

Tecnico Superiore per la promozione e il marketing delle destinazioni turistiche e la gestione dell'accoglienza

Finalità del Corso -

Il corso ha l'obiettivo di formare una figura professionale con specifiche competenze nell'ambito della definizione e della promozione dell'offerta turistica del territorio, valorizzando le risorse ambientali, culturali, storiche, paesaggistiche, ecc, e che abbia competenze nella gestione dell'accoglienza e delle strutture turistiche.

Profilo professionale

Il tecnico superiore gestisce e promuove le relazioni e i rapporti con soggetti pubblici e privati e con associazioni di settore al fine di una adeguata e condivisa definizione e valorizzazione dell'offerta e di prodotti turistici in base alla specificità del territorio, delle sue peculiarità turistiche ed enogastronomiche, ivi comprese le nuove tipologie di servizi per i turisti. Opera per la valorizzazione del territorio anche in un'ottica di offerta turistica integrata; facilita l'incontro fra domanda e offerta turistica provvedendo alla ricerca delle fonti informative e alla elaborazione dei dati, sia per individuare nuove tendenze e necessità del mercato, sia per pianificare e gestire progetti che ottimizzino la qualità e l'efficacia dei servizi nel settore turistico, nelle aree della comunicazione e della commercializzazione e nell'organizzazione di eventi culturali. Utilizza con competenza vari strumenti informatici e la rete internet per la promozione e commercializzazione di specifici attrattori e prodotti turistici (quali ad esempio il patrimonio culturale, itinerari tematici, ecc...) facilitandone, ove possibile, la fruizione. Pianifica, gestisce e controlla le attività promozionali, in Italia e all'estero, in collaborazione con i soggetti istituzionali preposti; definisce e implementa, condividendole con gli attori pubblici e privati del territorio, le azioni di comunicazione e marketing necessari; pianifica e coordina azioni di monitoraggio degli esiti delle azioni di promozione e marketing intraprese. Collabora al potenziamento e alla gestione dei diversi servizi relativi all'accoglienza turistica e alla gestione di alcune funzioni operative delle strutture turistiche, con particolare riferimento alle strutture ricettive.






Macrocompetenze in esito

Il "Tecnico superiore per la promozione e il marketing delle destinazioni turistiche e la gestione dell'accoglienza" è in grado di:

- Analizzare e interpretare le tendenze del mercato turistico attraverso la rilevazione e l'elaborazione di dati ed informazioni statistiche
- Analizzare le risorse culturali, ambientali, naturali e paesaggistiche del territorio per individuare strategie di sviluppo integrato dell'offerta culturale turistica
- Individuare e analizzare il sistema di offerta turistica del territorio
- Individuare e analizzare il sistema della domanda turistica con riferimento al territorio in cui opera
- Definire l'immagine turistica del territorio, l'articolazione e la qualificazione dell'offerta turistica e le azioni di sviluppo della stessa
- Rapportarsi con i principali attori del settore turistico del territorio
- Definire e pianificare azioni di promozione del territorio e dei prodotti turistici
- Definire, pianificare ed implementare azioni di marketing (strategico e operativo) turistico attraverso le tecniche proprie del settore
- Individuare, pianificare ed implementare azioni di digital e web marketing applicate all'ambito turistico
- Definire e monitorare standard di qualità dei servizi erogati del sistema di offerta turistica.
- Collaborare all'organizzazione e alla gestione di diversi servizi relativi all'accoglienza
- Collaborare all'organizzazione e alla gestione di alcuni servizi per le strutture turistico-ricettive

Moduli di allineamento: "Lingua straniera Inglese" (50 ore), "Informatica" (ECDL e ECDL advanced - 50 ore).

Tipologie di competenze (Vedi art. 4, comma 3 decreto del 7 settembre 2011 adottato dal MIUR di concerto con il MLPS)

 Linguistiche comunicative e relazionali  Scientif. e tecnolog.  Giuridiche ed economiche  Organizzative e gestionali  Tecnico-professionali specifiche della figura

Nelle colonne 9 e 10 le ore totali (somma di teoria, laboratori, escursioni, seminari, casi di studio) delle Unità formative divise per annualità.

