

MASTER IN TOURISM DIGITAL MARKETING

MASTER
DI ALTA
SPECIALIZZAZIONE
PROFESSIONALE

**Data di inizio:**

02/09/2024

Durata:

160 ore

Stage:

da 3 a 6 mesi

Frequenza:bisettimanale, lunedì e martedì,
dalle 9 alle 13 e dalle 14 alle 18**Quota di iscrizione:**€ 1.500 + € 250 (tassa di
registrazione)

MASTER IN TOURISM DIGITAL MARKETING

La XII edizione del Master in Digital Marketing Turistico dell'UET è un percorso formativo di alta specializzazione professionale in continuo aggiornamento, volto ad impadronirsi degli strumenti del marketing e della comunicazione online. Una vera e propria full immersion sulle Web Strategies, il Social Media Marketing, il Revenue, l'Online Distribution e la Brand Reputation.

Il turismo online è il ramo della filiera turistica maggiormente in crescita. Le stime per il prossimo futuro indicano che circa la metà di tutte le prenotazioni turistiche saranno condotte online ed almeno un altro terzo verrà comunque influenzato dal web, anche se effettuate con altri metodi. Il ruolo assunto oggi dal web – e dalle sue innumerevoli applicazioni – lo hanno reso una piattaforma media e marketing, al fine di gestire la comunicazione e le vendite e per relazionarsi con il proprio mercato.

In questo scenario, per le aziende turistico-alberghiere e per gli operatori del settore, migliorare le performance significa possedere la conoscenza delle strategie e degli strumenti del web marketing, dotandosi delle competenze

adeguate e di figure professionali, che si occupino a tempo pieno della rete, dei suoi canali di vendita e della comunicazione.

Obiettivo del Master in Digital Marketing Turistico è, dunque, quello di trasferire le conoscenze e le tecniche richieste per saper definire, gestire e verificare la presenza sul web dell'impresa turistico-alberghiera, al fine di realizzare una strategia vincente di comunicazione e vendita on-line.

A chi è destinato il Master

Laureati o chi, non in possesso della laurea, abbia già maturato esperienze professionali nel settore.

Al Master si accede previo superamento di una selezione basata sui titoli posseduti. Le selezioni sono gratuite e non comportano alcun vincolo di iscrizione.

Modalità organizzative e metodologiche

La modalità formativa si ispira al metodo laboratoriale, attraverso i quali i docenti, contestualmente all'esposizione dei contenuti teorici, integrano l'applicazione pratica. Il coinvolgimento e l'interazione dei partecipanti, con i loro quesiti e/o casistiche reali riferite a contesti aziendali e case histories, rendono la formazione quanto più vicina alle esigenze operative.

Una formula incentrata sulla pratica, sull'apprendimento, sull'esperienza e sulla spiegazione degli strumenti e delle tecniche di web marketing turistico, osservando il loro utilizzo operativo.

Il materiale didattico – predisposto ad hoc dai docenti – viene consegnato in formato elettronico.

Certificazioni rilasciate

Al termine del Master viene rilasciato l'Attestato di Alta Specializzazione Professionale in Digital Marketing Turistico, rilasciato dall'UET – Scuola Europea Universitaria per il Turismo.

Sbocchi occupazionali

- Addetti al Web Marketing Turistico
- Comunicazione Online
- Social Media e Community Manager
- Digital P.R.
- E-Reputation Manager
- Addetti alla Gestione dei Portali di Vendita
- Search Engine Expert / SEO Web Advertising Manager
- Web Content Specialist

Stage

Il Master prevede un periodo di stage, al termine delle lezioni teorico-pratiche, che può avere una durata variabile da un minimo di 3 ad un massimo di 6 mesi. Tra i suoi partner, l'UET vanta più di 600 aziende nel proprio circuito manageriale di riferimento per la realizzazione di stages as internship "su misura" per ciascun allievo/a.



DOCENTI

Francesco Passantino



Professionista creativo nel campo dell'ICT e del web marketing, con oltre 30 anni di esperienza progressiva in un'ampia gamma di funzioni e molteplici segmenti industriali. Esperto di comprovata capacità nel combinare visione e business con una gestione dei progetti ben sviluppata e qualità di leadership.

Raffaello Luly



SEMPLICISSIMO è la prima "Marketing House" di Milano. All'interno del gruppo convivono una web agency, una video agency [www.vivavideo.it], una social media agency, un team per la produzione di video in motion graphics ed un team dedicato alla comunicazione web influencer.

Marco Musso



Advisor, Social Media Manager & Digital Strategist. Responsabile per più di 16 anni del mercato internazionale per la promozione delle piccole e medie imprese all'interno dell'area euro-mediterranea per la Regione Siciliana, ho sviluppato una grande esperienza ed ottime capacità di progettualità, analisi, problem solving e coordinamento risorse.

Diego Cortes



Nel ruolo di co-fondatore di Veracura, si occupa di Digital Communication e Digital Marketing. Diplomato all'Accademia d'Arte Drammatica e laureato in Psicologia del Marketing, ha una specializzazione in Inbound Marketing e l'arte di conquistare i palati più esigenti nel mondo del Food & Wine.

Maria Grazia Pasta



Già Events Coordinator presso il Cavalieri Hilton Rome The Waldorf Astoria Collection Luxury Hotel, è Director of Digital Events presso Cook Magazine (magazine online sul mondo dell'enogastronomia, dell'ospitalità e del travel), Digital Sales Executive presso Webidoo Group Management e docente di Marketing degli Eventi.

Scopri **UETnews.**

Il primo mensile di formazione e innovazione turistica, targato UET



Iscriviti sul sito www.uetnews.it e scarica tutti i numeri realizzati!

UET Italia

sede di Palermo



Telefono

+39 091 7308536



palermo@uetitalia.it



Whatsapp

3501894611

UET

SCUOLA UNIVERSITARIA
EUROPEA PER IL TURISMO