ITT DIGITUR

IISS DARWIN

Roma

con attività integrata

DIGITAL WEB MARKETING

Sommario

Motivazioni e finalità della proposta 2
Perché? 2
Quali possibili sbocchi al termine del percorso di studi? 2
Quale certificazione? 2
Come? 2
Breve descrizione 3
Articolazione oraria 4
Corsi successivi, convegni 5
RIFERIMENTI 6

Motivazioni e finalità della proposta

La proposta consiste nell'attuare un percorso di studio per una classe PRIMA che permetta di integrare il tradizionale metodo "analogico" di offerta turistica con il nuovo metodo "digitale". Obiettivi: Saper utilizzare gli strumenti digitali per l'innalzamento della soglia d'attenzione degli utenti turistici, ormai più che avvezzi all'uso del digitale in tutte le sue forme.

Perché?

INNOVAZIONE - TRASVERSALITA'- CONSAPEVOLEZZA

1) il turismo è un settore in **continua evoluzione**, ed è importante formarsi in modo nuovo, completo, rispetto ad un mercato sempre più digitale
2) è un percorso **trasversale** a cui concorrono le diverse discipline
3) sensibilizza alla **conoscenza** e all'**uso** consapevole delle **nuove tecnologie**
4) accompagna ad una **scelta** futura più **consapevole** dello sbocco professionale o della successiva formazione

Quali possibili sbocchi al termine del percorso di studi?

Corsi di formazione superiore attuati da Università e ITS

Oppure avvio alle **professioni specifiche,** come

- il **social media manager** per curare i profili social delle strutture ricettive, gestire i commenti dei follower e ingaggiare influencer per collaborazioni,
- il **SEO specialist,** per curare il posizionamento sui motori di ricerca,
- il **web content writer,** per scrivere contenuti interessanti e funzionali per i possibili clienti, portandoli a una call to action che può essere la richiesta di un preventivo, l'iscrizione alla newsletter, la prenotazione del soggiorno.
- il **travel blogger** questi possiedono un loro blog con alta visibilità e vengono coinvolti per scrivere recensioni positive sulla struttura alberghiera visitata oppure per includerne una descrizione dei loro articoli.

Quale certificazione?

Al termine del percorso gli studenti conseguono il diploma di **PERITO TURISTICO**, insieme alla **certificazione Google di digital marketing**.

Come?

Nell'ambito dell'autonomia

1) **Coinvolgendo le risorse umane presenti** e disponibili all'interno dell'Istituzione scolastica (potenziamento)

2) Intensificando la **collaborazione** con l'ITS e **Università** Tor Vergata

3) Revisionando la cronologia degli argomenti in ragione della curvatura

4) utilizzando la **didattica mista** Blended learning implementando le App di Google for Education

5) sviluppando attività di **PCTO specifiche**

Breve descrizione

Negli ultimi anni è cambiato il turista, così come il modo di prenotare, il modo di percepire una vacanza; sono cambiate le location, le strutture ospitanti, i servizi. È con questa consapevolezza che l'ITT Darwin propone una nuova curvatura dell'indirizzo Turismo, che si chiamerà **Turismo e digital web marketing**, con una rimodulazione oraria di alcune discipline nei primi tre anni di studio.

Lo studente dell'indirizzo **Turismo e digital web marketing**, una volta concluso il ciclo di studi, è perfettamente formato secondo la tradizione turistica, quindi sa riconoscere la geografia fisica, sociale ed economica del territorio dove andrà a operare; ne conosce la storia e l'immenso valore culturale del patrimonio artistico che lo ha accompagnato fino al presente, promuovendone la tutela e incoraggiando un turismo "sostenibile". È inoltre capace di interagire, attraverso le competenze apprese nelle lingue straniere, con persone curiose e mediamente informate, che provengono da paesi e culture anche molto diversi fra loro.