Nella colonna 11: lettera **P** per le Unità formative che sarebbe opportuno svolgessero gli esperti provenienti dal mondo del lavoro (**P**rofessionisti)

Nella colonna 14

Il numero indica che l'unità formativa è attinente soprattutto ad uno specifico profilo occupazionale:

- 1) Tourism promoter
- 2) Destination manager
- 3) Art&Tourism Planner
- 4) Organizzatore di eventi culturali, artistici e dello spettacolo
- T) Unità formativa trasversale a tutti i profili occupazionali

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Area	N.	Unità Formativa	Teoria	Laboratori o	Escursioni	Seminari	Casi di studio	Totale 1^ an. ore	Totale 2^ an. ore	Docenza	Competenze e conoscenze	Tipologia di competenze	Profilo occupazionale	Aule, Laboratori altri ambienti di apprendimento
I Linguistica	1	Lingua inglese	50	0				50	0	P	Interagire in conversazioni chiare su argomenti di interesse quotidiano e specifici del settore. Livello B1 e livello B2	Linguistiche	T	Laboratorio linguistico
	2	Metalinguaggio e microlingua del turismo in inglese	30	10				40	0	P	Utilizzare la lingua inglese come linguaggio tecnico. Interagire in conversazioni relative ad argomenti dell'ambito professionale esprimendo e sostenendo le proprie tesi con spiegazioni ed argomentazioni efficaci.	Linguistiche	T	Laboratorio linguistico
II Economia e Management	3	Economia del turismo	35	0		5		40	0	P	- Conoscere le dinamiche economiche fondamentali entro cui si iscrive il fenomeno turistico e quelle che esso, a sua volta, determina; -Riconoscere le principali strategie operative - economiche entro cui si muovono gli/le attori/imprese del settore turistico	Scientifiche e tecnologiche	T	Aula multimediale Sala confer.
	4	Economia e Gestione della filiera e delle imprese turistiche	30	0			5	35	0	D	- Conoscere le dinamiche economiche fondamentali in cui operano le imprese turistiche con particolare attenzione alle strutture ricettive - Riconoscere gli strumenti necessari e/o adatti alla gestione di base di una impresa turistica	Scientifiche e tecnologiche	T	Aula multimediale Sala confer.
	5	Destination Management	25	10		5		0	40	D	- Conoscere i fondamenti del Destination Management, ossia la gestione coordinata di tutti gli elementi che compongono una destinazione; - Riconoscere le strategie più efficaci che consentono di gestire in modo coordinato una destinazione turistica (attrazioni, amenità, accessibilità, marketing e pricing).	Tecnico - professionali	2	Aula multimediale Sala confer
	6	Progettazione e gestione itinerari turistici tematici	25	10			5	0	40	P/D	- Conoscere le strategie più efficaci per costruire e gestire itinerari turistici a tema - Sapere progettare la gestione e l'organizzazione di itinerari turistici tematici	Tecnico - professionali	1-3-4	Aula multimediale Sala confer
	7	Progettazione e gestione eventi culturali	25	10			5	0	40	P	- Conoscere le strategie più efficaci per progettare e gestire eventi culturali che possano potenziare l'offerta turistica - Sapere progettare la gestione e l'organizzazione di eventi culturali	Tecnico - professionali	1-3-4	Aula multimediale Sala confer

	8	Creazione d'impresa e startup	25	0			5	0	30	P	- Conoscere le modalità e le finalità dell'avvio di un'impresa - Saper utilizzare le strategie più efficaci per costruire un'idea imprenditoriale; saper realizzare un business plan	Tecnico - professionali	T	Aula multimediale Sala confer	
	9	Customer Relationship Management	20	5			5	0	30	P/D	- Conoscere l'importanza, le finalità e la metodologie di base della fidelizzazione clienti attraverso le tecnologie informatiche e il Web - Riconoscere e saper applicare le più moderne ed efficaci tecniche di fidelizzazione della clientela utilizzando tecnologie informatiche e internet	Tecnico - professionali	3-4	Aula multimediale Sala confer	
III Marketing	10	Economia e marketing della cultura	25	10			5	0	40	D	- Conoscere le dinamiche economiche fondamentali che consentono di individuare in chiave economica e promuovere un prodotto culturale con particolare attenzione a quello turistico - Riconoscere gli strumenti necessari e/o adatti a individuare e commercializzare un prodotto culturale/turistico Fra i contenuti dell'U.F. <ul style="list-style-type: none"> • Il contributo della cultura all'economia locale ed alla crescita europea • Settori culturali industriali e non industriali • Metodi e tecniche di misurazione dell'economia culturale • Analisi di un settore specifico: Il mercato dell'arte 	Organizzative e gestionali	T	Aula multimediale Sala confer	
	11	Digital e Web Marketing	25	10			5	40	0	P/D	- Conoscere le dinamiche di base del marketing online e digitale con particolare applicazione all'ambito turistico; - Saper applicare le strategie di base del marketing digitale e online per la promo commercializzazione di uno specifico prodotto turistico, una filiera turistica o un evento.	Organizzative e gestionali	T	Aula multimediale Sala confer	
	12	Incoming Marketing	20	5				0	25	P/D	- Conoscere le strategie fondamentali del marketing attivo legato all'accoglienza; - Saper applicare le strategie fondamentali del marketing attivo per potenziare il marketing dell'accoglienza	Organizzative e gestionali	1-3-4	Aula multimediale	
IV Scienze sociali applicate al turismo	13	Geografia	25	0	15		5	45	0	D	- Conoscere le fondamentali interazioni fra elemento antropico e ambiente naturale con particolare riferimento al territorio siciliano; - Saper riconoscere le risorse e le potenzialità del territorio soprattutto dal punto di vista turistico	Scientifiche e tecnologiche	T	Aula multimediale Escursioni	
	14	Culture del lavoro ed enogastronomia	20	0			5	5	30	0	D	- Conoscere le produzioni tipiche del territorio e le loro modalità di realizzazione attraverso la filiera di riferimento con particolare attenzione a quella enogastronomica; - Saper riconoscere le produzioni tipiche del territorio con particolare riferimento a quella enogastronomica allo scopo di tradurla in offerta turistica	Scientifiche e tecnologiche	T	Aula multimediale Sala confer
	15	Antropologia culturale del turismo	35	0					35	0	D	- Conoscere le fondamentali dinamiche culturali e identitarie che danno luogo al (e si concretizzano nel) fenomeno del turismo e le loro principali produzioni simboliche; - Riconoscere la pluralità culturale e interagire in modo consapevole nella dinamica identità/alterità	Scientifiche e tecnologiche	T	Aula multimediale

