

CORSI PROFESSIONALI 2018

ASAT, tramite il proprio centro di assistenza tecnica - **CAT TURISMO** - ha studiato una serie di **corsi professionalizzanti** con l'obiettivo di fornire gli strumenti operativi necessari per rispondere in maniera concreta all'evoluzione del mercato ed ai nuovi trend del settore.

Le aziende si trovano infatti a doversi confrontare quotidianamente con due dinamiche molto complesse: la concorrenza sempre maggiore, stimolata dai nuovi canali di comunicazione e l'**innovazione tecnologica continua** che, pur rappresentando una grossa opportunità per gli albergatori, richiede un aggiornamento personale continuo ed un'elevata professionalità del proprio staff.

ASAT, al fine di supportare le aziende del settore turistico, ha progettato i corsi pensandoli quindi, non solo per i titolari delle aziende, ma anche per i loro collaboratori.

Siamo infatti convinti che la **formazione continua** e l'**aggiornamento professionale** delle risorse umane consentano di migliorare in modo importante il livello di motivazione del personale, il clima aziendale, l'efficienza e la produttività dell'azienda determinando così un benessere generale, necessario per mantenere un'elevata fidelizzazione della propria clientela e per attrarne di nuova.

Ti presentiamo di seguito una serie di moduli tra cui scegliere quelli più adatti alle tue esigenze e che meglio rispondono alle necessità di crescita della tua azienda.

Affrettati, i posti sono limitati!

Le aree tematiche ed i moduli formativi proposti sono i seguenti:

LA CASSETTA DEGLI ATTREZZI DELL'ALBERGATORE	3
La gestione efficace dei reclami	3
La gestione della tariffa in hotel - Elementi base	3
PRINCIPI DI DIGITAL MARKETING PER L'OSPITALITÀ	4
Modulo 1: Facebook	4
Modulo 2: Youtube e Vimeo	5
Modulo 3: Video e Foto	5
Modulo 4: Google My Business, Google Analytics E Google Adwords	6
AUMENTARE LE VENDITE CON I NUOVI TREND	7
Il menù del ristorante per trovare nuovi clienti	7
La gestione sostenibile dell'albergo: da obbligo morale a fonte di ricavi	7
WEB MARKETING	8
Il sito web perfetto per una struttura ricettiva / local search: ottimizzare la visibilità per le ricerche locali	8
La distribuzione turistica online	8
Disintermediazione: come aumentare i ricavi dell'hotel	8
CORSO DI GRAFICA FONDAMENTI DI COMUNICAZIONE VISIVA	9
La comunicazione e la marca	9
La comunicazione nel mondo del web	10
SICUREZZA INFORMATICA	11
Sicurezza informatica proteggere il pc dai pericoli della rete	11
GESTIONE PROATTIVA DEGLI OBBLIGHI DI LEGGE	12
La privacy in albergo	12
QUOTA DI PARTECIPAZIONE	13



