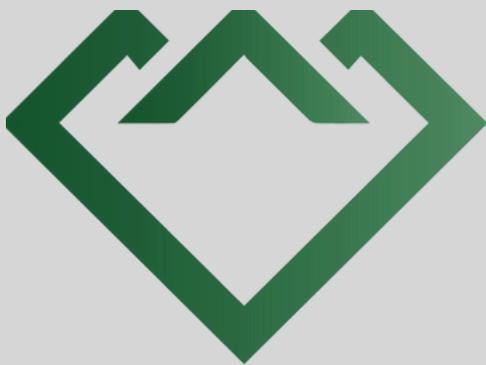


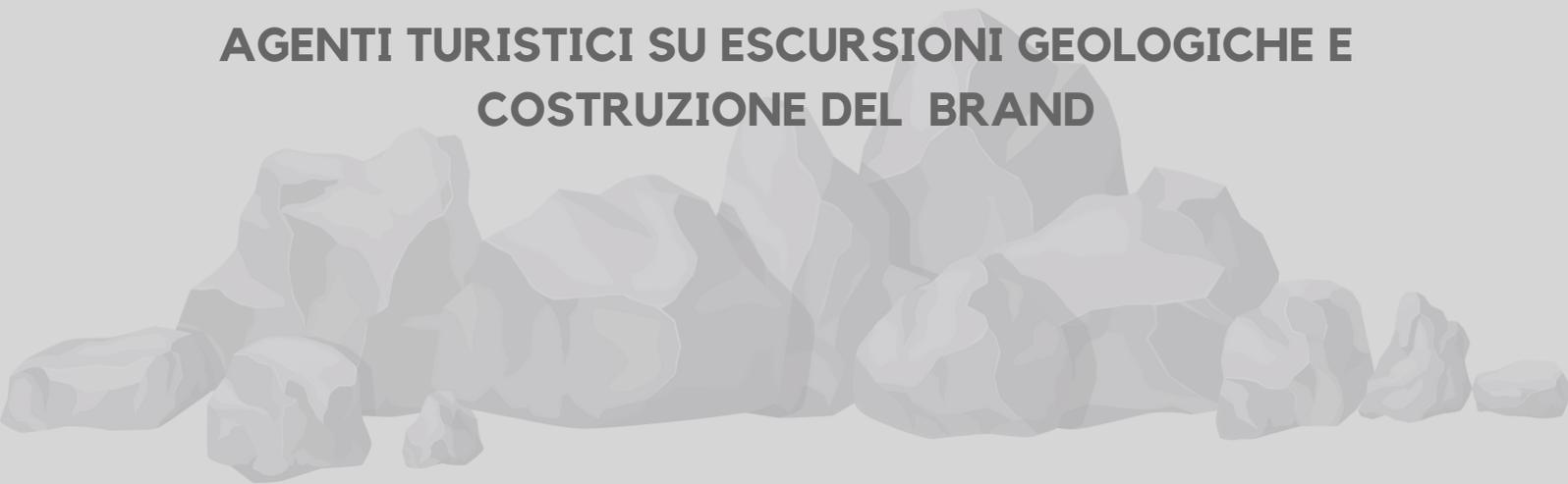


GUIDA IN FORMATO ELETTRONICO PER FORMATORI



GEOTOURS GUIDES

VALORIZZAZIONE DELLE COMPETENZE DI GUIDE E
AGENTI TURISTICI SU ESCURSIONI GEOLOGICHE E
COSTRUZIONE DEL BRAND



Questo manuale fornisce indicazioni generali e consigli su come migliorare le competenze delle guide turistiche e degli agenti per tour geologici e costruzione del brand attraverso l'iniziativa Geo-Tours Guides Enhancement. Le informazioni e i consigli qui presentati, inclusa la Guida elettronica per i formatori, sono intesi solo a scopo informativo e non devono essere considerati sostitutivi della consulenza professionale o delle normative locali specifiche relative alla gestione del turismo.



**Funded by the
European Union**

GUIDA IN FORMATO ELETTRONICO PER FORMATORI

GUIDE GEO-TURISTICHE: VALORIZZAZIONE DELLE COMPETENZE DELLE GUIDE E DEGLI AGENTI TURISTICI PER TOUR GEOLOGICI E COSTRUZIONE DEL BRAND
KA220-VET-C61E72C8 - Partenariati di cooperazione nell'istruzione e formazione professionale.



Funded by the
European Union

Finanziato dall'Unione Europea. Il sostegno della Commissione Europea alla produzione di questa pubblicazione non costituisce un'approvazione dei contenuti che riflettono esclusivamente il punto di vista degli autori e la Commissione non può essere ritenuta responsabile per qualsiasi uso che possa essere fatto delle informazioni in essa contenute.

Autori:

Ecole Supérieure du Commerce Extérieur
STANDO LTD
Stowarzyszenie Kaczawskie
Zavod Tovarna trajnostnega turizma, Ljubljana
Mediterranean Pearls APS
International Sustainable Development Initiatives (I.S.D.I.) Group - Limited



Geo-Tours Guides by Geo-Tours Guides Consortium is licensed under [CC BY-NC 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).



INDICE

1. INTRODUZIONE

2. SCOPO E OBIETTIVI DELLA GUIDA ELETTRONICA

3. NAVIGAZIONE DELLA GUIDA ELETTRONICA

4. STRUTTURA E RISULTATI DI APPRENDIMENTO DEL CORSO DI FORMAZIONE

- **SEZIONE 1: Fondamenti di Geo-Turismo e Turismo Sostenibile**
- **SEZIONE 2: Strategie di Marketing Digitale per Professionisti del Turismo**
- **SEZIONE 3: Applicazioni Pratiche di Geo-Turismo e Formazione sul Campo**

5. CORSO DI FORMAZIONE

5.1. SEZIONE 1: Fondamenti di Geo-Turismo e Turismo Sostenibile

5.1.1. MODULO 1: Geo-Turismo

5.1.2. MODULO 2: L'Importanza della Geologia

5.1.3. MODULO 3: Geo-Turismo e Partecipazione Sociale

5.1.4. MODULO 4: Ecologia e Geologia

5.1.5. MODULO 5: Turisti Ecologici

5.1.6. MODULO 6: Geo-Turismo e Sostenibilità

INDICE

5.2. SEZIONE 2: Strategie di Marketing Digitale per Professionisti del Turismo

5.2.1. MODULO 1: Pianificazione e creazione del Sito Web

5.2.2. MODULO 2: Marketing dei Social Media

5.2.3. MODULO 3: Ottimizzazione dei Motori di Ricerca

(SEO)

5.2.4. MODULO 4: Marketing via e-mail

5.3. SEZIONE 3: Applicazioni Pratiche di Geo-Turismo e campo di istruzione

5.3.1. MODULO 1: Tecniche di Comunicazione sul Campo

5.3.2. MODULO 2: Tecniche di Identificazione dei campioni

5.3.3. MODULO 3: Giochi e Attività Educative

6. PIATTAFORMA E-LEARNING

7. REFERENZE



1. INTRODUZIONE

PROGETTO GUIDE GEOTURISTICHE

Il turismo è un settore dinamico altamente suscettibile all'impatto di vari cambiamenti, come cambiamenti economici, fattori ambientali ed eventi globali, che possono influenzare in modo significativo i modelli di viaggio e le dinamiche del settore. La crescente enfasi sui viaggi sostenibili e responsabili, con viaggiatori alla ricerca di esperienze eco-compatibili e culturalmente coinvolgenti, è una delle tendenze post pandemia Covid-19.

Il geo-turismo, come una delle forme alternative di turismo rurale e naturale, viene ora scoperto e attira l'interesse di molti turisti. Il cambiamento delle preferenze dei clienti costringe le guide e gli agenti turistici a modellare nuovi modelli turistici introducendo soluzioni turistiche diversificate e personalizzate a livello locale.

Le guide turistiche svolgono un ruolo cruciale nel mettere in contatto i viaggiatori con culture diverse, meraviglie naturali e tesori storici in tutto il mondo. Fungono da ambasciatori competenti, migliorando l'esperienza del visitatore fornendo approfondimenti, contesto e competenze locali. Garantiscono una comprensione più profonda delle destinazioni, promuovendo la cultura e l'ambiente. Il carattere locale autentico e l'approccio rispettoso dell'ambiente sono il tipo di esperienza che i turisti attratti dalla natura cercano oggi.

Lo scopo del progetto Geo Tours Guides è quello di arricchire le competenze di guide turistiche, studenti di guide turistiche e agenzie turistiche nel campo del geo-turismo, del marketing e del branding. Il progetto mira a migliorare le capacità degli enti pubblici e privati nel settore del turismo, consentendo loro di sviluppare e promuovere questa specifica forma di turismo tematico all'interno della regione.

Gli obiettivi specifici del progetto sono:

- Progettare un nuovo pacchetto formativo per guide turistiche, studenti di guide turistiche e agenzie turistiche per acquisire competenze su tour tematici geologici.
- Sviluppare le competenze relative al branding dei gruppi target (ad esempio marketing digitale e social media, competenze digitali generali, networking, ecc.) per passare dalla teoria alla commercializzazione.
- Rafforzare ed estendere le competenze geologiche del gruppo target oltre alla formazione/istruzione di base.
- Arricchire il portafoglio di tour dei gruppi target con tour unici e di qualità basati sulle tendenze attuali delle preferenze dei clienti per il turismo naturale.

2. SCOPO E OBIETTIVI DELLA GUIDA ELETTRONICA

Il corso di formazione elettronico misto volto alla formazione delle guide geologiche è pensato su misura per guide turistiche, studenti aspiranti guide turistiche e agenzie turistiche desiderose di migliorare la propria esperienza nel geo-turismo ed migliorare il brand dei propri tour geologici. Questo corso completo si concentra sull'affinamento di competenze essenziali, come branding online di strumenti geologici e networking efficace, ed esamina percorsi geologici specifici, offrendo approfondimenti teorici attraverso casi di studio coinvolgenti.

In sostanza, questa guida elettronica è progettata per essere una risorsa preziosa, che consente a formatori, educatori e professionisti del turismo di eccellere nei loro ruoli, promuovendo al contempo una comprensione e una conoscenza più approfondite delle esperienze di turismo geologico e branding dei tour geologici. Queste strategie non solo renderanno il processo di apprendimento coinvolgente e dinamico, ma consentiranno anche ai formatori di presentare i corsi con un alto grado di efficacia.

Strategie innovative di insegnamento e apprendimento: una delle missioni principali della guida elettronica è quella di migliorare le capacità di formatori ed educatori nel condurre programmi di formazione efficaci sull'argomento. Per raggiungere questo obiettivo, sottolineiamo l'adozione di strategie di insegnamento e apprendimento innovative.

La guida elettronica sull'implementazione della formazione garantisce l'efficacia a lungo termine del corso di formazione e della piattaforma per le parti interessate. Offre una risorsa facile da usare e completa, fornendo spunti pratici per supportare formatori ed educatori nell'implementazione indipendente dei modelli del corso di formazione.

Gli obiettivi chiave della guida elettronica sono potenziare formatori ed educatori con materiale didattico: questa guida elettronica cerca di potenziare formatori, educatori e consulenti dotandoli di risorse e materiali educativi incentrati sul miglioramento delle capacità del branding per le guide turistiche e fornendo competenze nel campo dei tour tematici geologici.

Per facilitare il processo di formazione, è stata preparata una speciale guida didattica elettronica. L'obiettivo principale di questa guida elettronica è offrire un approccio completo e pedagogico al corso di formazione misto per guide geologiche turistiche, formatori, educatori e varie parti interessate nel settore del turismo.

Questa guida elettronica è disponibile in inglese, sloveno, francese, greco, italiano, polacco e maltese.

3. NAVIGAZIONE DELLA GUIDA ELETTRONICA

La presente guida è divisa in tre sezioni principali, come segue:

STRUTTURA E RISULTATI DI APPRENDIMENTO DEL PERCORSO DI FORMAZIONE.

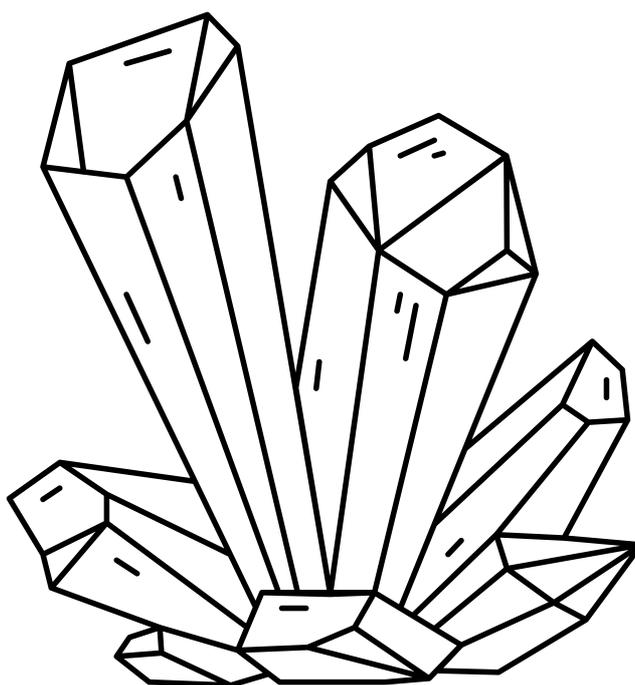
Questa parte fornisce una panoramica della struttura del corso di formazione, degli argomenti trattati nei moduli e dei risultati di apprendimento di ciascuna sezione del corso di formazione.

CORSO DI FORMAZIONE. La seconda parte delinea i moduli che compongono le tre sezioni. Include obiettivi e risultati di apprendimento per ciascun modulo, insieme ad esempi pratici. Inoltre, alla fine di ogni sezione sono inclusi suggerimenti sulla distribuzione dei contenuti e sulla valutazione delle conoscenze degli studenti.

STRUTTURA E RISULTATI DI APPRENDIMENTO DEL PERCORSO DI FORMAZIONE.

Questa parte fornisce una panoramica della struttura del corso di formazione, degli argomenti trattati nei moduli e dei risultati di apprendimento di ciascuna sezione del corso di formazione.

PIATTAFORMA E-LEARNING. L'ultima parte presenta le funzionalità della piattaforma di formazione online, dove gli studenti possono seguire autonomamente il corso secondo i propri ritmi e completare un quiz per testare le proprie conoscenze.



4. STRUTTURA E RISULTATI DI APPRENDIMENTO DEL PERCORSO DI FORMAZIONE

Il corso di formazione è diviso in tre sezioni, che offrono un'esperienza di apprendimento olistico. Ogni sezione è composta da più moduli. Insieme, preparano gli studenti al successo nel settore del turismo in evoluzione, fondendo geo-turismo e marketing digitale.

SEZIONE 1: Fondamenti di Geo-Turismo e Turismo Sostenibile

FONDAMENTI TEORICI SUI PRINCIPI DEL GEOTURISMO

Fornisce le basi essenziali del geo-turismo concentrandosi sui principi, i concetti e le pratiche del turismo sostenibile nel contesto del patrimonio geologico e culturale.

RISULTATI DI APPRENDIMENTO

- 1- Dimostrare un comportamento turistico responsabile aderendo alle linee guida etiche, minimizzando l'impatto ambientale e rispettando le culture e le tradizioni locali.
- 2- Misurare e valutare gli impatti economici del geo-turismo, considerando fattori quali la creazione di posti di lavoro, la generazione di reddito e il benessere economico complessivo della comunità.
- 3- Promuovere e difendere i principi del geo-turismo, sottolineando l'uso sostenibile e la conservazione dei beni geologici e culturali.
- 4- Facilitare un'interpretazione e un'educazione efficaci per i turisti, fornendo informazioni sul significato geologico e culturale della destinazione e promuovendo una comprensione più profonda dell'ambiente locale.
- 5- Coinvolgere attivamente le comunità locali, favorendo la loro partecipazione ai processi decisionali e garantendo che le iniziative turistiche siano in linea con i valori e le priorità della comunità.

STRUTTURA

- Modulo 1: Geo-Turismo
- Modulo 2: L'Importanza della Geologia
- Modulo 3: Geo-Turismo e Partecipazione Sociale
- Modulo 4: Ecologia e Geologia
- Modulo 5: Turisti Ecologici
- Modulo 6: Geo-Turismo e Sostenibilità

SEZIONE 2: Strategie di Marketing Digitale per Professionisti del Turismo

COMPETENZE DI MARKETING DIGITALE

Si concentra sulle competenze di marketing digitale per guide e agenti turistici, inclusa la creazione di siti web, social media, SEO ed e-mail marketing.

