

Professione Sogni

www.professionesogni.it

Due corsi sul marketing management per il settore viaggi e hotel, che permettono di ottenere una conoscenza approfondita su tutte le tematiche tecniche, strategiche e operative legate alla pianificazione e gestione di campagne di marketing per imprese turistiche.

Prezzo € 160

La durata del corso è fissata in 1 mese, entro cui bisogna sostenere l'esame finale (online).

E' comunque possibile ripetere l'esame, se l'esito è negativo.

Superando l'esame, si riceve direttamente a casa il diploma in Hotel & Tourism Marketing.

Corso Hotel & Tourism Marketing

Il corso ha come scopo quello di far conoscere e apprendere il marketing management con uno sguardo attento alle peculiarità del mercato turistico e dei target delle agenzie di viaggi, tour operator e strutture ricettive.

Nel corso del programma lo studente potrà imparare:

- cosa è il marketing e perché è essenziale per l'esistenza stessa di un'impresa e cosa è l'industria del turismo, vista dall'ottica del marketing;
- come organizzare le basi strutturali del marketing management d'impresa, attraverso il piano strategico d'impresa, analizzando e gestendo il marchio, la vision, l'ambiente interno, l'ambiente esterno, i concorrenti, ecc..;
- come individuare i consumatori target e come studiarne le caratteristiche di acquisto
- come tradurre la strategia in operatività, gestendo il marketing mix del prodotto generico e del prodotto turistico;
- come gestire il marchio, il prodotto e il prezzo durante le fasi di vita di ogni prodotto, rispetto alle condizioni esterne;
- come determinare il piano tariffario dei prodotti e dei prodotti (servizi) turistici, come viaggi e vacanze, camere d'albergo, ecc., distinguendone i costi fissi e variabili e imparando le metodologie di pricing.

Un manuale pdf realizzato per farti assimilare la delicata materia del marketing con una facilità e precisione mai immaginata.

Più di 130 tra domande di verifica studio online per avere la certezza di capire correttamente e assimilare ogni singolo aspetto di ogni materia.

Un'esercitazione finale per la realizzazione di un Marketing Plan aziendale, usando file Excel professionali, per mettere in pratica cioè che è stato appreso.

Corso Hotel & Tourism Marketing Programma del corso

Capire la moderna industria del turismo, chi è il turista, cosa significa turismo e viaggio.

Cosa è il marketing per l'impresa e orientamenti d'impresa. Il prodotto e la catena di valore. Il mercato, la domanda e l'offerta.

Realizzare la pianificazione strategica d'impresa, studio della missione, politica aziendale e della marca. Analisi ambientale interna ed esterna, i concorrenti, gli obiettivi e le opportunità di crescita, misurare il mercato e selezionare i target di riferimento. Indici di analisi di mercato. La segmentazione del mercato e ricerche di mercato.

Metodi di classificazione dei consumatori, i bisogni, le motivazioni e la scala di Maslow. Classificazione dei beni.

Il cliente e il procedimento psicologico dell'acquisto: forze interne e forze esterne.

Approfondimento sulla marca: ideazione, creazione, gestione della marca d'impresa e differenza tra marche di prodotti.

Dal piano strategico al piano operativo. Cosa è il marketing mix.

Definizione di prodotto, determinazione dei livelli di prodotto e del sistema di linee di prodotti. Analisi e gestione del ciclo di vita del prodotto tradizionale e del prodotto turistico.

Definizione del prezzo, creazione del prezzo per valore-prodotto, determinare la strategia del prezzo durante il PLC, gestire il prezzo e fruttare le strategie competitive.

Approfondimento sul prezzo: classificazione dei costi. Cosa è il costo diretto, indiretto, specifico, comune, primo, figurato, economico-tecnico.

Metodi di pricing: il cost oriented pricing, il full costing, il direct costing, il break even point, il cost-plus pricing, il target return pricing. Equazione dell'elasticità della domanda di mercato. Il markup.

Gestire la promozione del prodotto, scelta dei canali di distribuzione nel mercato tradizionale e nel turismo.

La soddisfazione del cliente e la gestione della clientela. Il ciclo di vita del cliente, la customer care e customer satisfaction.

Applicazione delle teorie di marketing all'industria ricettiva e del tour operating nella realizzazione di un completo Marketing Plan.