AREA TEMATICA	MODULO	DATA PRIMAVERA	DATA AUTUNNO	ORARIO CORSO	SEDE	DURATA CORSO
LA CASSETTA DEGLI ATTREZZI DELL'ALBERGATORE	LA GESTIONE EFFICACE DEI RECLAMI	13/04/2018	05/10/2018	14.00-18.00	TRENTO	4 ORE
LA CASSETTA DEGLI ATTREZZI DELL'ALBERGATORE	LA GESTIONE DELLA TARIFFA IN HOTEL - ELEMENTI BASE	20/04/2018	12/10/2018	14.00-18.00	TRENTO	4 ORE
PRINCIPI DI DIGITAL MARKETING PER L'OSPITALITÀ	MODULO 1: FACEBOOK	08/03/2018	06/09/2018	09.00-13.00/ 14.00-18.00	TRENTO	8 ORE
PRINCIPI DI DIGITAL MARKETING PER L'OSPITALITÀ	MODULO 2: YOUTUBE E VIMEO	15/03/2018	13/09/2018	09.00-13.00	TRENTO	4 ORE
PRINCIPI DI DIGITAL MARKETING PER L'OSPITALITÀ	MODULO 3: VIDEO E FOTO	22/03/2018	20/09/2018	09.00-13.00	TRENTO	4 ORE
PRINCIPI DI DIGITAL MARKETING PER L'OSPITALITÀ	MODULO 4: GOOGLE MY BUSINESS, GOOGLE ANALYTICS E GOOGLE ADWORDS	29/03/2018	27/09/2018	09.00-13.00	TRENTO	4 ORE
AUMENTARE LE VENDITE CON I NUOVI TREND	IL MENÙ DEL RISTORANTE PER TROVARE NUOVI CLIENTI	14/06/2018	16/11/2018	09.00-13.00/ 14.00-18.00	TRENTO	8 ORE
AUMENTARE LE VENDITE CON I NUOVI TREND	LA GESTIONE SOSTENIBILE DELL'ALBERGO: DA OBBLIGO MORALE A FONTE DI RICAVI	21/06/2018	23/11/2018	10.00-13.00/ 14.00-17.00	TRENTO	6 ORE
WEB MARKETING	IL SITO WEB PERFETTO PER UNA STRUTTURA RICETTIVA / LOCAL SEARCH: OTTIMIZZARE LA VISIBILITÀ PER LE RICERCHE LOCALI	17/05/2018	04/09/2018	09.00-13.00/ 14.00-18.00	TRENTO	8 ORE
WEB MARKETING	LA DISTRIBUZIONE TURISTICA ONLINE	24/05/2018	11/09/2018	09.00-13.00/ 14.00-18.00	TRENTO	8 ORE
WEB MARKETING	DISINTERMEDIAZIONE: COME AUMENTARE I RICAVI DELL'HOTEL	31/05/2018	18/09/2018	09.00-13.00/ 14.00-18.00	TRENTO	8 ORE
CORSO DI GRAFICA FONDAMENTI DI COMUNICAZIONE VISIVA	LA COMUNICAZIONE E LA MARCA	10/04/2018	17/10/2018	09.00-13.00/ 14.00-18.00	TRENTO	8 ORE
CORSO DI GRAFICA FONDAMENTI DI COMUNICAZIONE VISIVA	LA COMUNICAZIONE NEL MONDO DEL WEB	17/04/2018	23/10/2018	09.00-13.00	TRENTO	4 ORE
SICUREZZA INFORMATICA	SICUREZZA INFORMATICA PROTEGGERE IL PC DAI PERICOLI DELLA RETE	04/05/2018	06/11/2018	09.00-13.00	TRENTO	4 ORE
GESTIONE PROATTIVA DEGLI OBBLIGHI DI LEGGE	LA PRIVACY IN ALBERGO	15/02/2018	09/05/2018	09.00-13.00/ 14.00-18.00	TRENTO	8 ORE



LA CASSETTA DEGLI ATTREZZI DELL'ALBERGATORE

LA GESTIONE EFFICACE DEI RECLAMI (4 ore)

Il reclamo viene spesso visto con difficoltà da chi lo riceve non comprendendo che nel reclamo troviamo comunque un desiderio di comunicare più che di semplice giudizio. Molti clienti non reclamano preferendo, per il futuro, cambiare Hotel. Molti altri reclamano sul web, amplificando e spesso modificando la portata del reclamo.

Il reclamo non ascoltato o non ricevuto è allora un'occasione persa, una rinuncia all'utilizzo di uno strumento di marketing low cost.

I modelli maggiormente in uso consentono di trasformare in opportunità un momento di crisi.

Obiettivo del corso è quello di fornire una panoramica degli strumenti normativi e pratici disponibili per favorire l'introduzione in Hotel della cultura del reclamo come opportunità di miglioramento e di fidelizzazione della clientela.