Tuttavia, proprio per effetto dei recenti cambiamenti dovuti all'uso di internet, la formazione scolastica "ordinaria" deve essere integrata da una didattica innovativa, con la possibilità di maggiori esperienze pratiche. Lo studente dell'indirizzo **Turismo e digital web marketing** saprà cosa si intende per OTA (*Online Travel Agencies*, come Booking, Airbnb e così via), *Brand reputation* (Tripadvisor, Yelp, ecc.), *Metasearch engines* (Trivago, Kayak...), come pure dei social network utilizzati nel turismo (Facebook, Youtube, Instagram).

Il corso pone l'attenzione sulle tecniche per definire il proprio brand ed il proprio posizionamento strategico nel mercato turistico, le migliori strategie per impostare un Sistema di Marketing che possa produrre risultati concreti per la realtà ricettiva a partire dalla definizione della propria Unique Selling Proposition (USP). Si studierà come pianificare campagne di pubblicità online al fine di aumentare il traffico e la popolarità del sito, la selezione del motore di prenotazione per aumentare le potenzialità commerciali del sito, la gestione della reputazione online.

Si useranno le **certificazioni gratuite di Google che si conseguiranno durante il corso di studi**

https://learndigital.withgoogle.com/digitaltraining/courses (corsi completamente gratuiti)

https://www.facebook.com/business/learn (costo certificazione finale 130 euro)

Questo tipo di contenuti suscita sicuramente un forte interesse negli alunni data la loro versatilità nell'apprendimento attraverso l'uso di strumenti digitali. Inoltre, permettono loro di capire cosa si troveranno davanti una volta che saranno operativi in una qualsiasi azienda o ente del settore turistico.

È in questa logica, in conclusione, che nelle classi delle sezioni "Turismo **e digital web marketing**" verrà attivata una curvatura, per approfondire queste tematiche cercando di valorizzare le competenze con una formazione declinata verso le attività turistiche propriamente dette e, al contempo, riferibile e applicabile ad una crescita umana e professionale "a tutto tondo".

Articolazione oraria

ISTITUTO TECNICO SETTORE ECONOMICO INDIRIZZO TURISMO DIGITUR

DISCIPLINE	1° biennio		2° biennio		5°anno
	1^	**2^**	**3^**	**4^**	**5^**
Lingua e letteratura italiana	4	4	3 (4-1)	4	4
Storia	2	2	2	2	2
Matematica	3 (4-1)	4	3	3	3
Lingua Inglese	3	3	3	3	3
Seconda lingua comunitaria	3	3	3	3	3
Terza lingua straniera			3	3	3
Arte e territorio			2	2	2
Diritto ed economia	2	2			
Diritto e legislazione turistica			2 (3-1)	3	3
Economia aziendale	2	2			
Discipline turistiche e aziendali			4	4	4
DTA Digital Web marketing			2		
Scienze integrate (Scienze della Terra e Biologia)	2	2			
Scienze integrate (Fisica) Scienze integrate (Chimica)	2	 2			
Geografia Geografia turistica	3	2 (3-1)	 2	 2	 2
Informatica	2	2			
Informatica Digital Web marketing	1	1			
Scienze motorie e sportive	2	2	2	2	2
Religione Cattolica/Attività alternative	1	1	1	1	1
totale ore settimanali	**32**	**32**	**32**	**32**	**32**

In rosso sono evidenziate le diverse quote orarie

Corsi successivi, convegni

A quali percorsi universitari si può accedere per sviluppare la formazione professionale digitale?

Nell'anno accademico 2020/21 ci sono 192 nuovi corsi di laurea, un terzo dei quali in discipline tecnico-scientifiche Stem (Science, Technology, Engineering and Mathematics) quindi in ambito, o molto vicine, al digitale. Da Milano a Pisa, da Napoli a Macerata: le università si stanno aggiornando, proponendo nuove lauree per formare i professionisti digitali con un posto di lavoro assicurato, dall'esperto di cyber risk a quello di sistemi IoT, dall'allevatore di precisione al DPO.

