

EXECUTIVE MASTER IN TOURISM DIGITAL MARKETING

EXECUTIVE MASTER
DI ALTA
SPECIALIZZAZIONE
PROFESSIONALE

**Periodo LIVE ONLINE:**

dal 07/09/2026 al 03/11/2026

Durata:

144 ore

Stage (full benefits):

da 3 a 6 mesi

Frequenza LIVE ONLINE:bisettimanale, lunedì e martedì,
dalle 9 alle 13 e dalle 14 alle 18**Frequenza ON DEMAND:**

piattaforma UET Academy

Quota di iscrizione:

€ 1.500 (rateizzabili)

EXECUTIVE MASTER IN TOURISM DIGITAL MARKETING

La XIV edizione dell'Executive Master in Tourism Digital Marketing dell'UET Italia è un percorso formativo di alta specializzazione professionale in continuo aggiornamento, volto ad impadronirsi degli strumenti utili e delle competenze tecniche del marketing e della comunicazione online. Una vera e propria full immersion sul social media marketing, sulle web strategies, il revenue, l'online distribution e la brand reputation.

Il turismo online rappresenta il ramo della filiera turistica maggiormente in crescita. Le stime per il prossimo futuro indicano come circa la metà di tutte le prenotazioni turistiche saranno condotte online e almeno un altro terzo sarà influenzato dal web, anche se effettuate con altri metodi. Il ruolo assunto oggi dai canali web e dalle loro innumerevoli applicazioni ha, quindi, codificato una straordinaria piattaforma media e marketing, indispensabile a gestire la comunicazione e le vendite e a relazionarsi con il proprio mercato.

In questo scenario per le aziende turistico-alberghiere e per gli operatori del settore migliorare la performance significa possedere la conoscenza delle strategie e degli strumenti del web marketing, dotandosi delle competenze e delle abilità adeguate e di figure professionali, che si occupino a tempo pieno della rete, dei canali di vendita e della comunicazione.

Obiettivo dell'Executive Master in Tourism Digital Marketing è 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 online.

A chi è destinato l'Executive Master

Laureati di qualsiasi ordine, livello e grado o coloro i quali, se non in possesso della laurea, abbia comunque maturato un pregresso professionale almeno triennale e continuativo (anche stagionalmente) nel settore di riferimento.

All'Executive 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, osservando il loro utilizzo operativo.

Il materiale didattico, predisposto dai docenti, viene consegnato in formato elettronico.

Certificazioni rilasciate

Al termine dell'Executive Master viene rilasciato l'Attestato di Alta Specializzazione Professionale in Tourism Digital Marketing dall'UET - Scuola Europea Universitaria per il Turismo (sede di Palermo - Via Marchese di Villabianca n. 70).

Sbocchi occupazionali

- Web Marketing Specialist
- Communication Manager
- Social Media e Community Manager
- Digital P.R. Manager
- E-Reputation Manager
- Addetti alla Gestione dei Portali di Vendita
- Search Engine Expert / SEO Web Advertising Manager
- Web Content Specialist
- Web Coordinator in area MICE
- Events Manager

Stage

L'Executive 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 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.

Programma

1. Marketing Strategico e Digitale: aspetti fondamentali del marketing, sia tradizionale che digitale, con un focus sulla pianificazione strategica e l'integrazione tra i vari canali.

Contenuti: marketing tradizionale e digitale, marketing analitico, strategico e operativo, marketing mix (7P e 4C), digital transformation, lean marketing canvas, pianificazione della digital strategy, ruolo del digital marketing manager, customer journey, funnel di vendita, sales strategy & loyalty program, relazione tra marketing, sales e revenue management, canali di comunicazione digitali (owned, paid, shared, earned), outbound/inbound, ATL/BTL, digital events, metaverso e neuromarketing, strumenti di grafica e piattaforme creative.

2. Brand Management e Comunicazione: elementi relativi alla costruzione e gestione del brand, inclusa la comunicazione online e offline, le relazioni pubbliche e la gestione della reputazione.

Contenuti: costruzione del brand, archetipi di Jung, brand image & reputation, brand storytelling, LinkedIn e personal branding, rebranding, digital PR & media relations, crisis & reputation management, social media (piattaforme, strategie, gestione) e content marketing (creazione e condivisione di contenuti, web copywriting).

3. Pubblicità Digitale e Performance: strategie e strumenti per la pubblicità digitale, misurazione delle performance e ritorno sugli investimenti.

Contenuti: acquisizione traffico, SEM, AdWords, campagne PPC, landing page, affiliate marketing, email marketing, Facebook ADS, Instagram ADS, Spotify ADS, strutturazione delle campagne pubblicitarie, mobile marketing (geolocalizzazione, local marketing, gamification), ROI, metrics, KPI e misurazione dei contatti e delle conversioni.

4. SEO e Web Design: ottimizzazione dei siti web per i motori di ricerca e creazione di contenuti efficaci per il web, con un focus sull'esperienza utente e la conversione.

Contenuti: website world, siti web per il turismo, piattaforme di creazione siti e CMS, presenza, visibilità e promozione sui motori di ricerca, keyword, link building e SEO copywriting (keyword, query, SERP, ranking, SEO on page).

5. Data Science e Intelligenza Artificiale: competenze per l'analisi dei dati e l'utilizzo dell'intelligenza artificiale nel marketing e nel settore turistico, con un focus sugli strumenti e le tecniche per l'estrazione e l'interpretazione dei dati.

Contenuti: entità-relazioni e Query SQL, Python per la Data Science, prompt engineering per l'AI, Data Science applicata al settore turistico e progettazione di KPI Dashboard.

TOOLS (non serve installarli prima): Seozoom, META Business Suite, Canva, Bit.ly, Animoto, Answer The Public, Planthemoment, Dispalyr purposes, All Hashtag, MySQL, MySQL Workbench, Microsoft Excel, Visual Studio Code, Anaconda, Docker, Apache Superset, Google Looker Studio, Adobe Firefly, Chat GPT Free, Plus e Team-Gemini Free e Advanced, Perplexity, Monica, Midjourney, HeyGen, CapCut, Loom, Adobe Premiere, Wordpress, Woocommerce e GtMetrix.



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.

Elisabetta Rolla



Social Media Manager e Strategist presso Innovea, si occupa di sviluppare strategie digitali, orientate alla reputazione, alla brand awareness e alla lead generation. I suoi focus: content strategy, gestione canali social, community management, campagne advertising eD analisi dei principali KPI. Nel 2023 ottiene la certificazione LinkedIn Marketing Insider.

Maria Grazia Pasta



Già Conference & Events Coordinator presso il Cavalieri Hilton Rome The Waldorf Astoria Collection Luxury Hotel, Marketing Director presso Cook Magazine e Digital Sales Executive presso Webidoo SPA. Ha collaborato con varie aziende dei settori hospitality e food & wine come digital strategist, oggi Marketing Manager e Docente in UET.

Fabio Riva



Full Stack Marketer, si occupa di comunicazione digitale e realizzazione di siti web. Ha lavorato per oltre 10 anni in aziende televisive quali Sky, Disney Channel e Sportitalia e dopo diverse esperienze nel marketing digitale, ha scelto la libera professione. Ha collaborato con numerose agenzie di viaggi ed è stato titolare del tour operator Your Travel Planner.

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