Contenuti:

- Il trattamento dei reclami nelle organizzazioni: la UNI ISO 10002;
- La terminologia di base relativa al concetto di reclamo;
- L'analisi e la valutazione dei reclami;
- Rilevare la soddisfazione dei clienti;
- Il reclamo sui social e sulle piattaforme on line.

LA GESTIONE DELLA TARIFFA IN HOTEL - ELEMENTI BASE (4 ore)

In un mercato competitivo, il prezzo che si può incassare per un soggiorno, è largamente determinato dal cliente e dai concorrenti. Ma questo non significa che il responsabile dei listini di una struttura debba essere passivo nella determinazione del prezzo. La disponibilità dell'ospite a pagare un certo prezzo è influenzata anche dal modo in cui si percepisce il valore offerto. Questo principio vale per tutti. Ma se da un lato le modalità di trasmissione della "proposta esclusiva di vendita" dalla struttura all'ospite rischia di perdersi nel mare delle offerte presenti, la manovra sui prezzi di vendita ha il vantaggio di essere "unica" e quindi controllabile. Una gestione dinamica della tariffa si basa su valutazioni oggettive degli "ingredienti del prezzo" e gli strumenti di lavoro sono alla portata di tutti.

Obiettivo del corso è quello di delineare il quadro generale degli strumenti necessari per gestire in maniera dinamica il prezzo, illustrandone gli aspetti teorici ma soprattutto chiarendo i fattori che influenzano il prezzo.

Il partecipante alla fine del corso avrà così acquisito i concetti essenziali e gli esempi pratici che gli consentiranno di attuare in modo concreto una gestione dinamica dei prezzi.

Contenuti:

- Il concetto di tariffa/prezzo;
- La gestione dinamica del prezzo;
- Il Revenue Management: gli indicatori;
- I fattori che influenzano il prezzo;
- Massimizzare i prezzi;
- Gli strumenti di lavoro per la gestione dinamica del prezzo.

PRINCIPI DI DIGITAL MARKETING PER L'OSPITALITÀ

Conoscere e saper sfruttare i nuovi canali che la rete offre e' diventato un fattore fondamentale per chi desidera dare maggiore visibilità alla propria attività professionale.

Il corso è suddiviso in 4 moduli indipendenti l'uno dall'altro, ai quali ci si può iscrivere singolarmente, ed è rivolto a tutti coloro che vogliono conoscere i principali social network Facebook, Google My Business, Instagram ma anche i canali video come Youtube e Vimeo, passando dalle caratteristiche dei server video streaming fino ad esaminare le tecniche di riprese e pubblicazioni realizzate autonomamente con smartphone e tablet. L'ultimo modulo offre una panoramica sugli strumenti di monitoraggio dei siti internet come Google Analytics e le campagne Pay per Click.

MODULO 1: FACEBOOK (8 ore)

Facebook è il social network più diffuso al mondo ed in Italia, con oltre 4 milioni di utenti nel nostro paese. Come ogni prodotto web di successo, anche Facebook si innova in continuazione, per offrire ai suoi utenti un'esperienza di utilizzo sempre migliore e nel contempo attrarre nuovi utenti. Le funzionalità e le opzioni di questo social media sono dunque moltissime ed in continuo aumento. Questo corso (modulo 1) vuole essere una guida introduttiva alle funzionalità principali e più importanti della piattaforma, per consentire di iniziare da subito a sfruttarne le potenzialità.

Contenuti:

Come comunicare sui social network:

- Caratteristiche di un buon post;
- Il piano editoriale (cosa dire, cosa postare e con quale frequenza);
- Visibilità di un post (da chi viene visualizzato e per quanto tempo);
- Impostare una campagna.

Struttura base del social network FACEBOOK:

- La differenza tra Profilo, Pagina e Gruppo;
- Struttura base di un Profilo: creazione, impostazione, funzioni ed opzioni principali (desktop e app);
- Struttura base di una Pagina: creazione, impostazione, funzioni ed opzioni principali (desktop e app);
- Struttura base di un Gruppo: creazione, impostazione, funzioni ed opzioni principali (desktop e app);
- Prova pratica: creazione di un Profilo, di un Gruppo e di una Pagina.