RISULTATI DI APPRENDIMENTO

- 1- Comprendere il ruolo delle varie competenze digitali nella costruzione della credibilità e della fiducia del brand.
- 2- Sviluppare competenze di implementazione di siti Web tra cui definizione degli obiettivi, selezione della piattaforma, strategia dei contenuti e ottimizzazione dei motori di ricerca.
- 4- Acquisire competenze pratiche nella creazione di campagne e-mail su misura per il geo-turismo.
- 3- Acquisire competenza nei principi del marketing sui social media e nello sviluppo della strategia.
- 5- Imparare a integrare strategie per sito web, social media ed e-mail marketing per un'efficace promozione del geo-turismo.

STRUTTURA

Modulo 2: Marketing sui social media

Modulo 1: Pianificazione e creazione di siti web

Modulo 3: Ottimizzazione per i motori di ricerca

Modulo 4: E-mail marketing

SEZIONE 3: Applicazioni Pratiche e Formazione sul Campo di Geo-Turismo

APPLICAZIONE PRATICA ED ESPERIENZA PRACTICA

Enfatizza l'apprendimento pratico con la comunicazione sul campo, la raccolta di campioni e le attività educative per migliorare le capacità di comunicazione degli studenti e consentire loro di fornire esperienze arricchenti ai turisti promuovendo al contempo il geo-turismo sostenibile.

RISULTATI DI APPRENDIMENTO

- 1- Capacità di riconoscere campioni di roccia.
- 2- Capacità di descrivere le caratteristiche macroscopiche del campione di roccia
- 3- Comprensione di base dei processi che modellano le rocce all'interno della litosfera.
- 5- Applicazione pratica dei concetti di geologia.
- 4- Dimostrare competenza nell'identificare e classificare i tipi di roccia di base in ad una specifica posizione geo-turistica.

STRUTTURA

Modulo 1: Tecniche di comunicazione sul campo

Modulo 2: Tecniche di identificazione dei campioni

Modulo 3: Giochi e attività educative

5. CORSI DI FORMAZIONE





5.1. SEZIONE 1

Fondamenti di Geo-Turismo e Turismo Sostenibile

La sezione 1 approfondisce i fondamenti del geo-turismo e del turismo sostenibile, coprendo una serie di argomenti essenziali per guide e agenti turistici, inclusi i fondamenti del geo-turismo, l'importanza della geologia, la partecipazione sociale, l'ecologia e la geologia, i turisti eco-compatibili e i principi di sostenibilità nel geo-turismo.

Questo capitolo delinea gli obiettivi di apprendimento specifici e i risultati di ciascun modulo, fornendo una panoramica dei contenuti del modulo con esempi pratici. Il capitolo si conclude con una guida sulla fornitura dei contenuti e sulla verifica delle conoscenze relative ai principi fondamentali del geo-turismo e del turismo sostenibile.

Panoramica dei capitoli

- Modulo 1:** Geo-Turismo
- Modulo 2:** L'importanza della geologia
- Modulo 3:** Geo-Turismo e Partecipazione Sociale
- Modulo 4:** Ecologia e Geologia
- Modulo 5:** Turisti Ecologici
- Modulo 6:** Geo-Turismo e Sostenibilità

Come consegnare il contenuto: Fondamenti di Geo-Turismo e Turismo Sostenibile

Testare le conoscenze: Fondamenti di Geo-Turismo e Turismo Sostenibile



5.1.1. MODULO 1: Geo-Turismo

Il geo-turismo mira a ridurre al minimo l'impatto negativo del turismo sull'ambiente e sulle comunità locali. Cerca di mantenere l'integrità ecologica della destinazione per le generazioni future. La preservazione delle risorse naturali e culturali è un aspetto fondamentale del geo-turismo. Inoltre, il geo-turismo enfatizza la partecipazione attiva e i benefici per le comunità locali. Mira a migliorare il benessere economico e sociale dei residenti coinvolgendoli nelle attività turistiche e garantendo che condividano i benefici economici e pone una forte enfasi sull'istruzione, sia per i visitatori che per le comunità locali, incoraggiando l'apprendimento delle risorse naturali e culturali, aspetti della destinazione.

Il geo-turismo si concentra anche sulla diversità delle caratteristiche geologiche, comprese rocce, morfologie e processi. La geo-diversità è un bene prezioso che contribuisce al carattere unico di una destinazione.

OBIETTIVI FORMATIVI

- Risoluzione dei problemi nel geo-turismo: identificare e proporre soluzioni a potenziali sfide e problemi legati al geo-turismo, considerando sia gli aspetti ambientali che socio-culturali.
- Facilitare il coinvolgimento della comunità: sviluppare la capacità di impegnarsi con le comunità locali, coinvolgendole nei processi decisionali e garantendo che traggano beneficio economico e sociale dalle attività turistiche.
- Comprendere le pratiche sostenibili: comprendere i principi e le pratiche del turismo sostenibile, concentrandosi sulla riduzione al minimo dell'impatto ambientale e sulla promozione di comportamenti turistici responsabili.

RISULTATI DI APPRENDIMENTO

- Dimostrare attenzione ambientale: i tirocinanti mostreranno un senso di responsabilità per la conservazione delle risorse naturali e dimostreranno di impegnarsi di essere custodi dell'ambiente nel contesto del turismo.
- Progettare iniziative di turismo sostenibile: i tirocinanti potranno progettare e proporre iniziative di turismo sostenibile per destinazioni specifiche, considerando le misure di conservazione, il coinvolgimento della comunità e i vantaggi economici.
- Coltivare un'etica di viaggio responsabile: i tirocinanti dimostreranno un impegno verso un comportamento di viaggio responsabile ed etico, sottolineando il rispetto per l'ambiente, le culture locali e le comunità.

CONTENUTO DEL MODULO

Il modulo copre i seguenti argomenti:

- 1. Definizione di geo-turismo.**
- 2. Aspetti chiave del geo-turismo.**



5.1.2. MODULO 2: Importanza della Geologia

La geologia intreccia elementi ambientali e culturali multidisciplinari: i suoi siti costituiscono un'attrazione alternativa per il benessere e il turismo educativo.

OBIETTIVI FORMATIVI

- Spiegare cosa è la geologia.
- Fornire una panoramica dei campi multidisciplinari della geologia.
- Sensibilizzare al rapporto fra geologia e patrimonio culturale.

RISULTATI DI APPRENDIMENTO

- La conoscenza degli elementi chiave della geologia e dei suoi campi multidisciplinari ispira anche le carriere professionali.
- Capacità di valutazione dell'equilibrio degli elementi naturali e culturali esistenti di un sito geologico.
- L'approccio dal basso verso l'alto della comunità del patrimonio (Convenzione di Faro del Consiglio d'Europa) come attore chiave della valorizzazione e promozione dei siti geologici culturali.

CONTENUTO DEL MODULO

1. Definizione della geologia
2. Aspetti multidisciplinari della geologia
3. Panoramica dell'ampio spettro di campi legati alla geologia.
4. Geologia e patrimonio culturale.

ESEMPI PRATICI

Esame approfondito degli elementi naturali e culturali del patrimonio materiale e immateriale dei geo-siti dell'isola di Gozo, del sito dell'area di Dwejra che combina paesaggi geologici eccezionali unici come la baia di Dwejra, la roccia del fungo e la torre di Dwejra. Questo sito culturale e geologico combinato è particolarmente interessante, essendo uno dei pochi siti maltesi rimasti ad offrire un paesaggio incontaminato per l'osservazione astronomica notturna.



5.1.3. MODULO 3: Geo-Turismo e Partecipazione Sociale

L'integrazione dei principi del geo-turismo e della partecipazione sociale all'interno delle reti nazionali di aree protette e geoparchi crea un approccio olistico e sostenibile alla conservazione e al turismo. Trovare un equilibrio tra protezione ambientale, coinvolgimento della comunità e pratiche turistiche responsabili è essenziale per il successo a lungo termine di queste iniziative.

OBIETTIVI FORMATIVI

- Valutare le pratiche del turismo sostenibile: valutare le pratiche del turismo sostenibile all'interno dei geoparchi e delle aree protette, considerando gli impatti ambientali, sociali ed economici delle attività turistiche sulle comunità e sugli ecosistemi locali.
- Analizzare la partecipazione sociale: analizzare il concetto di partecipazione sociale nel contesto del geo-turismo e della rete nazionale delle aree protette, esplorando come le comunità locali possono impegnarsi attivamente nella conservazione e promozione delle risorse geologiche e naturali.
- Spiegare l'importanza dei geoparchi: riconoscere l'importanza dei geoparchi nel preservare il patrimonio geologico, promuovere l'educazione scientifica e favorire il turismo sostenibile.

RISULTATI DI APPRENDIMENTO

- Coltivare la gestione ambientale: coltivare un senso di gestione ambientale tra gli individui, promuovendo comportamenti e azioni responsabili che contribuiscono alla conservazione a lungo termine delle aree protette e dei geoparchi.
- Sviluppare capacità interpretative: sviluppare capacità di interpretazione delle caratteristiche geologiche ed ecologiche turistiche, fornendo esperienze educative e coinvolgenti che migliorino la comprensione e l'apprezzamento dell'ambiente naturale da parte dei visitatori.
- Contribuire agli sforzi di conservazione: contribuire attivamente agli sforzi di conservazione all'interno dei geoparchi e delle aree protette, riconoscendo l'importanza del mantenimento della biodiversità, degli ecosistemi e delle caratteristiche geologiche.

CONTENUTO DEL MODULO

Il modulo tratta i seguenti argomenti:

1. Integrazione dei principi del geo-turismo e della partecipazione sociale.
2. Reti nazionali di aree protette e geoparchi.
3. L'importanza dei geoparchi nella conservazione del patrimonio geologico.
4. Partecipazione sociale nel contesto del geo-turismo.

ESEMPI PRATICI

Coinvolgimento della comunità: le comunità locali di Zhangjiajie partecipano attivamente ai processi decisionali riguardanti le attività del geo-turismo.

Infrastrutture sostenibili: il geoparco investe in infrastrutture sostenibili, come percorsi pedonali ben progettati, per ridurre al minimo l'impatto sull'ambiente naturale. I visitatori sono incoraggiati a esplorare il parco a piedi, favorendo una connessione più profonda con il paesaggio.

Programmi educativi: il geoparco offre programmi educativi sia per la gente del posto che per i visitatori. Ciò include visite guidate, laboratori e centri interpretativi che forniscono informazioni sul significato geologico dell'area, sulla flora e la fauna locali e sugli sforzi di conservazione.

Esperienze culturali locali: il geoparco promuove esperienze culturali locali coinvolgendo le comunità nell'esibizione di arti, mestieri e spettacoli tradizionali. Ciò non solo arricchisce l'esperienza dei visitatori, ma fornisce anche un'ulteriore fonte di reddito per i residenti locali.

Preservazione culturale: vengono compiuti sforzi per preservare e promuovere il patrimonio culturale delle comunità indigene che vivono all'interno del geoparco. Ciò include la documentazione delle tradizioni, delle lingue e dei rituali locali, favorendo un senso di orgoglio e identità tra i membri della comunità.

Imprenditorialità comunitaria: il geoparco sostiene l'imprenditorialità comunitaria fornendo formazione e risorse alle imprese locali. Ciò consente ai residenti di offrire ai visitatori esperienze culturali autentiche, alloggi e prodotti di provenienza locale.



5.1.4. MODULO 4: Ecologia & Geologia

L'ecologia si concentra sulle interazioni tra gli organismi viventi e il loro ambiente, la geologia esamina la struttura e i processi della Terra. I due campi si sovrappongono in aree quali la formazione degli habitat, la successione ecologica e lo studio degli ecosistemi del passato attraverso la paleontologia. Comprendere entrambe le discipline è fondamentale per una comprensione completa della Terra e dei suoi sistemi naturali.

OBIETTIVI INFORMATIVI

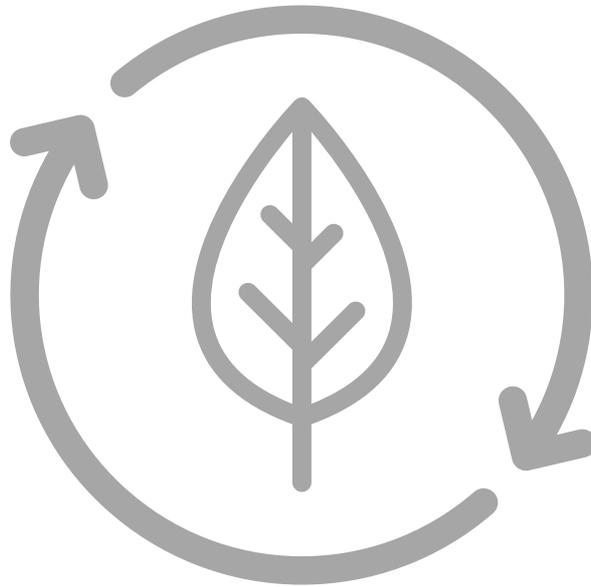
- Analizzare le risposte dell'ecosistema: analizzare il modo in cui gli ecosistemi rispondono ai cambiamenti geologici nel tempo, considerando fattori come la formazione dell'habitat, la composizione del suolo e le variazioni climatiche.
- Definire termini e concetti chiave: i tirocinanti dovrebbero essere in grado di definire termini fondamentali in ecologia (ad esempio, ecosistema, popolazione, comunità) e geologia (ad esempio, tettonica, erosione e stratigrafia).
- Comprendere le interazioni clima-ecologia: esplorare il ruolo dei fattori geologici nel modellare i modelli climatici e comprendere come il clima, a sua volta, influenzi i processi ecologici e la biodiversità.

RISULTATI DI APPRENDIMENTO

- Applicare la conoscenza a scenari del mondo reale: i tirocinanti applicano la comprensione della relazione ecologia-geologia a scenari del mondo reale, dimostrando come i processi geologici influenzano gli ecosistemi e influenzano le strategie di conservazione.
- Prospettiva interdisciplinare: i tirocinanti sviluppano una prospettiva interdisciplinare, riconoscendo l'interconnessione tra ecologia e geologia e comprendendo come la collaborazione tra questi campi migliori la comprensione scientifica.
- Capacità di ricerca e indagine: i tirocinanti acquisiscono competenze nella conduzione di ricerche e indagini relative alla relazione ecologia-geologia, inclusa la capacità di raccogliere e analizzare dati, trarre conclusioni e formulare raccomandazioni basate sull'evidenza.

CONTENUTO DEL MODULO

- Il modulo tratta i seguenti argomenti:**
- 1. Definizione di geologia ed ecologia.**
 - 2. Applicazioni pratiche dell'ecologia.**
 - 3. Ecosistemi.**
 - 4. Aspetti chiave della geologia**



5.1.5. MODULO 5: Turisti Ecologici

L'ecoturismo è più rilevante dopo la pandemia, ridefinendo modelli e tendenze di viaggio. Il geo-turismo rappresenta un elemento chiave di attrazione in questi nuovi scenari.

OBIETTIVI FORMATIVI

- Comprendere le componenti multidisciplinari di un geo-percorso.
- Rilevanza per la sensibilizzazione del Piano d'Azione per la Geo-diversità (GEP).
- Conoscenza dell'ecoturismo.

RISULTATI DI APPRENDIMENTO

- Comprensione delle tendenze e delle prospettive dell'ecoturismo.
- Capacità di valutare le potenzialità turistiche di un geo-sito.
- Progettazione di un geo-percorso attrattivo per il turismo sostenibile.

CONTENUTO DEL MODULO

Il modulo tratta i seguenti argomenti:

1. Definizione di ecoturismo.
2. Caratteristiche chiave effettivamente condivise nei percorsi geo-turistici.
3. Connessione tra ecoturismo e geo-turismo.
4. Creazione di percorsi geologici per turisti eco-compatibili
5. Preparazione di un piano di azione per la geo-diversità.

ESEMPI PRATICI

Il Parco naturale e storico di Majjistral rappresenta sicuramente un'eccezionale buona pratica a Malta, dove è possibile combinare straordinari paesaggi geologici con scogliere, pendii argillosi che si trovano sotto il calcare corallino superiore e inferiore, pozze temporanee d'acqua dolce, macchie di muschio, habitat della gariga, una straordinaria vita botanica e ornitologica. Il Parco ospita anche importanti siti archeologici come capanne in pietra con mensole, solchi di carri, tombe, trincee risalenti ai Cavalieri e la Torre Ghajn Zhuber del XIX secolo, che ora è il centro visite del parco. Il parco dispone di 6 km di costa protetta ai sensi della Direttiva Natura Europea. Svolge attività didattiche per bambini, con percorsi didattici specifici e narrazioni come la piantumazione di alberi e la raccolta stagionale delle olive.