	16	Sociologia del turismo	30	0	5	35	0	D	- Conoscere le fondamentali dinamiche sociali che contribuiscono a determinare il fenomeno turistico; - Riconoscere le fondamentali dinamiche sociali non solo occidentali che determinano il fenomeno turistico. Seminario sul tema 'Neuroscienze e Turismo'.	Scientifiche e tecnologiche	T	Aula multimediale
	17	Elementi di Statistica e laboratorio dati	20	20		40	0	D	- Conoscere i fondamentali metodi quantitativi per la determinazione del fenomeno turistico; conoscere i fondamenti di statistica (soprattutto descrittiva) applicata al turismo; - Saper raccogliere, organizzare e leggere dati statistico-quantitativo relativi al fenomeno turistico. Da completare	Scientifiche e tecnologiche	T	Aula multimediale
V Comunicazione	18	Psicologia della comunicazione	20	10	5	0	35	P/D	- Conoscere le implicazioni psicologiche del linguaggio, con particolare riferimento alla comunicazione in pubblico; - Saper utilizzare le strategie più adatte per la comunicazione in pubblico	Linguistiche	T	Aula multimediale Sala confer
	19	Comunicazione e pubbliche relazioni	20	15		0	35	D	- Conoscere i meccanismi di base della comunicazione nelle relazioni interpersonali; - Riconoscere con consapevolezza ed efficacia il tipo di comunicazione più adatta all'interazione in cui si è coinvolti	Linguistiche	T	Aula multimediale
	20	Business Communication	20	5		0	25	P/D	- Conoscere differenti registri linguistici, il metalinguaggio tecnico e le dinamiche della comunicazione fra pari, con i propri responsabili e con la clientela; - Sapere utilizzare differenti registri linguistici e il metalinguaggio tecnico in modo da applicare strategie efficaci nella comunicazione verticale e orizzontale, nonché con quella con la clientela	Tecnico - professionali	T	Aula multimediale
	21	Digital e Web Communication	20	20		0	40	P/D	- Conoscere gli usi e le strategie fondamentali della comunicazione online; conoscere le modalità attraverso cui ottimizzare un sito nei motori di ricerca; - Sapere elaborare e comporre testi da utilizzare in varie piattaforme digitali online; sapere utilizzare le tecniche SEO più efficaci e le strategie fondamentali di indicizzazione di siti web, blog e social network	Tecnico - professionali	T	Aula multimediale
VI Giuridica	22	Legislazione e normativa turistica	30	0		30	0	D	- Conoscere i fondamenti del sistema normativo nazionale e regionale con particolare attenzione per la disciplina del settore turistico; - Riconoscere e considerare il quadro normativo entro cui si iscrive l'attività delle imprese turistiche, sia sul versante della domanda che dell'offerta	Giuridiche ed Economiche	T	Aula multimediale
	23	Legislazione dei beni culturali	25	0		0	25	D	- Conoscere la legislazione di base che regola i beni culturali - Riconoscere il quadro normativo che regola i beni culturali al fine di operare consapevolmente ed eticamente nell'ambito turistico	Giuridiche ed Economiche	2-3-4	Aula multimediale
	24	Pianificazione territoriale e programmazione turistica	30	0		0	30	D	- Conoscere i modelli e le politiche attraverso cui si articola la pianificazione territoriale con particolare riguardo al turismo - Riconoscere modelli e politiche territoriali necessari alla programmazione turistica	Giuridiche ed Economiche	T	Aula multimediale