I post:

- Tipologie e regole di composizione;
- I post: interazione, commento, condivisione e copertura;
- Prova pratica: creazione di 3 post.

Eventi:

- Come crearli;
- Prova pratica: creazione di 1 evento.

Facebook Insights:

- Scoprire performance e statistiche delle Pagine;
- Campagne promozionali e sponsorizzazioni a pagamento: principi base;
- Come creare una campagna a pagamento;
- Prova pratica: creazione di 1 campagna a pagamento;
- Monitoraggio dei risultati delle campagne.



Regole base di gestione delle Pagine business:

- Principi di netiquette;
- Calendario editoriale e programmazione della pubblicazione;
- Impostazioni avanzate della Pagina.

Question time: lezione dedicata a temi proposti dalla classe durante il corso.

MODULO 2: YOUTUBE E VIMEO (4 ore)

Contenuti:

Youtube - Struttura del social network:

- I canali Youtube e il loro collegamento con G+;
- Struttura di un canale;
- Come creare un canale;
- Come comunicare;
- Caricare e ottimizzare un video (titolo, descrizione, tag, annotazioni, sottotitoli);
- Come usare le playlist.

Prova pratica (ottimizzazione di un video)

Vimeo - Struttura del social network:

- Struttura del server Video;
- Differenze tra versione Free e Pro;
- Video pubblici e video privati;
- Integrare il video in un sito web.

MODULO 3: VIDEO E FOTO (4 ore)

Contenuti:

Video - nozioni di base:

- Le migliori app per la realizzazione di video;
- Tecniche di ripresa;
- Prove pratiche di ripresa.

APP e Video:

- Le migliori app per la post-produzione video con smartphone;
- Prove pratiche di post produzione video.

Social media:

- Condivisione dei contenuti foto e video.

Instagram:

- Instagram: panoramica;
- Prove pratiche di condivisione.



Foto - le basi della fotografia mobile:

- Differenze con la fotografia tradizionale, limiti, opportunità;
- Le migliori app per scattare;
- Tecniche di scatto;
- Prove pratiche di scatto.

APP e grafica:

- Le migliori app per la post-produzione con smartphone;
- Prove pratiche di post produzione.

MODULO 4: GOOGLE MY BUSINESS, GOOGLE ANALYTICS E GOOGLE ADWORDS (4 ore)

Contenuti:

Google My Business:

- Cos'è e come funziona;
- Creare una nuova Pagina;
- Creare Post;
- Gestione foto dell'attività;
- Google Maps Business View;
- Le statistiche.

Google Analytics:

- Come funziona il monitoraggio dei siti internet;
- Da dove provengono i nostri dati;
- Associare il sito al servizio di Google Analytics;
- Interpretare dati e statistiche;
- Monitorare il traffico di un sito web;
- Selezione dei dati principali;
- Significato dei termini;
- Personalizzare l'interfaccia grafica.

Google AdWords:

- Come funziona una campagna pay per click;
- Impostare una campagna;
- Creare un annuncio;
- Strumenti per le parole chiave;
- Impostazione valori per keyword;
- Traffico di ricerca;
- Associare il sito al servizio di Google Analytics;
- Monitorare una campagna;
- Selezione dei dati.



AUMENTARE LE VENDITE CON I NUOVI TREND

In un mercato estremamente competitivo è fondamentale saper sfruttare gli ultimi trend e adottare buone pratiche per diversificare la propria offerta e per conquistare nuovi target di clientela.

Il corso è suddiviso in 2 moduli indipendenti, ai quali ci si può iscrivere singolarmente:

IL MENÙ DEL RISTORANTE PER TROVARE NUOVI CLIENTI (8 ore)

Contenuti:

- Trend emergenti in termini di materie prime;
- Tecniche di cotture moderne;
- Attenzione alle “diete” speciali;
- Valorizzazione del territorio;
- Gestione del food cost con razionalizzazione dei menu;
- Piano di gestione digitale del food cost, con informatizzazione del magazzino;
- Tecniche di cottura sottovuoto per abbattere i costi.