5.1.6. MODULO 6: Geo-Turismo e Sostenibilità

Il geo-turismo è una nuova forma di turismo sostenibile, basato sulla conservazione del patrimonio ambientale e culturale in un quadro di responsabilizzazione delle comunità locali.

OBIETTIVI FORMATIVI

- Conoscenza dei geoparchi globali dell'UNESCO
- Rilevanza delle comunità locali per il turismo sostenibile.
- Elementi sostenibili dei siti geo-turistici.

RISULTATI DI APPRENDIMENTO

- Governance e sviluppo delle capacità turistiche e potenzialità delle comunità locali.
- Una tabella di marcia per i geo-siti come destinazioni attraenti del turismo esperienziale.
- Rilevanza dei geoparchi globali dell'UNESCO.

CONTENUTO DEL MODULO

Il modulo tratta i seguenti argomenti:

1. Geo-turismo e la rete dei Geoparchi Globali dell'UNESCO.
2. Definizione e importanza dei geoparchi.
3. Caratteristiche di sostenibilità del geo-turismo.
4. Impatti del geo-turismo.

ESEMPI PRATICI

Analisi dell'area costiera nordoccidentale di Malta (GEOMAL) con i suoi 22 geo-siti e le sue potenzialità turistiche esperienziali come mitigazione del turismo.



COME DISTRIBUIRE I CONTENUTI: Strategie di marketing digitale per i professionisti del turismo

PANORAMICA DEL CORSO: Questo corso di formazione mira a fornire ai partecipanti una comprensione completa del geo-turismo e della sua integrazione con la partecipazione sociale. Il corso enfatizza le pratiche del turismo sostenibile, l'impegno della comunità e la gestione responsabile dei beni geologici e culturali.

IL PERCORSO DI QUESTA SEZIONE È PROGETTATO PER UNA **DURATA DI 3 SETTIMANE.**

Settimana 1: Introduzione al geo-turismo e fondamenti del turismo sostenibile

- Sessione 1: Definizione e principi del geo-turismo
 - Introduzione al corso, obiettivi e aspettative.
 - Lezione sulla definizione e i principi del geo-turismo.
 - Discussione di gruppo sulle componenti chiave del geo-turismo.
- Sessione 2: Identificazione dei Beni Geologici e Culturali
 - Lezione sull'identificazione dei beni geologici e culturali.
 - Analisi di casi di studio di destinazioni geo-turistiche di successo.
- Sessione 3: Principi del turismo sostenibile
 - Lezione sui principi del turismo sostenibile.
 - Discussione sulla tripla linea di fondo e la sua applicazione al geo-turismo.
- Sessione 4: Il triplice risultato: aspetti economici, sociali e ambientali
 - Attività di gruppo: sviluppo di strategie di turismo sostenibile per un ipotetico sito di geo-turismo.
 - Presentazioni e discussioni tra pari.

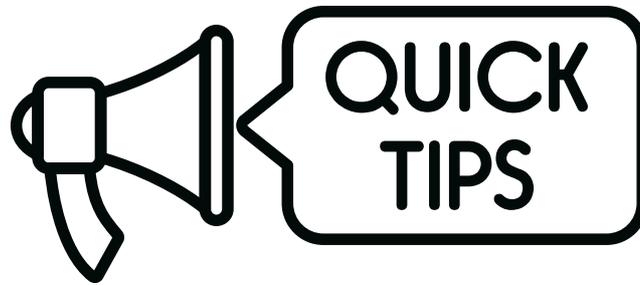
Settimana 2: Gestione del geo-patrimonio e partecipazione sociale nel geo-turismo

- Sessione 5: Importanza della geo-conservazione
 - Lezione sull'importanza della geo-conservazione.
 - Sessione interattiva sulle strategie di gestione del geo-patrimonio.
- Sessione 6: Valutazione e gestione dell'impatto dei visitatori
 - Visita sul campo o tour virtuale a un sito geologico patrimonio locale.
 - Riflessione e discussione di gruppo sull'esperienza sul campo
- Sessione 7: Il ruolo delle comunità locali nel geo-turismo
 - Sessione dei relatori ospiti sul ruolo delle comunità locali nel geo-turismo.
 - Discussione di gruppo sul coinvolgimento della comunità.

- Sessione 8: Vantaggi e sfide della partecipazione sociale
 - Workshop su come affrontare le sfide della partecipazione sociale.
 - Analisi di casi di studio di iniziative di geo-turismo guidate dalla comunità.

Settimana 3: casi di studio e migliori pratiche

- Sessione 9: Analisi approfondita delle iniziative di geo-turismo di successo
 - Analisi approfondita delle iniziative di geo-turismo di successo.
 - Lavoro di gruppo: sviluppo di proposte di geo-turismo sostenibile.
- Sessione 10: Progetti di gruppo e revisione
 - Presentazioni finali del progetto.
 - Revisione del corso, raccolta di feedback e discussione su ulteriori letture.



ULTERIORI CONSIGLI PER I FORMATORI:

-  Pianificare pause regolari durante ogni sessione per mantenere il coinvolgimento dei partecipanti.
-  Fornire flessibilità per relatori ospiti o visite sul campo, adattando il programma secondo necessità.
-  Incoraggiare la partecipazione attiva attraverso discussioni di gruppo, sessioni di domande e risposte e attività interattive.
-  Assegnare tempo per la valutazione continua, garantendo che i partecipanti ricevano un feedback tempestivo.
-  Creare uno spazio dedicato per un evento di networking virtuale o di persona, facilitando le connessioni tra i partecipanti.

CONSIGLI SU COME CONSEGNARE IL CONTENUTO

1. Apprendimento interattivo: incorpora elementi interattivi come discussioni di gruppo, casi di studio e attività pratiche per migliorare il coinvolgimento dei partecipanti.
2. Relatori ospiti: invita relatori ospiti con esperienza in geo-turismo, turismo sostenibile e impegno della comunità per fornire approfondimenti del mondo reale e prospettive diverse.
3. Visite sul campo: organizza visite sul campo ai siti di geo-turismo per offrire ai partecipanti un'esperienza pratica e una comprensione più profonda della gestione in loco e delle interazioni con la comunità.
4. Integrazione tecnologica: utilizza presentazioni multimediali, tour virtuali e risorse online per integrare i metodi di insegnamento tradizionali e migliorare l'esperienza di apprendimento.
5. Progetti di gruppo: assegna progetti di gruppo collaborativi, come lo sviluppo di una proposta di geo-turismo per una destinazione specifica. Ciò incoraggia il lavoro di squadra e l'applicazione pratica dei concetti.
6. Meccanismi di feedback: stabilire meccanismi di feedback regolari, consentendo ai partecipanti di condividere i propri pensieri, porre domande e fornire approfondimenti. Ciò favorisce un ambiente di apprendimento aperto e comunicativo.
7. Facilitare il networking: crea opportunità per i partecipanti di fare rete con professionisti nel campo del geo-turismo e della sostenibilità. Ciò può essere ottenuto attraverso forum online, webinar o eventi di networking.
8. Valutazione continua: implementa un mix di valutazioni formative e sommative durante tutto il corso per monitorare i progressi dei partecipanti e fornire un feedback tempestivo.

MECCANISMI DI SUPPORTO PER I FORMATORI:

Bibliografia dei riferimenti: fornire l'accesso a una lista di riferimenti contenente libri, articoli e documenti di ricerca pertinenti sul geo-turismo, sul turismo sostenibile e sull'impegno della comunità.

Manuali di formazione: sviluppa manuali o guide di formazione completi a cui i partecipanti possono fare riferimento per letture aggiuntive, casi di studio e suggerimenti pratici.

Webinar e workshop: organizza webinar e workshop con esperti del settore per integrare la formazione. Registra queste sessioni per i partecipanti che potrebbero aver bisogno di rivedere il contenuto.

Programmi di tutoraggio: introduci programmi di tutoraggio, mettendo in contatto i partecipanti con professionisti esperti nel settore del geo-turismo che siano in grado di fornire guida e supporto.

Supporto tecnico: offri supporto tecnico per eventuali strumenti o piattaforme online utilizzati durante il corso, garantendo che i partecipanti possano navigare e interagire con i contenuti senza problemi.

Canali di feedback: stabilisci canali chiari affinché i partecipanti possano fornire feedback sul contenuto del corso, sui metodi di erogazione e su qualsiasi supporto aggiuntivo di cui potrebbero aver bisogno.

RISORSE ULTERIORI:

- Dowling, R. K. (2013). "Geotourism's Global Growth - The Story Continues." *Geoheritage*, 5(1), 5-16.
- Newsome, D., Dowling, R. K., & Leung, Y.-F. (2012). "Geotourism: The Tourism of Geology and Landscape." Oxford: Goodfellow Publishers.
- Higham, J., & Carr, A. (2003). "Tourism, Recreation, and Regional Development: New Perspectives." Channel View Publications.
- Sharpley, R., & Telfer, D. J. (2002). "Tourism and Development: Concepts and Issues." Channel View Publications.
- Stone, P. R. (2013). "Geoheritage and geoconservation: Opportunities and responsibilities in tourism and recreation." *Geoheritage*, 5(1), 11-26.
- Timothy, D. J., & Boyd, S. W. (2003). "Tourism and Trails: Cultural, Ecological and Management Issues." Channel View Publications.
- Goodwin, H., & Santilli, R. (2009). "Community-based tourism: A success?" *Journal of Sustainable Tourism*, 17(2), 103-121.
- Farsani, N. T., Coelho, C., & Costa, C. (2011). "Geotourism and local development: A case study in Portugal." *International Journal of Tourism Research*, 13(1), 68-81.
- UNESCO. (2015). "World Heritage and Sustainable Tourism: Toolkit for Site Managers." UNESCO World Heritage Centre.
- Hall, C. M., & Boyd, S. (2005). "Nature-based tourism in peripheral areas: Development or disaster?" Channel View Publications.



5.2. SEZIONE 2

Strategie di Marketing Digitale per Professionisti del Turismo

La sezione 2 enfatizza le competenze di marketing digitale per guide e agenti turistici, coprendo la creazione di siti Web, social media, l'ottimizzazione dei motori di ricerca e l'e-mail marketing.

Questo capitolo delinea gli obiettivi e i risultati dell'apprendimento per ciascun modulo, fornendo una panoramica dei contenuti del modulo ed esempi pratici. Si conclude con una guida su come fornire il contenuto e testare la conoscenza degli argomenti trattati nella Sezione 2.

Panoramica dei capitoli

Modulo 1: Pianificazione e creazione di siti web

Modulo 2: Marketing sui social media

Modulo 3: Ottimizzazione per i motori di ricerca (SEO)

Come fornire il contenuto: strategie di marketing digitale per i professionisti del turismo.

Modulo 4: E-mail marketing

Testare le conoscenze: strategie di marketing digitale per i professionisti del turismo



5.2.1. MODULO 1: Progettazione e realizzazione del sito web

Stabilire una forte presenza online è essenziale per le aziende e le organizzazioni nell'era digitale. Questo modulo mira a guidare gli studenti attraverso gli aspetti chiave della pianificazione e della creazione di un sito Web che supporti la tua attività e la costruzione del brand.

OBIETTIVI FORMATIVI

- Comprendere l'importanza e lo scopo dei siti web per guide/agenti turistici.
- Pianificazione e definizione degli obiettivi per lo sviluppo del sito web.
- Fondamenti tecnici e strategia dei contenuti per la creazione di siti web.

RISULTATI DI APPRENDIMENTO

- Gli studenti saranno in grado di utilizzare i siti web come strumenti essenziali di marketing e comunicazione per guide turistiche e agenti turistici, incluso il loro ruolo nella costruzione della consapevolezza, della credibilità e della fiducia del marchio.
- Gli studenti svilupperanno le competenze per definire lo scopo di un sito Web, articolare obiettivi misurabili e classificare diversi tipi di siti Web (ad esempio aziendali, personali, blog) in base ai loro obiettivi specifici.
- Gli studenti acquisiranno le conoscenze per scegliere le opzioni di web hosting appropriate, selezionare un nome di dominio e comprendere il ruolo dei sistemi di gestione dei contenuti (CMS) nello sviluppo di siti web. Impareranno anche come sviluppare una strategia di contenuti in linea con gli obiettivi e il pubblico di destinazione del sito Web e l'importanza di incorporare elementi di progettazione UX e SEO.

CONTENUTO DEL MODULO

Il modulo tratta i seguenti argomenti:

1. Lo scopo e l'importanza del sito web.
2. Comprendere lo scopo e gli obiettivi di un sito web.
3. Fondamenti tecnici della creazione e della struttura del sito web.
 4. Strategia dei contenuti
5. Sicurezza e manutenzione di un sito web

ESEMPI PRATICI

Analisi dell'area costiera nordoccidentale di Malta (GEOMAL) con i suoi 22 geo-siti e le sue potenzialità turistiche esperienziali come mitigazione del turismo.

ESEMPI PRATICI

Azienda di esempio: Slovenia Trails & Pedals, sito web di un'agenzia di viaggi

Definizione del pubblico di destinazione: il pubblico di destinazione può essere segmentato nelle seguenti categorie:

- Cercatori di avventure: individui o gruppi alla ricerca di esperienze all'aria aperta uniche e stimolanti. Hanno in genere un'età compresa tra i 25 e i 45 anni, sono fisicamente attivi e cercano l'avventura e l'esplorazione rispetto al turismo tradizionale.
- Amanti della natura: persone che apprezzano la vita all'aria aperta e sono interessate a sperimentare la bellezza naturale e la biodiversità della Slovenia. Questo gruppo apprezza la sostenibilità e le opzioni di viaggio ecocompatibili.
- Appassionati di fitness: coloro che incorporano il ciclismo e l'escursionismo come parte del loro regime di fitness. Si va dai principianti agli atleti esperti e sono interessati a tour adatti a diversi livelli di forma fisica.
- Esploratori culturali: turisti che desiderano unire il loro amore per la vita all'aria aperta con la conoscenza delle culture, della storia e delle tradizioni locali. È probabile che siano interessati a tour che offrano un mix di attività fisica e immersione culturale.
- Avventurieri in famiglia: famiglie in cerca di esperienze all'aria aperta sicure, coinvolgenti ed educative. Per questo segmento sono importanti tour adatti ai bambini e ai diversi livelli di abilità.

SEO e identità del brand:

- La ricerca per parole chiave si concentrerà su termini rilevanti per il turismo in Slovenia, come "tour in Slovenia", "viaggi avventurosi in Slovenia" e "escursioni in Slovenia". Queste parole chiave verranno naturalmente incorporate nel contenuto del sito Web, nelle meta descrizioni, nei nomi e nella descrizione alternativa di foto, URL e articoli di blog per migliorare la visibilità sui motori di ricerca
- Concentrarsi su parole chiave a coda lunga come "migliori tour ciclistici in Slovenia" e "sentieri escursionistici in Slovenia" per catturare l'interesse di un pubblico più mirato.

Home page: una panoramica vivace e invitante con immagini straordinarie dei sentieri e dei sentieri della Slovenia, con collegamenti rapidi alle descrizioni dei tour.

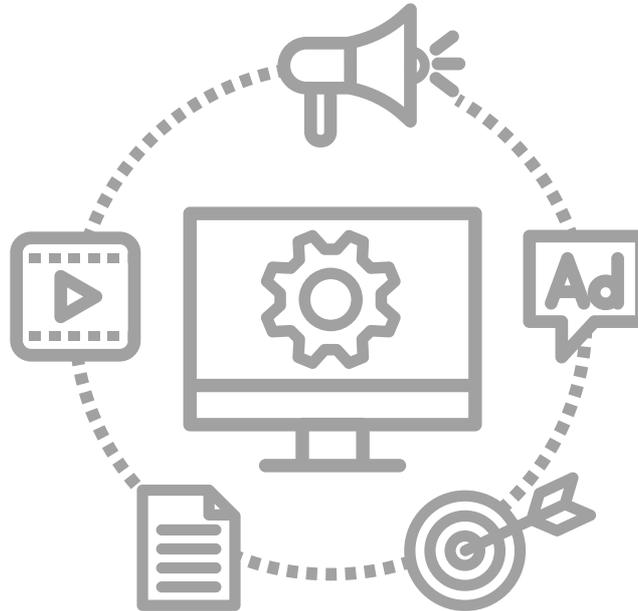
Descrizioni dei tour: pagine dettagliate per ogni tour ciclistico ed escursionistico, comprese mappe dei percorsi, livelli di difficoltà, calendario, cosa aspettarsi, consigli sull'attrezzatura e recensioni dei clienti per presentare prove sociali.