VII Informatica	25	Informatica per la comunicazione e programmazione multimediale	15	25				40	0	P/D	- Conoscenze di informatica applicata alla comunicazione, informatica grafica, multimedialità, comunicazione visiva - progettazione per il web. - Saper progettare e realizzare applicazioni orientate al web, secondo le metodologie e tecnologie della comunicazione.	Tecnico - professionali	T	Aula multimediale
	26	Laboratorio sul booking online	0	25	5			0	30	P	- Conoscere i più comuni software residenti o online per la gestione di servizi turistici con particolare riferimento alla prenotazione; Conoscere le tecniche e le modalità operative dei maggiori portali di prenotazione online - Sapere utilizzare software residenti o online per la prenotazione di servizi turistici; Sapere utilizzare software residenti o online per il marketing di un evento o di una filiera turistica	Tecnico - professionali	T	Aula multimediale Sala confer
	27	Laboratorio di grafica pubblicitaria	0	30				0	30	P	- Conoscere i fondamenti della tecnica e della grafica pubblicitaria; Conoscere i fondamenti dei più importanti software per il fotoritocco e la grafica; - Saper utilizzare a livello base i più importanti software per il fotoritocco e la grafica; Saper applicare la tecnica e la grafica pubblicitaria per supportare in vario modo l'attività di organizzazione e/o la promozione di un evento o la promozione di una filiera turistica.	Tecnico - professionali	T	Aula multimediale
VIII Elaborazione testi	28	Laboratorio di scrittura	0	30				30	0	P/D	- Conoscere tecniche di scrittura tradizionale e informatica; conoscere differenti registri linguistici formali e colloquiali; - Sapere redigere un testo formale, tecnico, informale, colloquiale	Linguistiche	T	Aula multimediale
	29	Tecniche di scrittura per il web	20	15				0	35	P/D	- Conoscere le tecniche di scrittura più efficaci per elaborare testi su piattaforme web - Saper elaborare testi in modo efficace per la pubblicazione via web	Linguistiche	T	Aula multimediale
IX Scienze storiche e patrimonio culturale	30	Elementi di Archeologia siciliana	5	0	25			0	30	D	- Conoscere i fondamenti dell'Archeologia con particolare riferimento all'area siciliana - Riconoscere il patrimonio archeologico siciliano al fine di individuare attrattori turistico-culturali	Scientifiche e tecnologiche	2-3-4	Aula multimediale Escursioni
	31	Storia della Sicilia	30	0				30	0	D	- Conoscere elementi di storia della Sicilia, dall'epoca preistorica all'epoca contemporanea - Riconoscere il contesto e il patrimonio storico siciliani per operare in modo efficace nell'ambito turistico del territorio	Scientifiche e tecnologiche	T	Aula multimediale
	32	Storia dell'arte della Sicilia	25	0	10			35	0	D	- Conoscere elementi di storia dell'arte della Sicilia, dall'epoca preistorica all'epoca contemporanea - Riconoscere il contesto e il patrimonio artistico siciliano per operare in modo efficace nell'ambito turistico del territorio	Scientifiche e tecnologiche	2-3-4	Aula multimediale Escursioni
	33	Storia delle tradizioni popolari e cultura materiale	30	0				30	0	D	- Conoscere in chiave etnoantropologica le più importanti tradizioni popolari siciliane nonché i prodotti della cultura materiale regionale - Riconoscere le più importanti tradizioni siciliane e alcuni prodotti della cultura materiale per operare nell'ambito turistico in modo consapevole verso le varie forme del patrimonio culturale regionale	Scientifiche e tecnologiche	T	Aula multimediale

			755	265	50	45	30	585	560	1145			
		Totale ore di lezione						585	560	1145			
		Stage aziendale						315	340	655			
		Totale						900	900	1800			

Tabella riassuntiva seminari e casi studio:

N.	Unità Formativa	Teoria	Laboratori o	Escursioni	Seminari	Casi di studio	Totale 1^ an. ore	Totale 2^ an. ore
3	Economia del turismo	35	0		5		40	
4	Economia e Gestione della filiera e delle imprese turistiche	30	0			5	35	
5	Destination Management	25	10		5		40	
6	Progettazione e gestione itinerari turistici tematici	25	10			5		40
7	Progettazione e gestione eventi culturali	25	10			5		40
8	Creazione d'impresa e startup	25	0			5		30
9	Customer Relationship Management	20	5			5		30
10	Economia e Marketing della cultura	25	10		5			40
11	Digital e Web Marketing	25	10		5		40	
13	Geografia	25		15	5			45
14	Culture del lavoro ed enogastronomia	20			5	5	30	
16	Sociologia del turismo	30	0		5		35	
18	Psicologia della comunicazione	20	10		5			35
26	Laboratorio sul booking online		25		5			30
					5X9 45 h	5X6 30 h		