine all'utilizzo dei social network e degli altri strumenti dell'information technology;
- buona conoscenza della lingua inglese;
- problem solving;
- attitudine a lavorare in team.

ATTESTATI RILASCIATI

- Attestato privato di frequenza al master
- Attestato corso sicurezza sul lavoro (rischio basso)
- Attestato di Project Work
- Attestato di stage



I NOSTRI DOCENTI



IRENE BERTORA

Esperta di comunicazione digitale con focus sui Social Media.

Nel suo percorso professionale ha collaborato con alcune delle più importanti digital agency italiane e aziende multinazionali, sia a livello strategico che creativo.

Dal 2016 entra nel team di Virgin Active Italia come Social Media Specialist e Digital PR.



BERARDO POMES

Dal 2007 ad oggi vanta esperienze come General Manager per Hotel di Lusso, Executive Chef della F&DE Group, StarHotel Du Parc Parma, Accor Memorable Hotels, Kalidria Resort Nova Yardinia.

General Manager presso il Gruppo Cavallo Hotels e per la Ego srl.

Gourmet chef, Guida ai ristoranti de il Sole 24 Ore.



I NOSTRI PARTNER