Invito all'azione:

- Gli inviti all'azione (CTA) posizionati strategicamente guideranno i visitatori verso la prenotazione di un tour, il contatto con l'azienda per ulteriori informazioni o l'iscrizione alla newsletter per aggiornamenti e offerte speciali.

Temi dei contenuti del blog segmentati per il nostro pubblico target:

- Guide avventurose: guide dettagliate su cosa aspettarsi dai tour ciclistici ed escursionistici in Slovenia, compresi i livelli di difficoltà, cosa portare e consigli sulla sicurezza. Questi post si rivolgono a chi cerca l'avventura e agli appassionati di fitness.
- Natura e sostenibilità: post incentrati sulla bellezza naturale della Slovenia, sulla fauna selvatica e su come Slovenia Trails & Pedals opera in modo sostenibile. Questo contenuto si rivolge agli amanti della natura e a coloro che sono interessati ai viaggi ecologici.
- Approfondimenti culturali: articoli che approfondiscono la storia, le tradizioni e i punti di riferimento culturali incontrati lungo i sentieri. Queste storie si rivolgono agli esploratori culturali e forniscono un contesto più ricco al viaggio fisico.
- Avventure per famiglie: contenuti che evidenziano tour adatti alle famiglie, consigli per escursioni a piedi e in bicicletta con i bambini e come rendere tali viaggi educativi e divertenti. Questo tema è rivolto agli avventurieri in famiglia.
- Allenamento e preparazione: post che offrono consigli sulla preparazione per un tour in bicicletta o un'escursione, comprese routine di allenamento, consigli nutrizionali e consigli sull'attrezzatura. Questo contenuto è progettato per gli appassionati di fitness a tutti i livelli.



5.2.2. MODULO 2: Marketing sui Social Media

L'uso del marketing sui social media non è semplicemente una tendenza contemporanea; è una risposta alle dinamiche in evoluzione della comunicazione nell'era digitale. Questo modulo copre gli aspetti fondamentali del marketing sui social media e delinea l'approccio strategico al marketing per guide e agenti turistici.

OBIETTIVI FORMATIVI

- Comprendere il ruolo dei social media e del social media marketing.
- Sviluppare un approccio strategico al social media marketing.
- Capire come eseguire un'efficace campagna di marketing sui social media.

RISULTATI DI APPRENDIMENTO

- Gli studenti saranno in grado di spiegare l'importanza dei social media come strumento per le aziende per costruire e mantenere relazioni con i clienti e comprendere i principi fondamentali e i vantaggi del marketing sui social media.
- Gli studenti acquisiranno le competenze per sviluppare una strategia completa di marketing sui social media, inclusa la definizione di obiettivi SMART, l'identificazione del pubblico target, la conduzione di ricerche di mercato e la selezione di piattaforme di social media appropriate in base al pubblico target e alla strategia dei contenuti.
- Gli studenti acquisiranno conoscenze pratiche nella creazione, distribuzione e promozione di contenuti per piattaforme di social media. Comprenderanno l'importanza di contenuti coinvolgenti e di alta qualità, riconosceranno l'importanza della gestione della comunità e del coinvolgimento del pubblico e saranno in grado di analizzare le metriche dei social media per un miglioramento continuo.

CONTENUTO DEL MODULO

Il modulo tratta i seguenti argomenti:

1. Definizione di social media e social media marketing.
2. Approccio strategico al social media marketing.
3. Sviluppo della strategia.
4. Scelta dei social media adeguati
5. Creazione, distribuzione e promozione dei contenuti.
6. Gestione e coinvolgimento della comunità.
7. Analisi

ESEMPI PRATICI

Piano di marketing sui social media per un'agenzia di viaggi Slovenia Trails & Pedals

Definizione di scopi e obiettivi

- Costruzione di relazioni: coinvolgere clienti potenziali ed esistenti condividendo storie, suggerimenti e contenuti generati dagli utenti (o ripubblicandoli) per promuovere una comunità.
- Costruzione del brand: aumentare la consapevolezza e la fedeltà del marchio mostrando le esperienze uniche offerte da Slovenia Trails & Pedals, utilizzando il marchio # e definendo la voce e lo stile del marchio.
- Incentivare il traffico del sito web: utilizzare inviti all'azione (CTA) accattivanti e collegamenti in post, storie e annunci per indirizzare i follower dei social media al sito web.
- Promozione: evidenziare offerte speciali, sconti e annunci di nuovi tour per attirare nuovi clienti e premiare i follower fedeli.
- Pubblico target: sulla base del pubblico target raffinato di Slovenia Trails & Pedals, la strategia sui social media si concentrerà sugli appassionati di avventure all'aria aperta, amanti della natura, persone in cerca di fitness, esploratori culturali e storici e famiglie. Il contenuto verrà creato tenendo presente ogni segmento (ad esempio il martedì è per le famiglie).

Scegliere le piattaforme giuste:

- Facebook offre un'ampia portata e opportunità di coinvolgimento con un pubblico diversificato, tra cui famiglie e gruppi demografici più anziani, che potrebbero essere interessati ad esplorazioni culturali e storiche, nonché ad attività di fitness e benessere.
- La piattaforma visual-centric di Instagram è perfetta per mostrare paesaggi mozzafiato, piste ciclabili ed escursionistiche e condividere contenuti generati dagli utenti. È l'ideale per raggiungere gli appassionati di avventure all'aria aperta, gli amanti della fotografia e della natura.
- TikTok è fondamentale per coinvolgere il pubblico più giovane, compresi gli amanti dell'avventura e gli appassionati di fitness, attraverso contenuti video coinvolgenti e di breve durata.
- YouTube è essenziale per lo storytelling e per fornire contenuti di valore che richiedono maggiore approfondimento, come anteprime dei tour e storie culturali.
- Pinterest supporta la fase di scoperta e pianificazione, rivolgendosi a chi cerca ispirazione e consigli pratici.

Gestione e coinvolgimento della comunità

- Personalizzazione e narrazione: utilizzare un tono personale nei post e nelle risposte per creare una connessione con il pubblico. Condividere storie del team, delle guide e dei viaggiatori passati, usando i loro nomi, condividendo qualcosa di divertente e personale e raccontando una storia.
- Interazione: rispondere prontamente a commenti, messaggi e recensioni per costruire relazioni e incoraggiare il coinvolgimento, ponendo domande per stimolare la discussione.
- Incoraggiare la condivisione: chiedere ai follower di condividere le proprie storie di avventure o di taggare un amico con cui vorrebbero condividere questa esperienza.
- Sondaggi e domande nelle storie: pubblicare un sondaggio chiedendo ai follower se preferiscono le avventure x o y o utilizzare la funzione domande per chiedere quale sarà il loro prossimo obiettivo nell'avventura.

Strategia promozionale

- Content marketing: utilizzo di un mix di post di blog, contenuti di social media e video per raccontare storie avvincenti che risuonino con il tuo pubblico di destinazione.
- Offrire valore attraverso risorse gratuite e creare una base di posta elettronica: brochure scaricabili, guide di viaggio dettagliate, liste di cose da portare e webinar sulla preparazione per le avventure all'aria aperta. Chiedere agli utenti di fornire i propri indirizzi e-mail per accedere a queste risorse.
- Impostazione di campagne pubblicitarie mirate: testare segmenti di pubblico diversi con targeting per interessi, targeting per lookalike e annunci di retargeting. Utilizzando 3-4 attività per set di annunci e testando diversi tipi di media (foto/video) e testi.
- Analisi e retargeting: implementazione di annunci di retargeting per coinvolgere nuovamente gli utenti che hanno visitato il nostro sito Web, ma non hanno effettuato conversioni.



5.2.3. MODULO 3: Ottimizzazione per i motori di ricerca (SEO)

Il modulo mira a fornire una panoramica completa delle strategie SEO su misura per le guide escursionistiche ambientali interessate a tour incentrati sulla geologia.

OBIETTIVI FORMATIVI

- Aumentare la presenza online per posizionare in evidenza i propri prodotti geo-turistici sui motori di ricerca.
- Attrarre visitatori interessati attraverso l'ottimizzazione dei contenuti e delle parole chiave.
- Ottimizzare l'esperienza dell'utente e il design del sito Web per convertire i visitatori in clienti o azioni desiderate.

RISULTATI DI APPRENDIMENTO

- Acquisire una conoscenza approfondita degli aspetti tecnici, delle migliori pratiche e delle tendenze SEO.
- Implementare le conoscenze acquisite sul tuo sito web o sui tuoi progetti, migliorando la visibilità online.
- Essere in grado di analizzare i dati, monitorare le prestazioni e adattare continuamente le strategie SEO per ottenere risultati duraturi e progressivi.

CONTENUTO DEL MODULO

Il modulo tratta i seguenti argomenti:

1. Concetti fondamentali della SEO e sua importanza per le guide ambientali.
2. Rilevanza della SEO per la visibilità online nei siti geologici.
3. Identificazione di parole chiave relative ai siti geologici.
4. Ottimizzazione della pagina, inclusi titoli, meta descrizioni e struttura del sito.
5. Costruzione di collegamenti.
6. Contenuti sempreverdi e ottimizzazione mobile.
7. Implementazione di dati strutturati per evidenziare caratteristiche geologiche.
8. Monitoraggio delle prestazioni utilizzando analisi e KPI specifici.

ESEMPI PRATICI

ESEMPIO DI CONTENUTI OTTIMIZZATI PER LA SEO

Titolo: “Esplorazione Geologica nel Sud della Sardegna: Tour tra Formazioni Calcareae Uniche e Antichi Fossili”.

Meta Description: “Unisciti a noi in un tour geologico nel Sud della Sardegna per esplorare formazioni calcareae uniche, affioramenti vulcanici e scoprire fossili preistorici. Le nostre esperte guide geologiche ti accompagneranno in un viaggio attraverso le intricate storie della terra in questa regione.

Contenuto della pagina:

- **Introduzione e contestualizzazione:** Benvenuti nel Sud Sardegna, terra ricca di segreti geologici. Siamo entusiasti di condurti in un tour che ti immergerà nelle peculiarità di questa regione, dalle caratteristiche vulcaniche alle formazioni sedimentarie uniche.
- **Descrizione del tour e caratteristiche geologiche:** il nostro tour attraversa affascinanti formazioni calcareae, testimoni delle azioni delle forze geologiche che hanno scolpito questo paesaggio per milioni di anni.
- **Esploreremo anche affioramenti vulcanici, testimonianza di un tumultuoso passato geologico che ha plasmato la regione. Esperienze uniche e caratteristiche distintive:** Ogni tappa del tour offre l'opportunità di scoprire fossili preistorici e ammirare dettagli geologici che rivelano la storia della Terra. Guide geologiche esperte condivideranno approfondimenti su stratigrafia, metamorfismo e sedimentazione.
- **Informazioni pratiche e prenotazioni:** Per garantire un soggiorno senza intoppi, forniamo dettagli pratici sul tour, dall'attrezzatura consigliata alle indicazioni geologiche specifiche. Prenota ora per unirti a noi in questa straordinaria esplorazione del passato geologico del Sud Sardegna.
- **Recensioni e feedback degli esperti:** Leggi le recensioni dei geologi esperti che hanno partecipato ai nostri tour. L'approvazione e il sostegno della comunità geologica sono la nostra garanzia di qualità e autenticità nelle esperienze che offriamo.

ESEMPI PRATICI

ESEMPIO DI LINK BUILDING PER SITI PER GUIDE GEOLOGICHE IN SARDEGNA

Immaginiamo due siti di guide geologiche della Sardegna, uno specializzato in tour nel Parco Nazionale dell'Arcipelago di La Maddalena e l'altro incentrato sulle Grotte di Su Mannau, entrambe situate in questa affascinante regione italiana. Per un'efficace strategia di link building, i webmaster di entrambi i siti possono intraprendere le seguenti azioni:

- Identificazione delle partnership: i webmaster identificano i siti correlati che potrebbero migliorare l'esperienza dei loro visitatori. Ad esempio, il sito delle Grotte di Su Mannau potrebbe cercare collaborazioni con siti che offrono informazioni sulla geologia generale della Sardegna.
- Scambio di link tematici: i siti accettano di scambiare link, incorporando link tematici nei contenuti pertinenti. Ad esempio, una pagina sulle formazioni geologiche uniche del Parco Nazionale dell'Arcipelago di La Maddalena potrebbe includere un collegamento al sito delle Grotte di Su Mannau e vice versa.
- Creazione di risorse comuni: i webmaster collaborano alla creazione di risorse informative, come guide interattive sulla geologia della Sardegna o webinar tematici. Tali contenuti potranno essere promossi attraverso link reciproci.
- Partecipazione a eventi comuni: se entrambi i siti partecipano ad eventi di geo-turismo o conferenze sulla geologia locale in Sardegna, possono collegarsi reciprocamente tra loro sulle rispettive pagine degli eventi o post di blog pertinenti.
- Recensioni incrociate: le guide geologiche possono scrivere recensioni positive l'una dell'altra e pubblicarle sui rispettivi siti. Ciò fornisce testimonianze autentiche e l'opportunità di includere collegamenti pertinenti.
- Collaborazioni sociali: i webmaster promuovono reciprocamente i propri contenuti sui social media, condividendo post, foto e aggiornamenti pertinenti, inclusi i collegamenti alle rispettive pagine.
- Aggiornamenti regolari: mantenere una comunicazione costante e aggiornare regolarmente l'elenco dei collegamenti reciproci in base all'evoluzione dei contenuti e dell'offerta turistica in Sardegna.

In questo modo, i siti delle guide geologiche della Sardegna creano una rete di link autorevoli e rilevanti che migliorano la visibilità online e forniscono preziose risorse ai visitatori interessati alla geologia dell'isola.

ESEMPI PRATICI

ESEMPIO DI OTTIMIZZAZIONE MOBILE PER UN SITO WEB DI TOUR GEOLOGICI IN SARDEGNA

Supponiamo di avere un sito web di tour geologici in Sardegna chiamato “Geo Explore Sardinia“. Ecco un esempio pratico di come eseguire l’ottimizzazione mobile:

- **Responsive Design:** Implementa un design reattivo che si adatta automaticamente alle dimensioni dello schermo del dispositivo, garantendo una visualizzazione ottimale su smartphone e tablet.
- **Caricamento rapido della pagina:** ottimizza le immagini e riduci le dimensioni dei file per garantire tempi di caricamento rapidi, considerando le limitazioni di connessione sui dispositivi mobili. Ad esempio, utilizza formati di immagine compressi come WebP e riduci la qualità dell’immagine senza compromettere la chiarezza.
- **Menu di navigazione semplificato:** semplifica il menu di navigazione per adattarlo a schermi più piccoli, utilizzando icone chiare e testo conciso. Ad esempio, crea un menu ad hamburger (un codice che crea un menu di navigazione con un’icona ad hamburger che si espande quando viene cliccata su dispositivi con una larghezza massima di 768 pixel. Al di sotto di questa larghezza, il menu appare in modalità colonna per adattarsi meglio allo schermo del cellulare) per consentire una navigazione intuitiva senza occupare troppo spazio sullo schermo.
- **Testo e pulsanti touch-friendly:** aumenta la dimensione del testo e dei pulsanti per facilitare la lettura e la navigazione attraverso i touch screen. Ad esempio, imposta un carattere leggibile e pulsanti sufficientemente grandi da evitare clic accidentali.
- **Moduli semplificati:** semplifica i moduli e riduci al minimo la quantità di dati richiesti per facilitare il completamento da parte dell’utente sui dispositivi mobili. Ad esempio, utilizza campi di input chiari ed evita informazioni non essenziali nei moduli di prenotazione.
- **Integrazione con mappe interattive:** utilizza mappe interattive con funzioni di zoom e panoramica per consentire agli utenti di esplorare facilmente le destinazioni geologiche proposte. Ad esempio, integra Google Maps che si adatta alle dimensioni dello schermo.
- **Test su dispositivi diversi:** conduci test approfonditi su vari dispositivi mobili e browser per garantire un’esperienza utente coerente e soddisfacente su ogni piattaforma.

