



DESTINATION MANAGEMENT E MARKETING TERRITORIALE



Obiettivi

Con le dovute attenzioni, i fondamentali del marketing delle aziende possono e devono essere utilizzati anche nelle azioni di promozione delle destinazioni turistiche.

Il percorso propone un metodo per individuare e conoscere gli elementi distintivi di un luogo, per analizzare cosa vuole il cliente-turista e per creare un'indispensabile e coordinata collaborazione fra gli operatori pubblici e privati per rispondere alle esigenze del mercato.

Il percorso si completa con un laboratorio pratico in cui costruire un piano di marketing della destinazione e della singola realtà aziendale o organizzazione.

Si parlerà della strategia di promozione e di comunicazione, del monitoraggio, e si accennerà alla "correzione" del modello: i bisogni del cliente mutano continuamente e la proposta e la sua comunicazione devono stare al passo.

Argomenti

PRIMA PARTE Durata: 8 ore

- La destinazione come prodotto turistico
- Analisi della destinazione turistica
- Che cosa vuole il turista: i fattori che motivano la scelta di una meta turistica:
- l'accoglienza, la ricettività, l'informazione, l'accessibilità, le attrazioni e l'immagine turistica di un luogo.
- Fattori push e pull
- Attività di gestione del territorio attraverso la valorizzazione delle risorse, l'equilibrio socio-ambientale, la strategia competitiva
- Il processo di gestione strategica del territorio: cooperazione tra attori pubblici e privati
- Il ruolo del marketing territoriale: dagli itinerari turistici al

DURATA TOTALE:
12 ore

NUMERO PARTECIPANTI:
8

CALENDARIO:
dal: 28/10/2026
al : 02/12/2026

TERMINE ISCRIZIONI:
19/10/2026

MODALITÀ DI SVOLGIMENTO:
WEBINAR

REFERENTE DEL CORSO:
LUCIANO LA PENNA
luciano.lapenna@formart.it
3466800415

QUOTA DI PARTECIPAZIONE:
300.00 € + IVA

Il corso sarà realizzato solo al raggiungimento del numero minimo di iscritti.
Le date potrebbero subire variazioni.



- marketing digitale
- Modelli e strategie

SECONDA PARTE Laboratorio guidato - durata 4 ore

- Effettuare una attività di check e di scouting, che porti alla mappatura del patrimonio culturale, dei brand, dei prodotti caratteristici del territorio;
- Definire un piano di marketing per i singoli operatori e un piano di marketing per il "sistema" e per le "reti"

Destinatari

- aziende e organizzazioni del territorio interessate a creare valore per il turista e ad incrementare le opportunità di business creando situazioni "multifunzionali" dove, a fianco dell'attività primaria (artigianato, produzioni agroalimentari ecc..) si sviluppi un'attività turistica o forse, meglio detto, una proficua vetrina del patrimonio del luogo.
- giovani laureati o diplomati che vogliono occuparsi di governo del territorio e di turismo.

Calendario

Il corso si svolgerà in webinar nel periodo 28/10/2026 - 02/12/2026 dalle 16:00 alle 19:00

Nelle seguenti date:

Mercoledì 28/10/2026

Mercoledì 11/11/2026

Mercoledì 25/11/2026

Mercoledì 02/12/2026

L'attività formativa si svolgerà in webinar: puoi frequentare il corso utilizzando il PC, lo smartphone o il tablet tramite una connessione stabile.

Docenti

Milena Colombini

Ha maturato una lunga esperienza in azienda come Professionista di Marketing e Comunicazione, anche in ambiti internazionali. Attualmente si occupa di Marketing delle Destinazioni Turistiche e di consulenza e formazione nell'ambito della valorizzazione del territorio: delle sue aziende e dei suoi prodotti (food, artigianato, servizi). Scrive per "Formazione Turismo" e partecipa come speaker ad eventi del settore come la Borsa internazionale del Turismo di Milano (BIT).



FORMart sede di PIACENZA, via Gaetano Modonesi, 14 29122 Piacenza

T. 0523-606613 - info.piacenza@formart.it - www.formart.it



Cercaci su