LA GESTIONE SOSTENIBILE DELL'ALBERGO: DA OBBLIGO MORALE A FONTE DI RICAVI (6 ore)

L'Assemblea generale delle Nazioni Unite ha dichiarato il 2017 Anno internazionale del turismo sostenibile per lo sviluppo, per favorire l'ambiente e le economie in difficoltà. A quindici anni di distanza dalla prima celebrazione del turismo sostenibile, si è sentita l'esigenza di ribadire la necessità di usare questo settore del mercato – che genera ogni anno un fatturato di circa 1.260 miliardi di dollari – per il bene dell'ambiente e delle persone. Il concetto di turismo sostenibile indica un modo di viaggiare rispettoso del pianeta, che non altera l'ambiente – naturale, sociale e artistico – e non ostacola lo sviluppo di altre attività sociali ed economiche. Le strutture ricettive sono un componente importante della filiera turistica e possono contribuire, con i loro comportamenti, a mitigare l'impatto del turismo ma anche a educare i turisti ad adottare comportamenti “sostenibili”.

Obiettivo del corso è quello di fornire una panoramica degli strumenti normativi e pratici disponibili per favorire l'adozione di pratiche di turismo sostenibile, coniugando le attività richieste con l'introduzione in Hotel di strumenti di comunicazione “green” che possono intercettare nuova clientela o differenziare l'offerta.

Contenuti:

- Gli strumenti applicativi del turismo sostenibile: I principi di corretta gestione ambientale secondo la norma internazionale UNI ISO 14001 (nuova edizione);
- Il regolamento comune europeo;
- I marchi ecologici;
- Gestione sostenibile degli eventi: applicare i principi della ISO 20121;
- La gestione della sostenibilità ambientale nell'hotel: l'Hotel Environment Charter del Gruppo Accor;
- Una piattaforma di gestione della sostenibilità per l'Hotel: strumento di marketing turistico;
- Esercitazioni.

WEB MARKETING

I corsi di formazione "Web Marketing" sono stati appositamente realizzati per venire incontro alle specifiche esigenze di coloro che si occupano della promozione sul web di strutture ricettive ed hanno come obiettivo generale lo sviluppo di competenze nell'ambito della vendita e del marketing. I temi trattati rivestono un ruolo centrale per le aziende turistiche che negli ultimi anni hanno cambiato moltissimo i comportamenti e l'approccio alla penetrazione sul mercato, più legato alla creazione di nicchie di clientela.

IL SITO WEB PERFETTO PER UNA STRUTTURA RICETTIVA / LOCAL SEARCH: OTTIMIZZARE LA VISIBILITÀ PER LE RICERCHE LOCALI (8 ore)

Contenuti:

- Dal marketing tradizionale al marketing 2.0;
- Come impostare un piano di web marketing turistico integrato che produca risultati concreti;
- Il «momento zero della verità»: come intercettare la domanda turistica online;
- Tutti gli elementi indispensabili che devono essere presenti nel sito web di una struttura ricettiva;
- Menu di navigazione, offerte, eventi, booking engine, immagini, velocità, strumenti di interazione: incrementa contatti e prenotazioni direttamente dal sito web;
- Google My Business: gli strumenti di Google per la visibilità locale;
- Ricerche locali e presenza sulle mappe;
- I micro dati Schema.org per la geo localizzazione.

LA DISTRIBUZIONE TURISTICA ONLINE (8 ore)

Contenuti:

- Gli elementi fondamentali della distribuzione turistica;
- Il Canale diretto ed i canali indiretti;
- GDS, Grossisti, Tour Operator, Agenzie ed OTA: il ruolo della distribuzione nel mercato turistico attuale;
- Strategie distributive;
- I trend del web marketing turistico dei prossimi anni: conoscerli per dominarli.