L’implementazione di queste pratiche di ottimizzazione mobile garantirà che il sito “Geo Explore Sardinia“ offra un’esperienza di qualità sui dispositivi mobili, migliorando l’usabilità e soddisfacendo le aspettative degli utenti che cercano tour geologici in Sardegna tramite i loro telefoni o tablet.

ESEMPI PRATICI

ESEMPIO DI ANALISI SEO CON SPECIFICI INDICATORI CHIAVE DI PRESTAZIONE (KPI) PER UN SITO WEB DI TOUR GEOLOGICI (EGOEXPLORESARDINIA)

- Tasso di apertura delle pagine principali:

KPI: valuta il tasso di apertura di pagine chiave come “Tour“, “Destinazioni“ e “Contattaci“.

Obiettivo: un tasso di apertura elevato indica un notevole interesse da parte degli utenti per i contenuti offerti su queste pagine.

- Classifiche delle parole chiave:

KPI: monitora il posizionamento di parole chiave come “Tour Geologici Sardegna“ e “Grotte di Su Mannau“ nei risultati di ricerca.

Obiettivo: mantenere o migliorare le posizioni nelle pagine dei risultati dei motori di ricerca (SERP) per parole chiave pertinenti.

- Tasso di conversione della pagina di prenotazione:

KPI: calcola il tasso di conversione delle pagine di prenotazione del tour.

Obiettivo: aumentare il numero di conversioni, cioè di prenotazioni effettuate tramite il sito.

- Tempo trascorso sulle pagine principali:

KPI: analizza quanto tempo gli utenti trascorrono su pagine chiave come “Home“ e “Tour“.

Obiettivo: aumentare il tempo trascorso attraverso contenuti interessanti e coinvolgenti.

- Frequenza di rimbalzo globale:

KPI: misura la frequenza di rimbalzo dell'intero sito.

Obiettivo: ridurre la frequenza di rimbalzo per indicare un'esperienza utente più soddisfacente e un maggiore coinvolgimento.

- Valutazioni delle Parole Chiave:

KPI: misura la frequenza delle parole chiave dell'intero sito.

Obiettivo: ridurre la frequenza di rimbalzo per indicare un'esperienza utente più soddisfacente e un maggiore coinvolgimento.

- Numero di backlink di qualità:

KPI: conta il numero di backlink da siti affidabili e pertinenti.

Obiettivo: aumentare il numero di backlink per aumentare la credibilità del sito agli occhi dei motori di ricerca.

- Analisi dei concorrenti:

KPI: analizza le prestazioni SEO rispetto ai principali concorrenti.

Obiettivo: identificare opportunità di miglioramento confrontando le strategie SEO e superando la concorrenza.

ESEMPI PRATICI

- Tasso di conversione dalle campagne e-mail:

KPI: monitora il tasso di conversione delle campagne email relative ai tour geologici.

Obiettivo: ottimizzare le campagne email per massimizzare conversioni e prenotazioni.

- Analisi del traffico mobile:

KPI: esamina il traffico dai dispositivi mobili rispetto ai desktop.

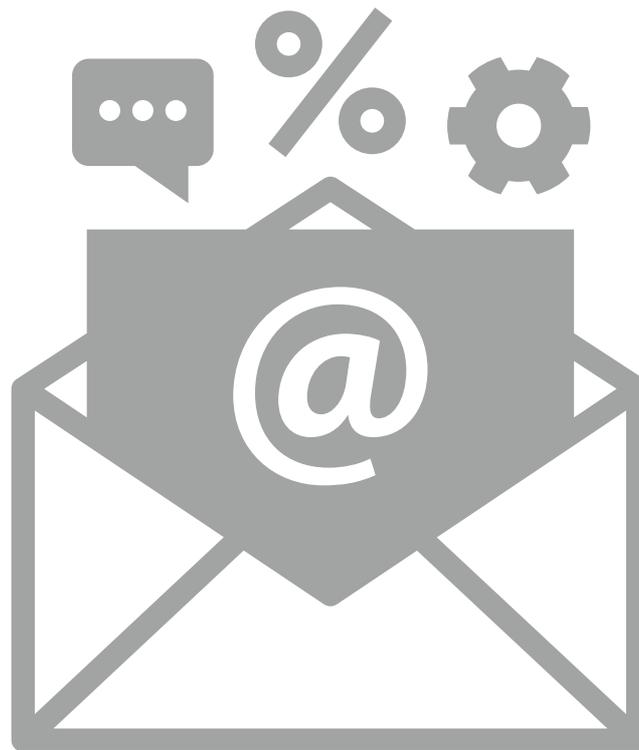
Obiettivo: garantire un'esperienza utente ottimale sui dispositivi mobili e adattare di conseguenza la strategia SEO.

- Tasso di condivisione sui social media:

KPI: misura la frequenza con cui il contenuto del sito viene condiviso sulle piattaforme social.

Obiettivo: aumentare le condivisioni per amplificare la visibilità e la portata del sito.

Questa analisi SEO e i relativi KPI consentono di valutare l'efficacia delle strategie di ottimizzazione del sito di GeoExploreSardinia e dei miglioramenti mirati per aumentare visibilità, coinvolgimento e conversioni.



5.2.4. MODULE 4: Email marketing

Il modulo mira a fornire una panoramica completa delle strategie di email marketing su misura per le guide escursionistiche ambientali interessate a tour incentrati sulla geologia.

OBIETTIVI FORMATIVI

- Migliorare la comprensione delle strategie di email marketing incentrate sul geo-turismo per le guide ambientali.
- Fornire ai tirocinanti competenze pratiche per creare ed eseguire campagne e-mail di geo-turismo di successo.
- Integrare in modo efficace l'email marketing con la SEO e i social media per un impatto di marketing completo nel geo-turismo.

RISULTATI DI APPRENDIMENTO

- Sviluppare competenza nella creazione di campagne e-mail mirate su misura per il geo-turismo, enfatizzando il coinvolgimento del pubblico e le strategie di comunicazione.
- Acquisire competenze pratiche nell'utilizzo degli strumenti di email marketing per il geo-turismo, tra cui la segmentazione degli elenchi, la personalizzazione dei contenuti e l'ottimizzazione delle campagne.
- Comprendere la sinergia tra e-mail marketing, SEO e social media e imparare ad integrare queste strategie per migliorare l'efficacia complessiva nella promozione delle esperienze di geo-turismo.

CONTENUTO DEL MODULO

Il modulo tratta i seguenti argomenti:

1. Il ruolo dell'e-mail marketing nella promozione di pacchetti turistici geologici.
2. Vantaggi dell'e-mail marketing e sua importanza nella comunicazione con il pubblico.
3. Costruire elenchi mirati con segmentazione basata sugli interessi geo-turistici.
4. Progettare campagne accattivanti con personalizzazione relative ai siti geologici.
5. Automazione della campagna.
6. Utilizzo di metriche specifiche per valutare le prestazioni delle campagne di geo-turismo.
7. Test A/B e come adattare le strategie in base ai risultati ottenuti.
8. Sincronizzazione con attività SEO e altri canali di marketing per una promozione integrata.

ESEMPI PRATICI

ESEMPIO DI UTILIZZO DI METRICHE SPECIFICHE PER VALUTARE L'ANDAMENTO DELLA CAMPAGNA SUL GEOTURISMO PER GEOEXPLORESARDINIA

Obiettivo: Creare una campagna email personalizzata per promuovere tour geologici nelle grotte della Sardegna.

- Oggetto dell'e-mail: Esplora le meraviglie sotterranee: tour nelle grotte della Sardegna!
- Saluto personalizzato: Ciao [Nome dell'utente...]
- Immagine principale: Una splendida scena di una grotta con formazioni di stalattiti e stalagmiti illuminate, che trasmette l'idea di un'avventura emozionante.
- Testo introduttivo coinvolgente: Sei pronto per un'esperienza underground unica? Le grotte della Sardegna sono pronte ad accogliervi in un mondo di meraviglie geologiche.
- Descrizione specifica del tour: Il nostro tour "Esplorazione Sotterranea" vi condurrà attraverso le grotte più affascinanti della Sardegna. Scoprirai formazioni rocciose uniche, camere sotterranee e segreti geologici che ti lasceranno senza fiato.
- Invito all'azione personalizzato: testo del pulsante "Prenota ora il tuo viaggio in grotta!"
- Offerta speciale: Prenota entro il [data] e ottieni uno sconto del 15% sul tour. Non perdetevi l'occasione di vivere un'avventura geologica indimenticabile!
- Sezione "Perché scegliere noi": GeoExploraSardegna è leader nell'offerta di esperienze di geo-turismo autentiche. Con guide esperte, attrezzature di alta qualità e un profondo amore per la geologia, siamo la scelta perfetta per la tua esplorazione delle grotte.
- Testimonianze dei clienti: Ascolta cosa dicono i nostri clienti: "Un'esperienza incredibile, le grotte prendono vita con le spiegazioni dettagliate delle guide!" - [Nome del cliente].
- Condivisione sui social media: vuoi condividere la tua esperienza? Usa l'hashtag #GeoExploreSardinia e unisciti alla nostra comunità geologica sui social media!
- Informazioni di contatto e social media: Per maggiori informazioni o per prenotare, contattaci al info@geoexploresardinia.com. Seguici su Facebook e Instagram per aggiornamenti in tempo reale.
- Piè di pagina con opzione di annullamento dell'iscrizione: se non desideri più ricevere le nostre e-mail, puoi annullare l'iscrizione qui.

Questa campagna e-mail è progettata per essere accattivante, informativa e altamente personalizzata per coinvolgere il destinatario specifico interessato ad esplorare le grotte della Sardegna. La personalizzazione del nome, le immagini accattivanti e gli inviti all'azione mirati aumenteranno la probabilità di conversione e partecipazione.

ESEMPI PRATICI
ESEMPIO DI UTILIZZO DI METRICHE SPECIFICHE PER VALUTARE LE PRESTAZIONI DI UNA CAMPAGNA DI GEO-TURISMO PER GEOEXPLORESARDINIA

Campagna E-mail: “Scopri le Meraviglie Geologiche della Sardegna con il nostro Tour Esclusivo“

- Tasso di apertura: Metrico: 25%. Analisi: un tasso di apertura del 25% indica un interesse significativo tra i destinatari. Tuttavia, testare righe di oggetto alternative potrebbe migliorare ulteriormente il tasso di apertura.
- Percentuale di clic (CTR): Metrica: 12%. Analisi: un CTR del 12% è positivo, il che indica che il contenuto ha suscitato interesse. Le sezioni con CTR più basso potrebbero essere esaminate per l’ottimizzazione.
- Tasso di conversione delle prenotazioni: Metrica: 8%. Analisi: un tasso di conversione delle prenotazioni dell’8% è solido, suggerendo che la campagna ha motivato gli utenti a effettuare prenotazioni. Si potrebbe prendere in considerazione la possibilità di esplorare modi per aumentare questo tasso con offerte speciali o incentivi.
- Tempo di permanenza del sito dopo l’e-mail: Metrica: 4 minuti in media. Analisi: un tempo di permanenza di 4 minuti indica un impegno sostanziale. Garantire che il contenuto del sito web sia in linea con le aspettative stabilite dall’e-mail è fondamentale.
- Feedback e recensioni raccolte: Metrica: 15 recensioni, con una valutazione media di 4,8 su 5. Analisi: le recensioni positive indicano la soddisfazione generale. La continua richiesta di feedback contribuirà a migliorare ulteriormente l’esperienza.
- Frequenza di rimbalzo delle prenotazioni: Metrica: 18%. Analisi: una frequenza di rimbalzo del 18% per le pagine di prenotazione potrebbe suggerire che alcuni utenti hanno abbandonato il processo di prenotazione. Si potrebbe prendere in considerazione un’ulteriore semplificazione del processo o l’offerta di assistenza in tempo reale.
- Utilizzo dell’hashtag sui social media: Metrica: 200+ usi dell’hashtag #GeoExploraSardegna. Analisi: L’hashtag è stato ampiamente utilizzato, suggerendo una partecipazione attiva della comunità. La promozione continua contribuirà ad espanderne la portata.
- Risposte e-mail: Metrica: 10 risposte dirette. Analisi: le risposte indicano un coinvolgimento diretto. Saranno fornite risposte tempestive per mantenere un dialogo aperto.
- Metriche di confronto con le campagne precedenti: Analisi: confrontando queste metriche con le campagne precedenti, osserviamo un aumento del 15% del tasso di conversione e una crescita del 20% delle condivisioni sui social. Questi risultati positivi indicano progressi nelle nostre strategie di marketing.

Utilizzando queste metriche specifiche, GeoExploreSardinia è in grado di valutare nel dettaglio le performance della campagna di geoturismo, identificando le aree di successo e le opportunità di miglioramento per ottimizzare le future campagne di marketing.

ESEMPIO DI TEST A/B PER OTTIMIZZARE UNA CAMPAGNA EMAIL PER GEOEXPLORESARDINIA

Obiettivo del test: Ottimizzare il tasso di conversione per la campagna e-mail “Scopri le meraviglie geologiche della Sardegna con il nostro tour esclusivo”.

Variabile da testare: Oggetto dell’e-mail

- Versione A: Oggetto: “Scopri le meraviglie geologiche della Sardegna con il nostro tour esclusivo!”
- Versione B: Oggetto: “Prenota ora il tuo tour esclusivo nelle grotte della Sardegna!”

Durata del test:

- Una settimana.

Metriche monitorate: Tasso

- di apertura: Versione A: 25%. Versione B: 28%.
- Percentuale di clic (CTR): Versione A: 12%. Versione B: 15%.
- Tasso di conversione delle prenotazioni: Versione A: 8%. Versione B: 10%.

Risultati e analisi:

- Dopo una settimana di test A/B, i risultati indicano che la versione B ha ottenuto risultati migliori nelle metriche chiave: Aumento del tasso di apertura: la versione B ha mostrato un aumento del 3% del tasso di apertura, suggerendo che il soggetto più concentrato sulla prenotazione ha catturato più attenzione.
- Aumento della percentuale di clic: la versione B ha ottenuto un CTR del 15%, rispetto al 12% della versione A. Il soggetto orientato all’azione ha suscitato un maggiore interesse.
- Aumento del tasso di conversione delle prenotazioni: la versione B ha dimostrato un aumento del tasso di conversione delle prenotazioni dall’8% al 10%, indicando che l’approccio più diretto ha contribuito a convertire più utenti in prenotazioni effettive.

Decisioni e attuazione:

Sulla base dei risultati positivi, GeoExploreSardinia decide di implementare la versione B come soggetto principale per la campagna email. L’approccio più diretto e orientato all’azione si è rivelato più efficace nel coinvolgere gli utenti e spingerli a prenotare tour geologici nelle grotte della Sardegna.

Questo esempio illustra come i test A/B possono essere utilizzati per ottimizzare elementi specifici di una campagna e-mail, consentendo a GeoExploreSardinia di prendere decisioni informate sui dati per massimizzare l’efficacia delle sue strategie di marketing.

• ESEMPIO DI SINCRONIZZAZIONE PER UNA PROMOZIONE INTEGRATA: GEOEXPLORESARDINIA

Obiettivo: Promuovere un nuovo tour geologico nelle montagne della Sardegna.

1) Attività SEO:

- Ricerca di parole chiave: Identifica e ottimizza il sito web per parole chiave pertinenti come “Tour geologici Sardegna“, “Esplorazione della montagna sarda“, ecc.
- Contenuto del sito web: Crea pagine di destinazione sul sito Web con contenuti dettagliati sul nuovo tour, inclusi itinerari, caratteristiche geologiche e dettagli pratici per i visitatori.
- Link Building: Implementa una strategia di link-building per ottenere backlink da siti di geo-turismo pertinenti, guide locali e blog di viaggio.

2) Reti sociali:

- Annuncio di un nuovo tour: Crea annunci accattivanti per il nuovo tour e condividili sui principali canali social come Facebook, Instagram e Twitter.
- Contenuti visivi coinvolgenti: Pubblica immagini e video accattivanti del tour, mostrando paesaggi mozzafiato, formazioni geologiche uniche e testimonianze dei partecipanti.
- Coinvolgimento della comunità: Coinvolgi la comunità geologica con indagini, quiz o concorsi sui social media, incoraggiando la partecipazione e la condivisione.

3) Marketing via e-mail:

- Inclusione nella newsletter mensile: Includi il nuovo tour nelle newsletter mensili inviate agli abbonati, con anteprime esclusive, sconti o contenuti bonus.
- Segmentazione basata sugli interessi: Utilizza segmentazioni specifiche basate sugli interessi geo-turistici per inviare e-mail personalizzate a coloro che hanno precedentemente mostrato interesse per tour simili.

