

Tytuł: „Strategia promocji obiektu turystycznego”

Miejsce: 38-300 Gorlice, ul. Biecka 3 - sala posiedzeń Starostwa Powiatowego

Termin: 3-4 lipca 2014 r. (2-dniowe, w godz. 9.00-16.00)

Cena: bezpłatne - w ramach projektu „Lokalne inicjatywy na rzecz rozwoju regionalnego powiatu gorlickiego i nowosądeckiego” współfinansowanego przez Szwajcarię w ramach szwajcarskiego programu współpracy z nowymi krajami członkowskimi Unii Europejskiej.

Dla kogo: właściciele, kadra zarządzająca i kierownicza oraz pracownicy mikro, małych i średnich firm, zarejestrowanych (posiadających siedzibę) lub posiadających strukturę organizacyjną (jednostkę, oddział, filię, przedstawicielstwo) na terenie powiatu gorlickiego lub nowosądeckiego.

Organizator: Małopolska Agencja Rozwoju regionalnego S.A., Lokalne Biuro Projektu w Nowym Sączu przy ul. Kościuszki 9 (biuro czynne: pn – pt, godz. 8.00-16.00).

Zapisy na szkolenie: rejestracja on-line na www.marr.pl/swiss w zakładce **szkolenia**

Cel szkolenia: wzrost wiedzy i umiejętności uczestników w zakresie projektowania i wdrażania strategii promocji obiektu turystycznego. W szczególności przedmiotem szkolenia będą uwarunkowania i zasady projektowania kampanii promocyjnych wpisujących się w określone wcześniej strategię. Celem szkolenia będzie doskonalenie umiejętności w zakresie wykorzystania PR, niestandardowych form oraz internetu w promocji obiektu turystycznego.

Program szkolenia:

Dzień I	
9:00 - 10:30	Promocja obiektu turystycznego: 1. Uwarunkowania skuteczności promocji 2. Promocja a inne obszary aktywności obiektu turystycznego 3. Strategie promocji Metody i narzędzia stosowane w trakcie realizacji: wykład interaktywny, analizy przykładów, dyskusje, ćwiczenia
10:30 – 10:45	Przerwa kawowa
10:45 – 12:15	Wykorzystanie public relations w promocji obiektu turystycznego: 1. Techniki public relations 2. Współpraca obiektu turystycznego z podmiotami otoczenia rynkowego 3. Wykorzystanie targów w promocji obiektu turystycznego Metody i narzędzia stosowane w trakcie realizacji: prezentacja zasad, analizy przykładów, dyskusje, ćwiczenie indywidualne, praca w grupach
12:15 – 12:45	Lunch

12:45 – 14:15	<p>Niestandardowe formy promocji obiektu turystycznego (wybrane narzędzia):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ambient media 2. Marketing wirusowy 3. Inne niestandardowe formy promocji <p>Metody i narzędzia stosowane w trakcie realizacji: wykład, analizy przykładów, ćwiczenie indywidualne, praca w grupach, prezentacja wyników i dyskusja,</p>
14:15 – 14:30	Przerwa kawowa
14:30 – 16:00	<p>Promocja obiektu turystycznego z wykorzystaniem środowiska internetowego (cz. 1):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Projektowanie serwisów internetowych - zasady 2. Promocja w serwisach społecznościowych 3. Inne formy promocji z wykorzystaniem internetu <p>Metody i narzędzia stosowane w trakcie realizacji: prezentacja zasad, analizy przykładów, dyskusje, ćwiczenia</p>
Dzień II	
9:00 -10:30	<p>Promocja obiektu turystycznego z wykorzystaniem środowiska internetowego (cz. 2):</p> <ol style="list-style-type: none"> 4. Wykorzystanie platform zakupów grupowych w promocji obiektu turystycznego – uwarunkowania, zalety, wady 5. Promocja bezpośrednia <p>Metody i narzędzia stosowane w trakcie realizacji: mini wykład, analizy przykładów, praca w grupach, prezentacja wyników dyskusja</p>
10:30 – 10:45	Przerwa kawowa
10:45 – 12:15	<p>Strategia promocji obiektu turystycznego (cz. 1):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Projektowanie strategii promocji - zasady 2. Analiza przykładów działań promocyjnych obiektów turystycznych <p>Metody i narzędzia stosowane w trakcie realizacji: mini wykład, analizy przykładów, dyskusje, ćwiczenia</p>
12:15 – 12:45	Lunch
12:45 – 14:15	<p>Strategia promocji obiektu turystycznego (cz. 2):</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Projektowanie strategii promocji obiektu turystycznego <p>Metody i narzędzia stosowane w trakcie realizacji: mini wykład, analizy przykładów, praca w grupach, prezentacja wyników dyskusja</p>
14:15 – 14:30	Przerwa kawowa
14:30 – 16:00	<p>Strategia promocji obiektu turystycznego (cz. 3):</p> <ol style="list-style-type: none"> 4. Projektowanie strategii promocji obiektu turystycznego <p>Metody i narzędzia stosowane w trakcie realizacji: mini wykład, analizy przykładów, dyskusje, ćwiczenia indywidualne</p>

W ramach szkolenia MARR S.A. zapewnia materiały szkoleniowe, zaświadczenia o ukończeniu szkolenia, zaświadczenia o uzyskanej pomocy *de minimis* oraz catering.

Metody i narzędzia stosowane w trakcie realizacji szkolenia: prezentacja komputerowa, analizy przykładów, dyskusja, ćwiczenia grupowe oraz indywidualne, zadania.

TRENER: Marek Rutkowski

Doktor nauk ekonomicznych w zakresie nauk o zarządzaniu. Kierownik Zakładu Marketingu WSB-NLU w Nowym Sączu i wykładowca na studiach podyplomowych i studiach MBA. Autor i współautor wielu prac: artykułów, raportów z badań, ekspertyz, strategii, programów badawczych i szkoleniowych. Posiada ponad 10-letnie doświadczenie zawodowe w prowadzeniu szkoleń. Działalność szkoleniową i konsultingową koncentruje na zarządzaniu marketingiem, komunikacji marketingowej, zarządzaniu sprzedażą, badaniach marketingowych i zarządzaniu marką.

Liczba miejsc ograniczona, decyduje kolejność zgłoszeń!

Pytania? Tel. 18 262 12 76.

Zapisz się już dziś www.marr.pl/swiss