DISINTERMEDIAZIONE: COME AUMENTARE I RICAVI DELL'HOTEL (8 ore)

Contenuti:

- L'importanza delle campagne PPC «branded»;
- Come creare eventi coinvolgenti ed offrire pacchetti speciali;
- Come sfruttare le recensioni dei turisti per attrarre nuovi clienti;
- DEM: come pianificare una campagna di E-mail Marketing;
- Ridurre gli intermediari ed aumentare le revenue dell'hotel;
- Come pianificare una strategia social;
- Interazione, awareness, engagement, call to action: gli elementi del Social Media Marketing;
- Facebook per le strutture ricettive: consigli e trucchi dagli esperti;
- L'importanza della SEO per strutture ricettive;
- I principali fattori di ranking per il turismo.

CORSO DI GRAFICA FONDAMENTI DI COMUNICAZIONE VISIVA

Il corso è aperto a tutti, ma per i temi trattati è particolarmente indicato per coloro che lavorano nel mondo della grafica (digitale e cartacea) o del marketing. Il corso mira a fornire le nozioni fondamentali della comunicazione visiva: il progetto e il destinatario, la rappresentazione delle immagini, il logo, la percezione dei colori e forme, promozione cartacea e multimediale, il linguaggio del web e dei social. Il corso viene articolato attraverso lezioni teoriche, esercizi pratici, esempi su supporti cartacei e digitali.

LA COMUNICAZIONE E LA MARCA (8 ore)

Contenuti:

Segno e comunicazione:

- La costruzione di un messaggio: l'oggetto e il significato;
- Il codice e il linguaggio.

I protagonisti del messaggio:

- L'emittente, l'elaboratore e il ricevente.

Come affrontare un incarico progettuale:

- Il tema, la committenza, il destinatario, i dati preliminari, il progetto e loro applicazione.

La marca e gli elementi che la distinguono:

- Il nome;
- Lo slogan;
- Il logo.

Come costruire una forte percezione di marca:

- I fondamenti del linguaggio e loro utilizzo;
- Il colore;
- La forma;
- Le immagini;
- Il testo;
- La disposizione degli elementi nello spazio.

Tradurre la personalità di marca in uno stile:

- Definizione del Target;
- Il Megatrend;
- Potenzialità dell'impresa.

LA COMUNICAZIONE NEL MONDO DEL WEB (4 ORE):

Contenuti:

Sito web:

La costruzione di un messaggio

- Il sito web;
- Struttura e lettura di un sito web;
- Disposizione degli elementi nello spazio;
- Colore;
- Utilizzo di font e testi.
- Anche i siti si evolvono: ultime tendenze di linguaggio dal web 2.0 al vintage.

Comunicazione aziendale (impresa e autoproduzione) attraverso i social media:

- Utilizzo di un linguaggio appropriato, per promuoversi correttamente.

Guida per scegliere in modo in modo corretto:

- Le immagini;
- Il testo;
- Il colore;
- La disposizione degli elementi nello spazio.

In dettaglio la comunicazione attraverso:

- LinkedIn;
- Facebook;
- Twitter;
- Pinterest.

Esempi positivi e negativi (ovvero quello che si deve evitare) dal mondo del web Ipotesi e eventuali sviluppi futuri

SICUREZZA INFORMATICA

SICUREZZA INFORMATICA PROTEGGERE IL PC DAI PERICOLI DELLA RETE (4 ore)

Obiettivo del corso è quello di fornire le informazioni basilari per un corretto uso del proprio computer, della posta elettronica, indicando come evitare procedure pericolose durante la navigazione in Rete e come proteggere i documenti, foto, files riservati o dati aziendali.

Il corso di livello base è rivolto a tutte le persone che, lavorando quotidianamente con strumenti informatici, desiderano approfondire le tematiche sulla sicurezza delle postazioni di lavoro.

Non sono richiesti requisiti di base; il corso è appositamente studiato per approfondire conoscenze partendo da qualunque livello di preparazione.

