

Percorso Biennale
"DIGITAL STRATEGY" 2020-2022
 (Ciclo Superiore per la promozione e il marketing delle filiere turistiche
 e delle attività culturali)

| Area | Unità formativa | Ore |
|-----------------------|---|-------------|
| TRASVERSALE | Dinamiche di relazione, team working e problem solving | 50 |
| TRASVERSALE | Sicurezza sul lavoro | 8 |
| TRASVERSALE | Orientamento al percorso formativo e al lavoro | 70 |
| TRASVERSALE | Autoimprenditorialità | 10 |
| MANAGEMENT D'IMPRESA | Project management | 60 |
| MANAGEMENT D'IMPRESA | Il settore turistico: caratteristiche, economia e legislazione | 50 |
| MANAGEMENT D'IMPRESA | Normativa di settore: privacy, proprietà intellettuale, accessibilità e usabilità, sicurezza it | 20 |
| MARKETING/VENDITA | Marketing strategico e strategia digitale nel settore turistico | 80 |
| MARKETING/VENDITA | Tecniche di negoziazione e vendita | 30 |
| MARKETING/VENDITA | Business english | 20 |
| MARKETING/VENDITA | Marketing operativo e digital marketing nel settore turistico | 125 |
| MARKETING/VENDITA | Content marketing e comunicazione on-line | 50 |
| NUOVE TECNOLOGIE | I dati esogeni: Big Data e Small Data | 90 |
| NUOVE TECNOLOGIE | I dati endogeni: fonti e strumenti | 60 |
| NUOVE TECNOLOGIE | Realizzazione e monitoraggio di campagne di digital marketing | 62 |
| NUOVE TECNOLOGIE | Strumenti di grafica digitale e video per il web | 60 |
| NUOVE TECNOLOGIE | E-commerce e portali turistici | 55 |
| STAGE | Stage | 900 |
| ESAME | Esame finale | 0 |
| TOTALE BIENNIO | | 1800 |