4) Risultati integrati:

- Monitoraggio unificato delle metriche: Utilizza strumenti di analisi che consentono il monitoraggio unificato delle metriche, comprese le visite al sito Web, i clic sugli annunci social, le aperture delle e-mail e le conversioni.
- Aggiornamenti cross-channel: Condividi gli aggiornamenti su tutti i canali, assicurandoti che le stesse informazioni vengano comunicate in modo coerente e tempestivo.
- Regolazioni in tempo reale: Rispondi dinamicamente ai dati rilevati. Ad esempio, se gli annunci sui social media stanno attirando molta attenzione, aumenta il budget pubblicitario in quella direzione.

- Feedback integrato: Raccogli feedback da tutti i canali e utilizzali per ottimizzare le promozioni future.

Questo esempio illustra un approccio integrato e sinergico, in cui le attività di SEO, social media ed e-mail marketing sono sincronizzate per massimizzare l'impatto della promozione del nuovo tour geologico. La coerenza dei messaggi e gli adeguamenti basati sui dati in tempo reale contribuiscono a un'efficace campagna di promozione integrata.



COME DISTRIBUIRE I CONTENUTI: Strategie di marketing digitale per i professionisti del turismo

PANORAMICA DEL CORSO:

Questo corso di formazione mira a fornire ai partecipanti strumenti e strategie di marketing digitale di base che potrebbero aiutarli nella loro attività.

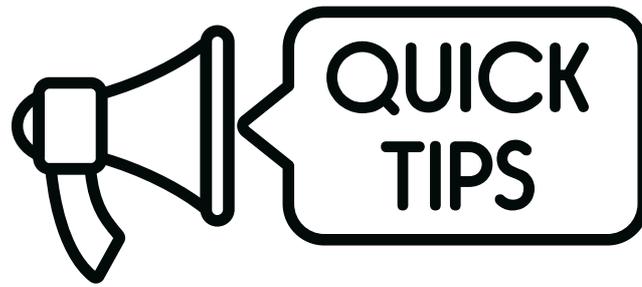
IL PERCORSO DI QUESTA SEZIONE È PROGETTATO PER **UNA DURATA DI 2 SETTIMANE.**

Settimana 1: Fondamenti della pianificazione del sito web e del social media marketing

- Sessione 1: Pianificazione e creazione di siti web
 - Introduzione al corso, obiettivi e aspettative.
 - Lezione sulle basi della progettazione e creazione di siti web per guide/agenti turistici.
 - Esempi pratici.
- Sessione 2: Progettazione e creazione di siti web
 - Attività pratiche di gruppo: impostazione di una strategia per il proprio sito web come guida turistica.
- Sessione 3: Social media marketing
 - Lezione sulle basi del social media marketing.
 - Esempi pratici.
- Sessione 4: Social media marketing
 - Utilizzo del social media marketing per guide/agenti turistici.
 - Attività pratica di gruppo: preparazione di una strategia sui social media per la propria attività.

Settimana 2: Fondamenti dell'ottimizzazione per i motori di ricerca e dell'e-mail marketing

- Sessione 5: Ottimizzazione per i motori di ricerca
 - Lezione sulle basi dell'ottimizzazione per i motori di ricerca.
 - Esempi pratici.
- Sessione 6: Ottimizzazione per i motori di ricerca
 - Aspetti tecnici della SEO, best practice e tendenze SEO.
 - Attività pratica di gruppo: preparazione dei contenuti per il tuo sito web.
- Sessione 7: E-mail marketing
 - Lezione sui principi dell'e-mail marketing.
 - Esempi pratici.
- Sessione 8: E-mail marketing
 - Attività pratica: preparazione di una campagna di e-mail marketing.



ULTERIORI SUGGERIMENTI PER I FORMATORI:

-  Incoraggia la partecipazione attiva e favorisci l'impegno facilitando le discussioni di gruppo e le attività interattive.
-  Mantieni il coinvolgimento dei partecipanti incorporando pause programmate durante ogni sessione.
-  Modifica il programma secondo necessità per accogliere relatori ospiti, visite sul campo o eventi imprevisti.
-  Utilizza esempi reali e casi di studio dell'industria del turismo per illustrare i concetti chiave e dimostrare come le strategie di marketing digitale possono essere applicate efficacemente nella pratica.
-  Stabilisci meccanismi di feedback chiari per raccogliere input dai partecipanti sul contenuto del corso, sui metodi di erogazione e sull'esperienza di apprendimento complessiva e utilizza questo feedback per apportare le modifiche e i miglioramenti necessari.

STRUMENTI PRATICI:

- WordPress: <https://wordpress.com/> - il sistema di gestione dei contenuti più utilizzato e facile da usare che ti aiuta a creare e gestire il tuo sito web senza conoscenze di codifica.
- Mailchimp: <https://mailchimp.com> - piattaforma di e-mail marketing e strumento di automazione del marketing che ti consente di progettare, inviare e monitorare campagne di e-mail marketing.
- Brevo (ex Sendingblue): <https://www.brevo.com>
- Guida introduttiva all'ottimizzazione per i motori di ricerca di Google: <https://developers.google.com/search>

CONSIGLI SU COME CONDIVIDERE IL CONTENUTO

- 1) Facilita piccoli gruppi di apprendimento di condivisione in cui i partecipanti possono collaborare, condividere esperienze e scambiare le migliori pratiche nell'applicazione di strategie di marketing digitale sul settore turistico.
- 2) Prepara esercizi di simulazione o scenari reali che possono essere utilizzati durante le sessioni di formazione per simulare le sfide pratiche di marketing digitale incontrate nel settore del turismo.
- 3) Invita relatori ospiti del settore turistico che hanno esperienza con il marketing digitale a condividere le loro intuizioni, best practice e storie di successo con i partecipanti.
- 4) Incorpora elementi interattivi come sondaggi, quiz e presentazioni multimediali per coinvolgere i partecipanti e facilitare l'apprendimento attivo.
- 5) Includi attività pratiche ed esercizi che consentano ai partecipanti di applicare tecniche di marketing digitale in scenari simulati rilevanti per il loro ruolo di guide turistiche.
- 6) Fornisci dimostrazioni pratiche di strumenti e piattaforme di marketing digitale comunemente utilizzati nel settore del turismo, come strumenti di gestione dei social media, piattaforme di e-mail marketing e software di analisi del sito web.
- 7) Dedica del tempo a sessioni di domande e risposte in cui i partecipanti possono porre domande, chiedere chiarimenti e discutere di eventuali sfide che potrebbero dover affrontare nell'implementazione di strategie di marketing digitale come guide turistiche.
- 8) Implementa metodi di valutazione continua come quiz, compiti e progetti di gruppo per valutare la comprensione e i progressi dei partecipanti durante il corso.
- 9) Fornisci risorse di follow-up come letture aggiuntive, tutorial online e guide pratiche per aiutare i partecipanti a sviluppare ulteriormente le loro competenze di marketing digitale oltre il corso.
- 10) Incoraggia i partecipanti a riflettere su come possono applicare le competenze di marketing digitale che hanno appreso per migliorare il loro ruolo di guide turistiche e migliorare l'esperienza complessiva dei visitatori.

RISORSE AGGIUNTIVE:

- Adam Clarke: SEO 2024: impara l'ottimizzazione dei motori di ricerca con strategie di marketing intelligenti su Internet
- Ahref Blog: <https://ahrefs.com>
- Eric J. Scott: Email Marketing: strategie per catturare e coinvolgere il tuo pubblico, costruendo rapidamente un'autorità
- Litmus Blog: STRUMENTI PRATICI
- Moz Blog: <https://moz.com/blog>
- Matthew Paulson: Email Marketing Demistificato: Costruisci una mailing list enorme, scrivi testi che convertono e generano più vendite
- Peter Kent: SEO per manichini

METTI ALLA PROVA LE CONOSCENZE: Strategie di marketing digitale per i professionisti del turismo



PROGETTAZIONE E CREAZIONE DI SITI WEB

- Quali sono i vantaggi di un buon sito web per una guida/agente turistico?
- Qual è lo scopo di un sito web per una guida/agente turistico?
- Come può aderire all'azienda?
- Quali sono gli elementi chiave di un sito web turistico di successo e in che modo contribuiscono all'esperienza complessiva dell'utente?
- Perché è importante condividere informazioni accurate e aggiornate sul tuo sito web?
- Qual è il target di riferimento e perché è importante identificarlo?
- Discutere le strategie per condurre ricerche sugli utenti e incorporare i principi di progettazione incentrati sull'utente nella pianificazione dei siti Web per le aziende turistiche.
- In che modo l'analisi del sito Web e le metriche delle prestazioni possono essere utilizzate per ottimizzare il design e i contenuti del sito Web per migliorare il coinvolgimento e i tassi di conversione?

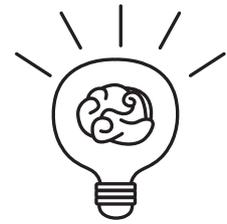
SOCIAL MEDIA MARKETING

- In che modo i social media possono aiutare le guide turistiche/agenti nella loro attività?
- Quali sono i vantaggi e le sfide dell'utilizzo delle piattaforme di social media per il marketing delle imprese turistiche?
- Condividi esempi di efficaci campagne di social media marketing nel settore del turismo.
- Quali strategie e tattiche sono state utilizzate per coinvolgere il pubblico e ottenere risultati?
- Quali metriche possiamo utilizzare per l'analisi delle nostre prestazioni sui social media e in che modo l'analisi può aiutarci in ulteriori attività?
- In che modo i professionisti del turismo possono sfruttare i contenuti generati dagli utenti, le partnership con gli influencer e il coinvolgimento della comunità per migliorare i loro sforzi di social media marketing?

SEO

- Cosa significa SEO e qual è il suo obiettivo principale per i siti web?
- Spiegare l'importanza della SEO per migliorare la visibilità online e la reperibilità dei siti web turistici.
- Perché la SEO è particolarmente importante per le guide ambientali che offrono tour geologici?
- Fornisci un esempio di come la SEO può essere implementata nel contenuto di un tour geologico, incluso il titolo, la meta descrizione e il contenuto della pagina.
- Qual è il primo passo cruciale nel processo di ottimizzazione dei motori di ricerca quando si promuovono pacchetti turistici geologici?

METTI ALLA PROVA LE CONOSCENZE: Strategie di marketing digitale per i professionisti del turismo



SOCIAL MEDIA MARKETING

- Delinea due azioni che i siti web di guide geologiche possono intraprendere come parte di un'efficace strategia di link building.
- Perché l'ottimizzazione mobile è importante per un sito web di tour geologici e qual è lo scopo della creazione di contenuti sempreverdi?
- Discuti le migliori pratiche per condurre ricerche di parole chiave, ottimizzare i contenuti del sito Web e creare backlink per migliorare il posizionamento nei motori di ricerca per le parole chiave relative al turismo.
- In che modo i professionisti del turismo possono monitorare e misurare l'efficacia dei loro sforzi SEO utilizzando strumenti come Google Analytics e Google Search Console?

EMAIL MARKETING

- Che ruolo gioca l'email marketing nella strategia complessiva di marketing digitale per i professionisti del turismo?
- In che modo le campagne e-mail mirate avvantaggiano le guide di geoturismo e quali strategie migliorano il coinvolgimento del pubblico?
- Spiega l'importanza della segmentazione delle liste nell'email marketing geoturistico e il suo ruolo nella fornitura di contenuti personalizzati.
- Quali competenze pratiche hai acquisito per creare campagne e-mail di geoturismo di successo e come affronteresti la personalizzazione dei contenuti?
- In che modo l'integrazione dell'email marketing con SEO e social media contribuisce a una strategia di marketing geoturistico più impattante?
- Quali metriche analizzeresti utilizzando strumenti di analisi per misurare il successo di una campagna e-mail di geoturismo?
- Qual è l'importanza dei test A/B nell'ottimizzazione delle campagne e-mail e puoi fornire un breve scenario di esempio e il suo impatto?
- Condividi esempi di campagne di email marketing efficaci per le aziende turistiche. In che modo la segmentazione, la personalizzazione e l'automazione sono state utilizzate per migliorare l'efficacia di queste campagne?
- Discutete le strategie per costruire e far crescere un elenco di iscritti alle e-mail, nonché per creare contenuti e-mail accattivanti che favoriscano il coinvolgimento e le conversioni.



5.3. SEZIONE 3

Applicazioni pratiche del geoturismo e formazione sul campo

La sezione 3 si concentra sull'apprendimento pratico con la comunicazione sul campo, la raccolta di campioni e le attività educative per migliorare le capacità comunicative degli studenti e consentire loro di fornire esperienze arricchenti ai turisti, promuovendo al contempo il geo-turismo sostenibile.

Questo capitolo delinea gli obiettivi e i risultati di apprendimento per ogni modulo, offrendo una panoramica dei contenuti del modulo ed esempi pratici. Si conclude con una guida su come fornire i contenuti e verificare le conoscenze degli argomenti trattati nella sezione 3.

Modulo 1: Tecniche di comunicazione sul campo

Modulo 2: Tecniche di identificazione dei campioni

Modulo 3: Giochi e attività educative

Come fornire il contenuto: Applicazioni pratiche del geo-turismo e formazione sul campo

Metti alla prova le conoscenze: Applicazioni pratiche del geo-turismo e formazione sul campo



5.3.1. MODULO 1: Tecniche di comunicazione sul campo

Esplora il geo-turismo attraverso tecniche di comunicazione efficaci, arricchendo l'esperienza e promuovendo l'apprezzamento della natura.

OBIETTIVI FORMATIVI

- Riconoscere e classificare i tipi di roccia fondamentali.
- Implementare tecniche di comunicazione interattiva nel geo-turismo.
- Utilizzare diversi media per migliorare la conoscenza e l'apprezzamento del geo-turismo.

OBIETTIVI FORMATIVI

- Dimostrare competenza nell'identificazione e nella categorizzazione dei tipi di roccia fondamentali in contesti geo-turistici.
- Applicare efficacemente tecniche di comunicazione interattiva, favorendo il coinvolgimento e lo scambio di conoscenze tra i geo-turisti.
- Mostrare una comprensione e un apprezzamento arricchiti del geo-turismo utilizzando diversi media, contribuendo a un'esperienza educativa a tutto tondo.

CONTENUTO DEL MODULO

Il modulo copre i seguenti argomenti:

Tecniche di comunicazione comuni nel geo-turismo, come ad esempio: giochi sul campo e percorsi di geo turismo, programmi di fidelizzazione, pannelli informativi, applicazioni mobili, centri di informazione interattivi, guide sul campo, stazioni educative e passeggiate virtuali.

ESEMPI PRATICI

Programma fedeltà nel Geoparco Terra dei Vulcani Spenti: Diventa Esploratore della Terra dei Vulcani Spenti!

1. Ottieni il tuo passaporto
2. Collezione francobolli
3. Raccogli gli adesivi

4. Ti meriti una medaglia! I premi attendono coloro che collezionano un numero sufficiente di francobolli e adesivi: medaglie per gli Esploratori della Terra dei Vulcani Spenti, realizzate da artisti locali, disponibili in bronzo (legno), argento e oro (ceramica). Riceverai la tua medaglia presso il Centro di Geoscienze Sudetiche.

Più informazioni: <https://youtu.be/lzTGMYhrEes>



5.3.2. MODULO 2: Tecniche di identificazione dei campioni

L'obiettivo di questa parte del corso è quello di acquisire conoscenze sui tipi di rocce che formano la litosfera del nostro pianeta, nonché la capacità di riconoscere queste rocce in condizioni di campo.

• OBIETTIVI FORMATIVI

- Distinguere i tipi di roccia di base.
- Identificazione del campione di roccia.
- Descrizione delle caratteristiche dei campioni di roccia.

• OBIETTIVI FORMATIVI

- Capacità di riconoscere campioni di roccia.
- Capacità di descrivere le caratteristiche macroscopiche di un campione di roccia.
- Conoscenza di base dei processi che modellano le rocce all'interno della litosfera.