Contenuti:

Sicurezza del PC :

- Una panoramica sui malware presenti in rete, una descrizione di alcune tipologie e i diversi comportamenti;
- Cosa sono i Virus, worm e trojan horse;
- Phishing e altri pericoli della rete;
- Come entrano nei nostri PC e reti;
- I primi segnali d'allarme;
- Gli antivirus e i filtri antispam;
- Cosa sono i software antivirus, come funzionano e l'importanza degli aggiornamenti delle liste dei nuovi virus;
- Alcuni antivirus efficaci;
- Gratuiti e a pagamento: le differenze sostanziali;
- Pericoli dalla posta elettronica, come difendersi;
- Saper riconoscere una email con un virus, un tentativo di frode, un link al sito infetto, oppure spam;
- Cosa fare e cosa non fare con le email sospette;
- Pericoli dai siti web, come difendersi;
- Riconoscere i siti internet pericolosi;
- Siti web sicuri per i pagamenti e per la trasmissione dei dati;
- I certificati rilasciati;
- Impostazione dell'antivirus per evitare di avviare processi dannosi;
- L'importanza delle password, la scelta delle password sicure e le impostazioni sui browser;
- Suggerimenti: un programma per generare e salvare le password sul proprio PC.

Proteggere una rete locale:

- Proteggere i dati;
- L'importanza delle copie di sicurezza;
- Copie di sicurezza, ripristino e sincronizzazione;
- Diverse tipologie di archiviazione, dalla chiavetta USB a sistemi su server;
- Automatizzare e ottimizzare le nostre copie.

Il backup sulla rete:

- Il Cloud, cos'è e come funziona: una panoramica;
- Cosa ci permette di fare il Cloud;
- I vantaggi e l'ottimizzazione dei costi e dei tempi della nostra attività;
- Copie di sicurezza dei nostri files;
- La sincronizzazione dei dati .

GESTIONE PROATTIVA DEGLI OBBLIGHI DI LEGGE

LA PRIVACY IN ALBERGO (8 ore)

A seguito dell'adozione (maggio 2016), della versione definitiva del Regolamento Europeo sulla protezione dei dati personali, le aziende, gli enti, i professionisti e le pubbliche amministrazioni dovranno aggiornare tutte le procedure in materia. Le nuove regole sostituiranno in Italia l'attuale Codice della Privacy (Decreto legislativo 196 del 2003), e armonizzeranno la normativa comunitaria divenendo legislazione comune per tutte le nazioni dell'UE. I cambiamenti sono tanti e impegnativi e molte disposizioni attuali "sopravvivranno" ed andranno integrate alle disposizioni UE.

Obiettivo del corso è quello di delineare il quadro generale di tutte le novità introdotte dal Regolamento UE, illustrandone gli aspetti normativi e gli impatti nell'organizzazione.

Il partecipante alla fine del corso avrà così acquisito i concetti e gli esempi pratici che gli consentiranno di attuare in modo concreto il sistema di gestione della Protezione dei Dati adeguato alla propria organizzazione e conforme ai nuovi dettami europei.

Contenuti:

- Introduzione e storia del nuovo Regolamento Europeo
- Confronto con il Dlgs 196/03 e cosa cambierà
- Indice Regolamento
- I considerando del Regolamento
- Gli articoli del Regolamento
- Considerazioni generali e finali e come potersi adeguare
- Principali novità:
 - l'obbligo di "privacy impact assessment"
 - il "data protection officer"
 - il diritto all'oblio, il diritto alla portabilità dei dati da un provider a un altro, in formato neutro;
 - l'introduzione dei "joint controllers"
 - l'introduzione del concetto di "stabilimento principale"
 - l'introduzione del ruolo di "lead authority", l'introduzione del principio della cosiddetta "accountability"
 - l'obbligo di attenersi, nell'ideazione di nuovi prodotti o servizi, ai principi della "data protection by design" e della "data protection by default"
 - il data breach
 - l'inasprimento delle sanzioni
- Esempi di applicazioni in azienda
- Domande e discussione
- Test finale di apprendimento



QUOTA DI PARTECIPAZIONE

MODULI DELLA DURATA DI 4 ORE:

- Quota di partecipazione: € 100,00 + IVA a partecipante;
- Quota Associati ASAT: € 80,00 + IVA a partecipante.

