



Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca
Ufficio Scolastico Regionale per la Campania

ISTITUTO ISTRUZIONE SUPERIORE "E.FERRARI"

Istituto Professionale per i servizi per l'Enogastronomia e l'Ospitalità Alberghiera cod. mecc. SARH02901B

Istituto Professionale per l'Industria e l'Artigianato cod. mecc. SARIO2901V

Istituto Tecnico settore tecnologico - Agraria, Agroalimentare e Agroindustria cod. mecc. SATF02901Q

Via Rosa Jemma, 301 - 84091 BATTIPAGLIA - tel. 0828370560 - fax 0828370651 - C.F.: 91008360652 - Codice Mecc. SAIS029007

Internet: www.ipsiaferrari.it - post.cert. SAIS029007@pec.istruzione.it

PROGRAMMA

CLASSE V B ACC. TUR.

A. S. 2018/2019

DISCIPLINA: TECNICA DELLA COMUNICAZIONE E DELLA RELAZIONE

DOCENTE: MANUELA MARINELLI

LIBRO DI TESTO: STRATEGIE VINCENTI NELLA COMUNICAZIONE

TURISTICA, di P. Boccia e C. Izzo Ed. Simone per la scuola.

U.D.A.1

LA RICERCA DI MERCATO E LE TECNICHE DI MARKETING:

1. Le politiche di marketing operativo;
2. Obiettivi, attività e tecniche di marketing;

U.D.A. 2

**PROCEDURA E MODALITA' DI VENDITA DEI PACCHETTI TURISTICI IN
RELAZIONE ALLA CARATTERISTICA DELLA CLIENTELA:**

1. Il messaggio pubblicitario e l'advertainment;
2. L'individuazione del target-group nell'ambito dei pacchetti turistici;
3. La procedura e i metodi per lo stanziamento ottimale del budget pubblicitario;
4. La presentazione dei pacchetti turistici in pubblico;

5. Le armi di chi deve persuadere e convincere;
6. La comunicazione nel settore del turismo e le caratteristiche della clientela.

U.D.A. 3

TECNICHE DI MARKETING TURISTICO - ALBERGHIERO:

1. Le caratteristiche del marketing dei servizi;
2. Strategie gestionali per le aziende di servizi;
3. L'impresa turistico - alberghiera: il ruolo del marketing e management;
4. Il software e il turismo: web marketing;
5. Il profilo dell'operatore nel settore turistico.

U.D.A. 4

STRATEGIE DI COMUNICAZIONE E PUBBLICIZZAZIONE ORIENTATE AL CLIENTE:

1. Tecniche di promozione e di vendita nel settore turistico -alberghiero;
2. Comunicare il Turismo: gli strumenti di promozione e pubblicizzazione orientata al cliente;
3. Il marketing della destinazione del prodotto turistico e gli eventi locali;
4. Il marketing del turismo territoriale: il piano di marketing territoriale e le Strategie comunicative;
5. Le strategie di comunicazione nelle organizzazioni aziendali;
6. Strategie di comunicazione e pubblicità;
7. La comunicazione pubblicitaria: organizzazione della campagna pubblicitaria, i new media e la pubblicità, la scelta dei mezzi e il briefing, valutazione e verifica dell'efficacia nell'azione pubblicitaria.

ALUNNI

Antonio Ciomelli
Sabrina Di Benedetto
Maiajane Moricetese
Elisa Gentile

DOCENTE

Maria Maria