CONTENUTO DEL MODULO

Il modulo copre i seguenti argomenti:

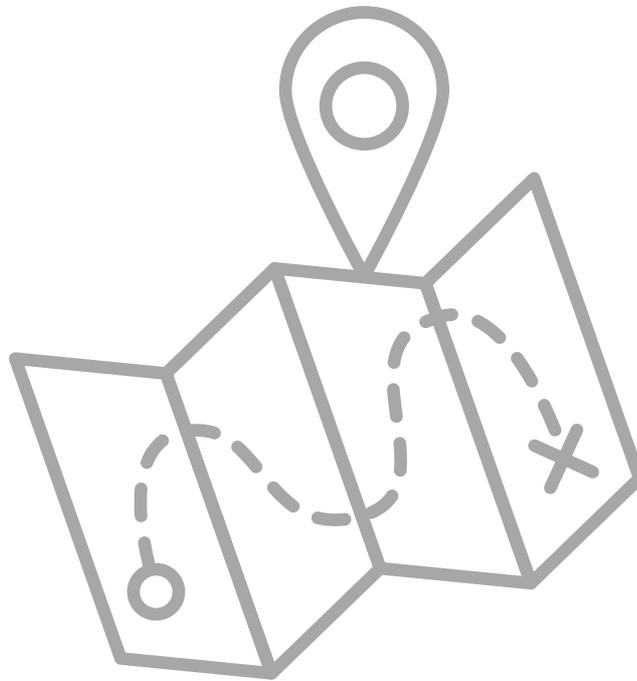
1. Classificazione delle rocce e loro caratteristiche.
2. Rocce ignee.
3. Rocce sedimentarie.
4. Rocce sedimentarie organiche.
5. Rocce metamorfiche.

ESEMPI PRATICI

Osservazione di rocce in luoghi ben descritti.

Descrivere in modo approfondito i campioni di roccia in base alle caratteristiche strutturali, tessiturali e fisico-chimiche.

Prioritizzazione della raccolta di campioni in situ.



5.3.3. MODULO 3: Giochi e attività educative

Durante le escursioni di geo turismo, i giochi didattici guidati svolgono un ruolo cruciale, sia per le scolaresche che per l'intrattenimento educativo di adulti o famiglie.

OBIETTIVI FORMATIVI

- Comprendere il ruolo dei giochi e delle attività educative nel geo-turismo.
- Familiarità con varie forme di attività educative, come lezioni, discussioni ed esperimenti pratici.
- Conoscenza di laboratori all'aperto incentrati sulla geologia, promuovendo il coinvolgimento e l'interazione con le caratteristiche geologiche.

OBIETTIVI FORMATIVI

- Conoscenza completa del geo-turismo: gli studenti acquisiranno una comprensione approfondita del ruolo e del significato dei giochi e delle attività educative nel contesto del geo-turismo.
- Applicazione pratica dei concetti di geologia: i partecipanti saranno dotati di conoscenze e abilità pratiche attraverso laboratori di geologia all'aperto, tra cui l'identificazione delle rocce, la mappatura geologica e gli esperimenti pratici, promuovendo una connessione tangibile con i concetti geologici.
- Progettazione e implementazione efficaci di giochi educativi: studenti ed educatori impareranno come progettare e implementare giochi educativi, che vanno da quelli di base a quelli avanzati, con particolare attenzione alla geologia.
- Questa conoscenza mira a migliorare l'esperienza di apprendimento, rendendola piacevole e di impatto per un pubblico eterogeneo.

CONTENUTO DEL MODULO

Il modulo copre i seguenti argomenti:

Panoramica delle attività didattiche per l'educazione al geo-turismo

ESEMPI PRATICI

Nome del gioco: "Cacciatori di tesori geologici".

Descrizione del gioco: Un gioco educativo di avventura che incoraggia i partecipanti ad esplorare una pista geologica, alla ricerca di "tesori" geologici. Adatto sia ai bambini che agli adulti.

Preparazione: Preparare una mappa del sentiero geologico con i punti di interesse contrassegnati.

Nascondi piccoli "tesori" geologici lungo il percorso (pietre colorate, minerali, ecc.).

Regole del gioco: Dividi i partecipanti in squadre o individui. Fornisci a ogni squadra/giocatore una mappa. L'obiettivo è trovare il maggior numero possibile di "tesori". I giocatori navigano utilizzando la mappa, raccogliendo e documentando gli oggetti trovati. Vince la squadra/giocatore con il maggior numero di "tesori" alla fine.



COME DISTRIBUIRE I CONTENUTI: Strategie di marketing digitale per i professionisti del turismo

PANORAMICA DEL CORSO:

Questo corso di formazione mira a fornire ai partecipanti conoscenze e competenze pratiche sulle abilità comunicative e a consentire loro di fornire esperienze arricchenti ai turisti, promuovendo al contempo il geo-turismo sostenibile.

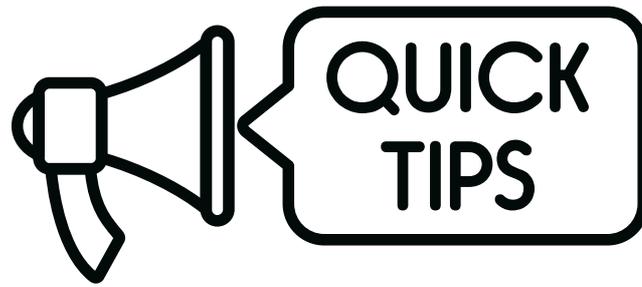
IL PERCORSO DI QUESTA SEZIONE È PROGETTATO PER UNA **DURATA DI 2 SETTIMANE.**

Settimana 1: Tecniche di comunicazione sul campo e tecniche di identificazione dei campioni

- Sessione 1: Tecniche di comunicazione sul campo
 - Introduzione al corso, obiettivi e aspettative.
 - Tecniche di comunicazione comuni nel geo-turismo.
 - Esempi pratici.
- Sessione 2: Tecniche di identificazione dei campioni
 - Fondamenti teorici.
 - Presentazione di campioni di roccia e descrizione delle loro caratteristiche strutturali e tessiturali.
- Sessione 3: Tecniche di identificazione dei campioni
 - Visita sul campo.
 - Riflessione e discussione di gruppo sull'esperienza sul campo.

Settimana 2: Giochi e attività educative

- Sessione 4: Giochi e attività educative
 - Lezione su giochi e attività educative nel geo-turismo
 - Esempi pratici.
- Sessione 5: Giochi e attività educative
 - Panoramica dei casi di studio.
 - Riflessione e discussione di gruppo
- Sessione 6: Giochi e attività educative
 - Visita sul campo.
 - Riflessione e discussione di gruppo sull'esperienza sul campo.



ULTERIORI SUGGERIMENTI PER I FORMATORI:

-  Organizza pause periodiche durante ogni sessione per sostenere il coinvolgimento dei partecipanti.
-  Incoraggia la partecipazione attiva attraverso discussioni di gruppo, sessioni di domande e risposte e attività interattive.
-  Assegna tempo per la valutazione continua, assicurandoti che i partecipanti ricevano un feedback tempestivo.
-  Organizza una visita sul campo a un sito locale di interesse geologico o a un museo per fornire ai partecipanti un'esperienza pratica e una comprensione più profonda delle operazioni e delle interazioni in loco all'interno della comunità. Ospita relatori ospiti con esperienza in geologia per fornire informazioni complete sull'argomento.

CONSIGLI SU COME CONSEGNARE IL CONTENUTO

Modulo 1

1. Nella geo-educazione, gli educatori spesso includono specialisti con qualifiche accademiche avanzate. La narrazione orale dei fenomeni osservati sul campo è un metodo ampiamente accettato per educare gli studenti adulti. Poiché le scienze della Terra sono spesso percepite come impegnative e non comunemente incluse nell'istruzione generale, gli educatori devono utilizzare una terminologia comprensibile ai partecipanti. Presentare esempi di vita reale e confronti con fenomeni comuni è essenziale.
2. Gli ausili visivi migliorano le descrizioni e le rendono più accessibili. Molte strutture geologiche e geomorfologiche non sono completamente visibili a causa delle dimensioni, della vegetazione e dei cambiamenti antropogenici. Gli ausili visivi, come illustrazioni, diagrammi, mappe, sezioni trasversali e rappresentazioni di stati ambientali passati, aiutano a trasmettere le dinamiche dei processi geologici e geomorfologici. Le stampe laminare sono pratiche per le condizioni del campo.
3. In condizioni di campo, possono essere condotti vari tipi di misurazioni, a seconda delle condizioni ambientali, degli strumenti di misurazione disponibili e dei metodi impiegati in diverse scienze.

Modulo 2

1. Il metodo didattico fondamentale di questo modulo dovrebbe prevedere la presentazione di campioni di roccia e la descrizione delle loro caratteristiche strutturali e tessiturali. È importante notare che alcune rocce possono essere classificate sotto un unico nome in base alla loro composizione chimica e al processo di formazione, ma possono differire in termini di caratteristiche strutturali e tessiturali. Pertanto, è fondamentale mostrare le forme più comuni di queste rocce. Il modo più efficace per presentarli è, ovviamente, attraverso l'osservazione dal vivo dei campioni; I materiali digitali come video e foto possono essere utilizzati come mezzo secondario.

2. Questo modulo dovrebbe essere diviso in tre sezioni, ciascuna incentrata sui tipi fondamentali di rocce. Le informazioni teoriche per ogni sezione dovrebbero essere condensate in un lasso di tempo di 15-20 minuti. La priorità dovrebbe essere data alla presentazione e alla descrizione dei campioni di roccia, assegnando un minimo di 60 minuti per ciascuna sezione. Il tempo medio per l'assimilazione delle conoscenze in questo modulo dovrebbe essere di circa 270 minuti.

Modulo 3

1. Valutazioni basate su scenari: Sviluppa valutazioni basate su scenari relativi al geo-turismo, richiedendo ai partecipanti di applicare le loro conoscenze e capacità di risoluzione dei problemi in situazioni del mondo reale. Ad esempio, presentare un ipotetico scenario di geo-turismo e chiedere agli studenti di proporre attività didattiche o giochi adatti al contesto.
2. Valutazioni delle prestazioni sul campo: Organizza valutazioni sul campo in cui i tirocinanti possono mostrare le loro competenze acquisite attraverso workshop all'aperto. Ciò può comportare compiti come l'identificazione di caratteristiche geologiche, la spiegazione dei processi geologici o la dimostrazione della capacità di guidare gli altri in un ambiente educativo all'aperto.
3. Casi di studio e analisi: Presentare casi di studio relativi a programmi educativi di geo-turismo di successo. Chiedi ai tirocinanti di analizzare questi casi, identificare i componenti chiave che contribuiscono al successo e proporre miglioramenti o modifiche in base alle nuove conoscenze acquisite.

VERIFICA LE CONOSCENZE: Applicazioni pratiche del geo-turismo e formazione sul campo



DOMANDE PER LA TRATTAZIONE

- Come si possono progettare le attività di geo-turismo per ridurre al minimo l'impatto ambientale e promuovere comportamenti di viaggio responsabili?
- Identifica esempi di progetti di geo-turismo di successo in tutto il mondo e analizza le loro caratteristiche principali.
- In che modo l'apprendimento esperienziale sul campo può migliorare la comprensione da parte degli studenti dei concetti e dei processi geologici.
- Discutere le diverse strategie per condurre escursioni sul campo efficaci nell'educazione geologica, tra cui la preparazione pre-viaggio, le attività in loco e la riflessione post-viaggio.
- Condividi esempi di tecniche innovative di formazione sul campo che promuovono l'impegno attivo e il pensiero critico tra gli studenti. In che modo queste tecniche contribuiscono a una comprensione più profonda della geologia?
- Quali sono alcune caratteristiche e proprietà chiave utilizzate per identificare i diversi tipi di rocce sul campo?
- In che modo gli educatori possono facilitare le attività pratiche di identificazione dei campioni di roccia che si rivolgono a diversi stili di apprendimento e livelli di abilità?
- Discutere i vantaggi dell'incorporazione di giochi e attività educative nell'istruzione sul campo della geologia. In che modo questi metodi interattivi migliorano i risultati dell'apprendimento e il coinvolgimento degli studenti?
- Condividi esempi di giochi o attività educative che possono essere adattati per insegnare le abilità di identificazione delle rocce sul campo. In che modo queste attività affrontano i diversi obiettivi di apprendimento e promuovono l'apprendimento collaborativo?

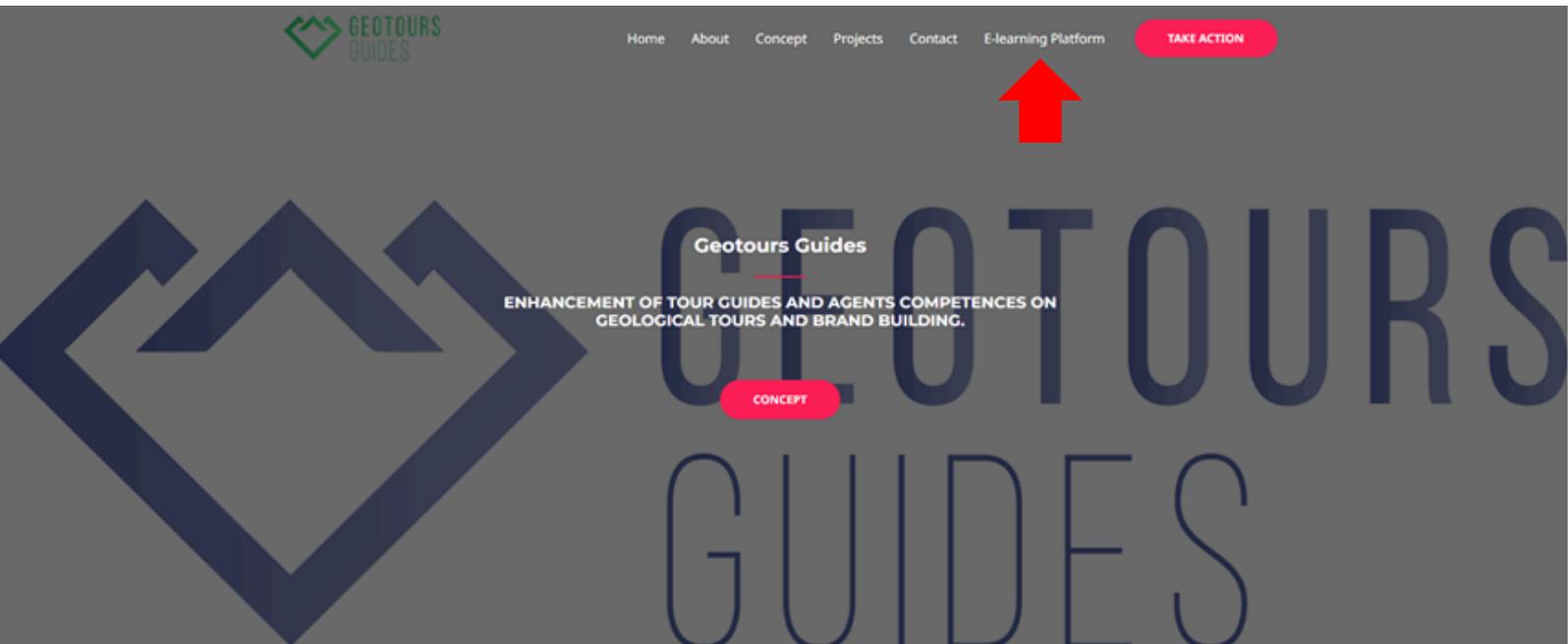


Il corso di apprendimento è disponibile sotto forma di piattaforma e-learning, dove gli studenti possono accedere ai materiali di studio in qualsiasi momento, studiare al proprio ritmo e avere la possibilità di testare le proprie conoscenze attraverso un breve quiz che rivede il contenuto dei singoli moduli.