MODULI DELLA DURATA DI 6 ORE:

- Quota di partecipazione: € 140,00 + IVA a partecipante;
- Quota Associati ASAT: € 120,00 + IVA a partecipante.

MODULI DELLA DURATA DI 8 ORE:

- Quota di partecipazione: € 170,00 + IVA a partecipante;
- Quota Associati ASAT: € 150,00 + IVA a partecipante.

Sono inoltre previsti dei pacchetti per la partecipazione a più corsi di formazione:

PRINCIPI DI DIGITAL MARKETING PER L'OSPITALITÀ

SCONTO DEL 5%

PARTECIPAZIONE A MODULO 1: FACEBOOK + **N.1** MODULO A SCELTA TRA:

- MODULO 2: YOUTUBE E VIMEO
- MODULO 3: VIDEO E FOTO
- MODULO 4: GOOGLE MY BUSINESS, GOOGLE ANALYTICS E GOOGLE ADWORDS

Quota di partecipazione: € 256,50 (~~€ 270,00~~) + IVA a partecipante;

Quota Associati ASAT: € 218,50 (~~€ 230,00~~) + IVA a partecipante.

SCONTO DEL 10%

PARTECIPAZIONE A MODULO 1: FACEBOOK + **N.2** MODULI A SCELTA TRA:

- MODULO 2: YOUTUBE E VIMEO
- MODULO 3: VIDEO E FOTO
- MODULO 4: GOOGLE MY BUSINESS, GOOGLE ANALYTICS E GOOGLE ADWORDS

Quota di partecipazione: € 351,50 (~~€ 370,00~~) + IVA a partecipante;

Quota Associati ASAT: € 279,00 (~~€ 310,00~~) + IVA a partecipante.

SCONTO DEL 15%

PARTECIPAZIONE A MODULO 1: FACEBOOK + **TUTTI E 3** I MODULI:

- MODULO 2: YOUTUBE E VIMEO
- MODULO 3: VIDEO E FOTO
- MODULO 4: GOOGLE MY BUSINESS, GOOGLE ANALYTICS E GOOGLE ADWORDS

Quota di partecipazione: € 446,50 (~~€ 470,00~~) + IVA a partecipante;

Quota Associati ASAT: € 331,50 (~~€ 390,00~~) + IVA a partecipante.



WEB MARKETING

SCONTO DEL 5%

PARTECIPAZIONE A **N.2** MODULI A SCELTA TRA:

- IL SITO WEB PERFETTO PER UNA STRUTTURA RICETTIVA /
LOCAL SEARCH: OTTIMIZZARE LA VISIBILITÀ PER LE
RICERCHE LOCALI
- LA DISTRIBUZIONE TURISTICA ONLINE
- DISINTERMEDIAZIONE: COME AUMENTARE I RICAVI
DELL'HOTEL

Quota di partecipazione: € 323,00 (~~€ 340,00~~) + IVA a partecipante;

Quota Associati ASAT: € 285,00 (~~€ 300,00~~) + IVA a partecipante.

SCONTO DEL 10%

PARTECIPAZIONE A **TUTTI E 3** I MODULI:

- IL SITO WEB PERFETTO PER UNA STRUTTURA RICETTIVA /
LOCAL SEARCH: OTTIMIZZARE LA VISIBILITÀ PER LE
RICERCHE LOCALI
- LA DISTRIBUZIONE TURISTICA ONLINE
- DISINTERMEDIAZIONE: COME AUMENTARE I RICAVI
DELL'HOTEL

Quota di partecipazione: € 459,00 (~~€ 510,00~~) + IVA a partecipante;

Quota Associati ASAT: € 405,00 (~~€ 450,00~~) + IVA a partecipante.