La domanda di **esperti digitali** è in Italia in continuo aumento, nonché insoddisfatta: da un lato i dati sulla disoccupazione giovanile continuano ad allarmare, dall'altro le aziende cercano disperatamente professionisti digitali, prendono iniziative formative, lanciano appelli affinché anche il sistema dell'istruzione tenga conto dei nuovi bisogni del mercato del lavoro e aggiorni l'offerta formativa, in particolare quella universitaria.

Università Tor Vergata di Roma attivazione di corsi di Turismo Digitale, all'interno di vari dipartimenti, da Scienza del Turismo ad Ingegneria Energetica: in questo corso vengono forniti le basi per la formazione dei concetti chiave e degli strumenti applicativi del Turismo Digitale in un ambito di Sistemi Informativi Web e Mobile. Si affrontano richiami di Web e Applicazioni Aziendali (HTML-Wordpress); Geolocalizzazione e Google Maps per il Turismo; Portali e Reti Sociali per il Turismo; Internet Marketing per il turismo, Web Analytics e brand reputation;. Ecommerce per il Turismo, customer care e revenue management.

Università La Sapienza di Roma facoltà di Economia, Corso di laurea magistrale in "Management delle tecnologie, innovazione e sostenibilità". Sbocchi professionali: indirizzo tecnologie e management dell'innovazione saranno inquadrati come Innovation manager, Chief innovation officer, Manager di progetto, Supply chain manager. Il corso di laurea offre una formazione manageriale che va ad affrontare tematiche di grande attualità, utili per comprendere e gestire al meglio i principali driver dell'innovazione digitali quali la sostenibilità ambientale e la gestione delle risorse rinnovabili, l'internet of things, la corporate social responsability, il life cycle assessment, l'intelligenza artificiale, l'uso dei big data. Ben si sposa con i nuovi progetti che dovrà attuare da subito lo stato italiano grazie al **Recovery Plan** – PNRR. Le mission che lo caratterizzano infatti sono: digitalizzazione e competitività; transizione ecologica; digitale, cultura, salute; mobilità sostenibile nonché la spinta verso un turismo green ed emozionale grazie al digitale.

Altre Università in Italia che offrono percorsi analoghi in ambito digitale

Università di Pisa: la nuova laurea Magistrale dell'Università di Pisa è la ristrutturazione del corso già esistente dal 2009, aggiornato secondo quanto la tecnologie e le innovazioni richiedono oggi ai professionisti informatici ed esperti di reti: competenze di alto livello nel settore delle comunicazioni, dal wireless fino al 5G, con l'obiettivo di creare figure professionali pronte a entrare nel settore delle telecomunicazioni che negli ultimi anni si è evoluto moltissimo e rappresenta la spina dorsale di tutta le trasformazione digitale.

E inoltre

Università Bocconi/Politecnico di Milano, Università Federico II di Napoli, Università di Pavia, Universita' di Bologna, Università Statale di Milano/Politecnico di Milano, Universita' della Calabria, Universita' di Macerata, Universita' degli Studi di Catania

Molteplici sono anche i corsi di specializzazione post Diploma, di seguito alcuni riferimenti.

http://www.agriform.net/wp-content/uploads/2019/12/TECNICO-DEL-MARKETING-TURISTICO.pdf

https://www.turismodigitale.com/

https://www.masterturismo.it/master/digital-marketing-turistico/

https://uetitalia.it/product/tdm/

https://www.webmarketingturistico.guru/master-web-marketing-turistico/

https://digitaltourism.it/

RIFERIMENTI

https://www.industriequattropuntozero.it/2020/07/01/turismo-e-digitale-scenari-tecnologie-e-ipotesi-di-ripresa-post-covid/

https://www.minsait.com/en/news/media-room/le-tecnologie-digitali-il-principale-alleato-del-turismo-italia-nellestate-postcovid

https://www.osservatori.net/it/ricerche/osservatori-attivi/innovazione-digitale-nel-turismo

https://www.istruzione.it/archivio/web/istruzione/famiglie/autonomia-scolastica.html