



Prova Teòrica- Pràctica temari específic (25 punts)

Pregunta 1 - Màrqueting i promoció		Barem
<b>1. Definició d'objectius i alineament estratègics: ideació campanya, encaix i objectius</b>	5	a. Claredat objectius de la campanya
		b. Coherència amb estratègia Bages i Catalunya: sostenibilitat, desestacionalització, posada valor patrimoni cultural, gastronomia, gestió de fluxes...
		c. Adequació al rol d'un ens públic: interès general, equilibri territorial, sostenibilitat, suport a les empreses
<b>2. Segmentació i definició del públic objectiu: públics</b>	4	a. Capacitat de detectar segments realistes pel Bages segons dades disponibles (importància dades per la presa de decisions).
		b. Justificació basada en tendències del sector turístic (sostenibilitat, experiències úniques i especials, responsabilitat social, turisme regeneratiu, etc.)
<b>3. Concepte creatiu i missatge central: concepte, missatge</b>	4	a. Adequació del concepte creatiu a la identitat del Bages i les potencialitats del territori
		b. Coherència amb la sostenibilitat i la imatge pública institucional
<b>4. Desenvolupament operatiu: accions, canals, mitjans i eines</b>	4	a. Lògica i coherència de les accions plantejades. Ús dels canals de Bages Turisme existents i coneixement dels mateixos.
		b. Utilització de diversos canals online i offline i justificació
		c. Coneixement d'eines digitals: analítics, xarxes socials, CRM, CMS, email màrqueting...)
		d. Capacitat de connectar ideació amb execució realista
<b>5. Condicionants administratius i treball amb agents territorials (Comprensió del funcionament d'un ens públic): agents implicats, condicionants i requisits</b>	3	i. Execució d'accions en el marc del Pla d'accions aprovat anual
		ii. Pressupost disponible
		iii. Imatge institucional
		iv. Coordinació amb altres institucions i empreses
<b>6. Indicadors de resultats i sistemes d'avaluació</b>	2,5	a. Descriu indicadors rellevants i mesurables
		b. Especifica el màrqueting digital com a opció per a poder seguir impactes. Especifica avast, clics, etc.
<b>7. Estructura, claredat, argumentació i redacció</b>	2,5	a. Organització, coherència i capacitat d'expressió
		b. Correcció ortogràfica i terminològica
<b>TOTAL</b>	<b>25</b>	

Pregunta 2- Estratègia turística		Barem
1. Potencialitats del turisme a la comarca del Bages	7,5	<p>Coneixement del territori: comarca interior, municipis, diversitat, grans atractius, petits atractius a desenvolupar com patrimoni, cellers, empreses agràries, producte local...</p> <p>Segments: cultura, natura, gastronomia, enoturisme</p> <p>Turisme com a motor econòmic: transversalitat, sectors restauració, allotjament, activitat, empreses agràries, generació de despesa</p> <p>Impacte social del turisme: intercanvi, obertura de ment, acollida, orgull sentiment pertinença, posada en valor patrimoni cultural, participació d'agents i ciutadania</p> <p>Posicionament: lloc tranquil, poc massificat, a prop de Bcn, autenticitat, sostenible...</p> <p>Temes de sostenibilitat mediambiental: posada en valor de patrimoni natural, turisme proximitat, PN</p>
2. Documents estratègics i programes competitivitat	7,5	<p>Documents estratègics: Pla Estratègic Turisme, pla estratègic Ruta del vi, Pla de màrqueting del Geoparc, posicionament del Bages</p> <p>Línies de treball principals: Ruta del vi, Geoparc, MICE, cicloturisme cultural, gastronomia</p> <p>Programes millora competitivitat: PIT, Biosphere, tallers de turisme, ruta del vi</p>
3. Reptes de futur en relació a les tendències del sector del turisme global	7,5	<p>Decisions centrades en les dades: planificació a llarg termini</p> <p>Accessibilitat, transport públic...</p> <p>Tecnologia Innovació</p> <p>Seguir amb activitat sostenible, impulsar model sostenible: capacitat de càrrega espais, posar en valor nous elements i dotar-los d'estructura (evitar massificació)</p> <p>Fer viable diversificació econòmica empreses cap al turisme: augmentar ocupació de qualitat</p> <p>Posar en valor els segells, marques i institucions que ens impulsen i posicionen per atraure nous públics</p> <p>Professionalització agents destinació poc turística</p> <p>Governança: projectes públic - privats i suma d'esforços</p> <p>Turisme per millorar el benestar població en primer lloc</p> <p>Atraure nous públics amb valors i que poden generar impacte</p> <p>Pla de màrqueting + Catalunya Millor Turisme. Encaix línies amb els projectes del Bages: desestacionalització, productes autèntics, amb impacte territorial, pel benestar de les comunitats locals, deslocalització, activitats amb valors de territori, etc.</p> <p>Incentivar nova activitat econòmica, diversificació de l'economia</p>
7. Estructura, claredat, argumentació i redacció	2,5	<p>a. Organització, coherència i capacitat d'expressió</p> <p>b. Correcció ortogràfica i terminològica</p>