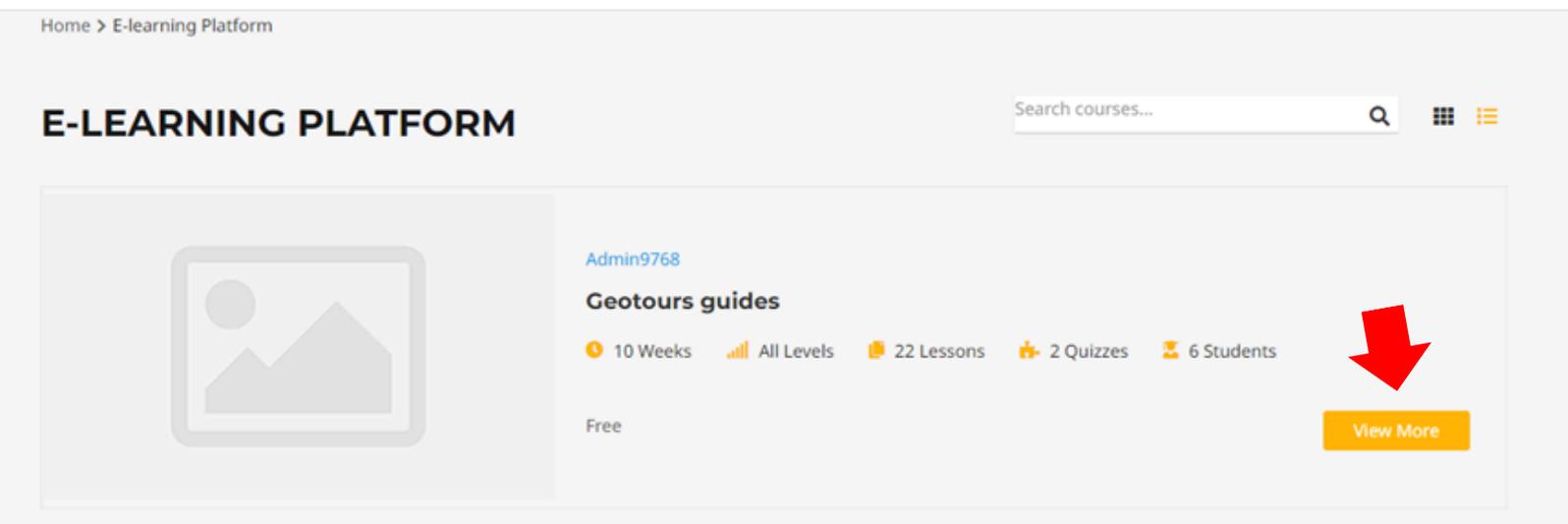

 La piattaforma di e-learning è accessibile attraverso il sito
 web <https://www.geotours-guides.com/>

Come utilizzare la piattaforma?

STEP 1 : Clicca sulla piattaforma e-learning



STEP 2 : Fare clic su Visualizza altro



Come utilizzare la piattaforma?

STEP 3 : Clicca su Inizia ora

Home > E-learning Platform > Geotours guides

Instructor
Admin9768

Category
Uncategorized

GEOTOURS GUIDES

🕒 10 Weeks 📊 All Levels 📖 22 Lessons 🏆 2 Quizzes 👤 6 Students

Requirements

Features

Target audiences



Free

Start Now



STEP 4 : Registrati: crea il tuo account utente

Sign up

Email address *

Username *

Password *

Confirm Password *

Already had an account? [Sign in.](#)

Note to administrator

Place Order

Your order



Geotours guides

\$0.00

Subtotal

\$0.00

Total

\$0.00

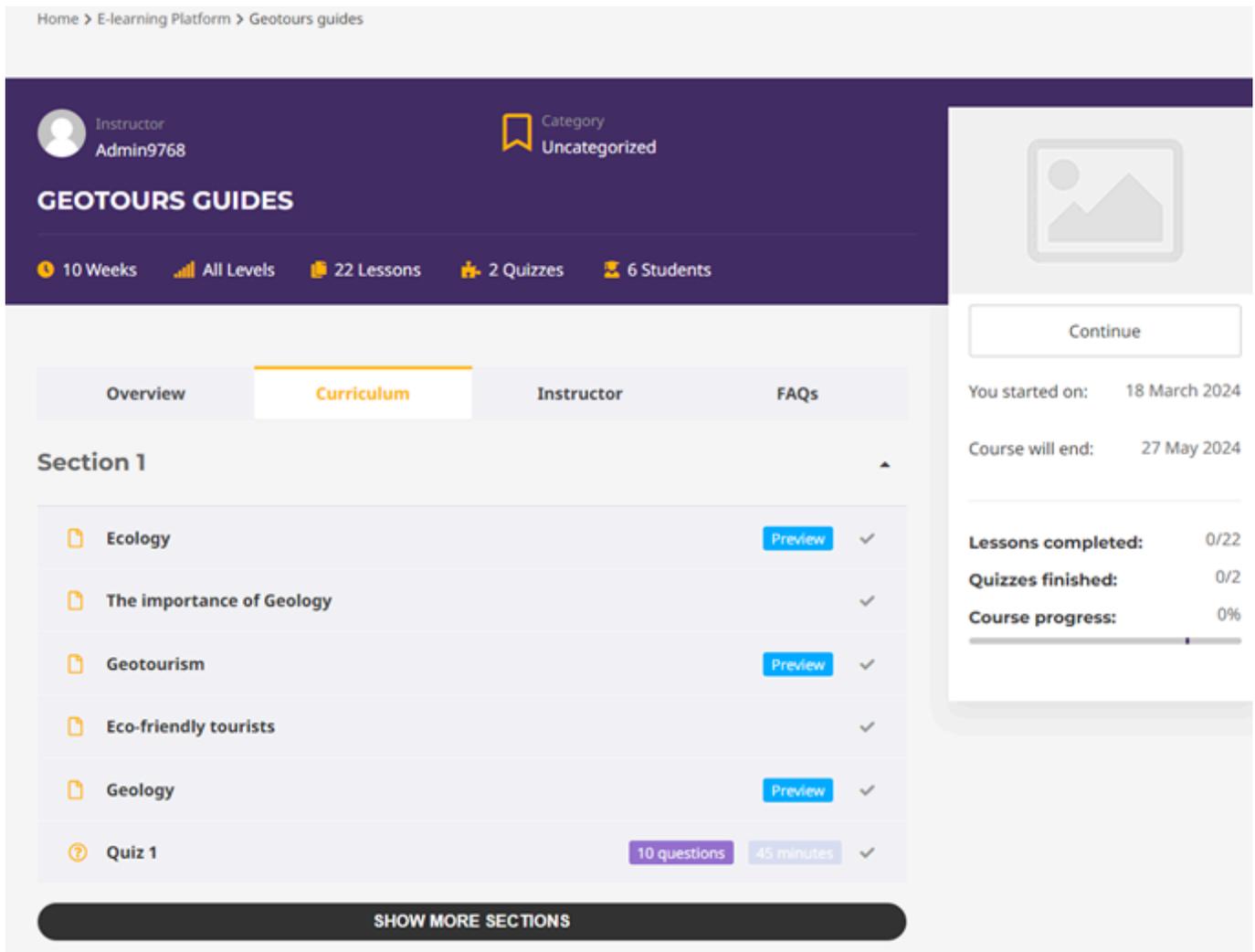
STEP 5 : Clicca su Effettua ordine



By completing your purchase you agree to those [Term Conditions.](#)

Come utilizzare la piattaforma?

STEP 6 : Sono disponibili corsi, lezioni, quiz e domande



Home > E-learning Platform > Geotours guides

Instructor: Admin9768 | Category: Uncategorized

GEO TOURS GUIDES

10 Weeks | All Levels | 22 Lessons | 2 Quizzes | 6 Students

Overview | **Curriculum** | Instructor | FAQs

Section 1

- Ecology [Preview] ✓
- The importance of Geology ✓
- Geotourism [Preview] ✓
- Eco-friendly tourists ✓
- Geology [Preview] ✓
- Quiz 1 (10 questions, 45 minutes) ✓

SHOW MORE SECTIONS

Continue

You started on: 18 March 2024
 Course will end: 27 May 2024

Lessons completed: 0/22
 Quizzes finished: 0/2
 Course progress: 0%

La piattaforma di e-learning è uno strumento gratuito per conoscere la geologia, il geo turismo in relazione al marketing e le attività per coinvolgere gli studenti in tour geologici.

Lo scopo di questo nuovo corso di formazione per guide turistiche, studenti di guide turistiche e agenzie turistiche è quello di rafforzare ed estendere le loro competenze geologiche oltre alla loro formazione di base nel campo del geo turismo e del branding per passare dalla teoria alla pratica.



Referenze

Referenze

- Albors J., Ramos J.C. and Hervás J.L., 2008. New learning network paradigm: Communities of objectives, crowdsourcing, wikis and open source. *International Journal of Information Management*, 28, pp. 194-202. <https://marketing.expertjournals.com/23446773-504/>
- Alexander, L. (2022). How to Write a SMART Goal [+ Free SMART Goal Template]. Hubspot. https://blog.hubspot.com/marketing/how-to-write-a-smart-goal-template?hubs_content=blog.hubspot.com%2Fmarketing%2Fsocial-media-marketing&hubs_content-cta=How%20to%20Write%20a%20SMART%20Goal
- Adedoyin, I. (2023). 10 Benefits of a website for a small business. <https://www.linkedin.com/pulse/10-benefits-website-small-business-irerinsola-adedoyin/>
- Alexandrova, M. (2023). 10 Benefits of having a website for your small business. [www.top10.com. https://www.top10.com/website-builders/10-benefits-of-having-a-website-for-your-small-business,](https://www.top10.com/website-builders/10-benefits-of-having-a-website-for-your-small-business)
- Astra, T. (2023). How to create a Website: free in-depth guide for beginners. Astra. <https://wpastra.com/guides-and-tutorials/how-to-create-a-website/>
- B. Tourtellot, J. (2016). The Geotourism Approach: an overview of implications and potential effects. *Le Pagine Di Risposte Turismo*, Numero Due.
- Baker, K. (2023). Social Media Marketing: The Ultimate Guide. Hubspot. <https://blog.hubspot.com/marketing/social-media-marketing>
- Baker, K. (2023b). Social Media Marketing: The Ultimate Guide. Hubspot. <https://blog.hubspot.com/marketing/social-media-marketing#benefits-of-social-media-marketing>
- Bartlett, M. (2010). How to use social media to develop realtor relationships. *Credit Union Journal*, 14(39), p. 4.
- Bishop, A. C.(1999). Cambridge guide to minerals, rocks and fossils. Cambridge University Press.
- Bollati, I., Caironi, V., Gallo, A., Muccignato, E., Pelfini, M., & Bagnati, T. (2023). How to integrate cultural and geological heritage? The case of the Comuniterrae project (Sesia Val Grande UNESCO Global Geopark, northern Italy). *AUC GEOGRAPHICA*, 58(1), 129-145. <https://doi.org/10.14712/23361980.2023.10>
- Carmicheal, K. (2023). Which Social Media Metrics Are Marketers Tracking? [New Research]. Hubspot. https://blog.hubspot.com/marketing/social-media-metrics-ceos-cares-about?hubs_content=blog.hubspot.com%2Fmarketing%2Fsocial-media-marketing&hubs_content-cta=Social%20media%20metrics
- Coratza, P., Gauci, R., Schembri, J., Soldati, M., & Tonelli, C. (2015). Bridging Natural and Cultural Values of Sites with Outstanding Scenery: Evidence from Gozo, Maltese Islands. *Geoheritage*, 8(1), 91-103. <https://doi.org/10.1007/s12371-015-0167-7>

Referenze

- De Jong, A. (2023). Why good tour guides are important. Good Tourism Institute. <https://goodtourism institute.com/library/good-tour-guides/>, OECD (2019). What is an “online platform”? In OECD eBooks (pp. 19–26). <https://doi.org/10.1787/19e6a0f0-en>
- Dowling, R. K. (2013). “Geotourism’s Global Growth – The Story Continues.” *Geoheritage*, 5(1), 5–16.
- Dryglas, D., & Miśkiewicz, K. (2014). Construction of the geotourism product structure on the example of Poland. In *International Multidisciplinary Scientific GeoConference Surveying Geology and Mining Ecology Management, SGEM*, Vol. 2: 155–162.
- Duggal, N. (2023). 14 Essentials of Social media Marketing to boost your business. Simplilearn.com. <https://www.simplilearn.com/essentials-of-social-media-marketing-article>
- Ecotourism and Protected areas | UN Tourism. (n.d.). <https://www.unwto.org/sustainable-development/ecotourism-and-protected-areas#:~:text=According%20to%20the%20UNWTO%27s%20definition,cultures%20prevailing%20in%20natural%20areas>
- Farsani, N. T., Coelho, C., & Costa, C. (2011). “Geotourism and local development: A case study in Portugal.” *International Journal of Tourism Research*, 13(1), 68–81.
- Filo, K., Lock, D. and Karg, A. (2015). Sport and social media research: A review. *Sport Management Review*, 18(2), pp.166–181.
- Goodwin, H., & Santilli, R. (2009). “Community-based tourism: A success?” *Journal of Sustainable Tourism*, 17(2), 103–121.
- Hackworth, B.A. and Kunz, M.B. (2010). Health care and social media: building relationships via social networks. *Academy of Health Care Management Journal*, 6(1), pp. 55–67
- Hall, C. M., & Boyd, S. (2005). “Nature-based tourism in peripheral areas: Development or disaster?” Channel View Publications.
- Higham, J., & Carr, A. (2003). “Tourism, Recreation, and Regional Development: New Perspectives.” Channel View Publications.
- How having a website can benefit your business | The Hartford. (n.d.). <https://www.thehartford.com/business-insurance/strategy/building-website/10-reasons-need-website>
- Kaplan, A.M. and Haenlein, M., 2010. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53 (1), pp.59–68.
- Kelvadi, S. (2023). Website Planning Process – WordPress Marketing Guide. Pixelmattic. <https://www.pixelmattic.com/wordpress-marketing/website-planning-process/>
- Majjistral Nature and History Park – Majjistral Nature and History Park, Malta. (n.d.). <https://majjistral.org/>

Referenze

- Mohammadian, M., & Mohammadreza, M. (2012). Identify the success factors of social Media (Marketing Perspective). *International Business Management*, 4(2), 58–66. <https://doi.org/10.3968/j.ibm.1923842820120402.1120>
- Mugdhaitwebgmailcom, & Mugdhaitwebgmailcom. (2022). Importance of travel website for the travel company. Brand TD. <https://www.traveldailymedia.com/importance-of-travel-website-for-the-travel-company/>
- Newsome, D., Dowling, R. K., & Leung, Y.-F. (2012). “Geotourism: The Tourism of Geology and Landscape.” Oxford: Goodfellow Publishers.
- Saita, G. (2023). 30 Essential benefits of having a website for your business. PixaLabo. <https://pixolabo.com/30-essential-benefits-of-having-a-website/>
- Simona. (2021). Importance of Strategic Social Media Marketing - Expert Journal of Marketing. Expert Journal of Marketing. <https://marketing.expertjournals.com/23446773-504/>
- Skinner, Brian J. (2004). *Dynamic Earth : an introduction to physical geology*. John Wiley & Sons.
- Sharpley, R., & Telfer, D. J. (2002). “Tourism and Development: Concepts and Issues.” Channel View Publications.
- Stone, P. R. (2013). “Geoheritage and geoconservation: Opportunities and responsibilities in tourism and recreation.” *Geoheritage*, 5(1), 11–26.
- Timothy, D. J., & Boyd, S. W. (2003). “Tourism and Trails: Cultural, Ecological and Management Issues.” Channel View Publications.
- Tomše, D. (2014). *Prepričanja, stališča in vedenje uporabnikov do marketinškega komuniciranja v družbenih omrežjih*. Celje: Fakulteta za komercialne in poslovne vede
- Tsimonis, G. and Dimitriadis, S. (2014). Brand strategies in social media. *Marketing Intelligence and Planning*, Vol. 32 No. 3, pp. 328–344
- Tuten, T.L. and Solomon, M.R. (2016). *Social Media Marketing*. New Delhi, India: Sage Texts.
- UNESCO. (2015). “World Heritage and Sustainable Tourism: Toolkit for Site Managers.” UNESCO World Heritage Centre.
- UNESCO Global Geoparks. (2024). UNESCO. <https://www.unesco.org/en/igpp/geoparks/about>
- Vinerean, S. (2016). Branding Strategies for Social Media Marketing. *Expert Journal of Marketing*, 4(2), pp. 77–83.
- What is Geology. (n.d.). <https://www.geolsoc.org.uk/Geology-Career-Pathways/What-is-Geology>



Funded by the European Union

Finanziato dall'Unione Europea. Il sostegno della Commissione europea alla produzione di questa pubblicazione non costituisce un'approvazione dei contenuti che riflettono solo il punto di vista degli autori e la Commissione non può essere ritenuta responsabile per qualsiasi uso che possa essere fatto delle informazioni in essa contenute.



[Geotours-Guides](#)



[Geotours-Guides](#)



[Geotours-Guides](#)



[Geotours-Guides E-Learning Platform](#)

**GEO-TOURS GUIDES: POTENZIAMENTO DELLE COMPETENZE DELLE GUIDE
TURISTICHE E DEGLI AGENTI IN MATERIA DI TOUR GEOLOGICI E BRAND BUILDING
KA220-VET-C61E72C8 - Partenariati di cooperazione nell'istruzione e formazione
professionale**