

CORSO ITS
“TECNICO SUPERIORE PER LA PROMOZIONE E IL MARKETING DELLE FILIERE TURISTICHE E DELLE ATTIVITÀ CULTURALI”

OBIETTIVI E DESTINATARI

a) **Obiettivi**

Lo scopo del corso è quello di formare un professionista in grado di coniugare le competenze professionali specifiche del settore turistico con quelle tecnologiche innovative.

Il “Tecnico superiore per la promozione e il marketing delle filiere turistiche e delle attività culturali” utilizza le diverse tecnologie della comunicazione (servizi Web Visual Multimedia Communication) per operare nel sistema informativo dell’azienda, elaborare e promuovere l’offerta turistica nell’intera filiera (dall’agenzia di viaggi all’ospitalità alberghiera), pianificare e gestire azioni che ottimizzino la qualità dei servizi e l’organizzazione di eventi ed attività congressuali in un’ottica di valorizzazione delle risorse e del patrimonio culturale del territorio. Tale profilo, al termine del percorso formativo, sarà dotato di una professionalità adeguata a gestire le innovazioni e ad aggiornare di volta in volta le competenze professionali acquisite per rispondere alle trasformazioni e ai rapidi mutamenti del mercato del lavoro in una dimensione locale e globale.

I partecipanti al corso che completeranno il percorso formativo proposto si troveranno nella condizione di rispondere in modo adeguato alle esigenze di una collocazione di livello elevato nel processo lavorativo, con responsabilità nella gestione, a vari livelli.

In particolare gli sbocchi professionali attesi sono costituiti dai seguenti:

- Responsabile tecnico di area
- Responsabile servizi di prenotazione
- Analista Sistema
- Responsabile vendite centralizzate.

I livello CCNL Turismo Federalberghi -Confindustria Alberghi,

III livello dei servizi pubblici

b) Destinatari

Il corso è rivolto a giovani e adulti in possesso del diploma di scuola secondaria superiore o titolo equipollente acquisito in un Paese membro della Unione Europea, interessati all'acquisizione di conoscenze ed abilità nell'utilizzo delle tecnologie innovative della multimedialità e comunicazione nel turismo e nella gestione di servizi turistici come quelli relativi alla prenotazione e alle vendite centralizzate.

ARTICOLAZIONE E CONTENUTI DELLA DIDATTICA

I contenuti e l'organizzazione del corso sono stati progettati direttamente per rispondere agli obiettivi degli operatori del comparto turistico che hanno promosso l'iniziativa (Federalberghi, Assotrail) e che si propongono ed impegnano di dare un'occasione concreta di inserimento nelle strutture operative dei propri affiliati a tutti i partecipanti al corso.

Titoli valutabili:

- Conoscenza della lingua inglese e spagnola, con attestato del livello del quadro comune europeo di riferimento.
- Conoscenze informatiche, con possesso del diploma ECDL avanzato

Sono previste, comunque, misure di accompagnamento e di riallineamento per il raggiungimento di livelli di ingresso uniformi.

Durata ed organizzazione dell'intervento formativo:

L'organizzazione del corso è effettuata secondo gli standard indicati dal MIUR e dalla Regione Lazio.

La durata complessiva del corso è di due anni, corrispondenti a 1800 ore di cui:

- 1000 ore di attività didattiche laboratoriali
(500 e tenute da docenti, 500 ore tenute da esperti del settore provenienti dal mondo del lavoro)
- 800 di ore stage presso enti o imprese pubbliche o private

Al termine della fase didattica è prevista una prova di verifica dell'apprendimento delle varie materie trattate.

Al termine della fase di stage è prevista una verifica che si baserà su una relazione sullo stage a cura del partecipante.

La strategia di formazione del corso è orientata al *problem solving* e prevede, per la didattica in aula, una frequenza obbligatoria di circa 5 ore giornaliere per circa 5 giorni alla settimana. Le lezioni si terranno di norma nelle ore antimeridiane.

Lo *Stage* consiste in un periodo di circa 5/6 mesi presso un ente o impresa pubblica o privata allo scopo di applicare le metodologie acquisite durante il lavoro in aula. Gli orari saranno quelli previsti dalle aziende ospitanti.

Discipline caratterizzanti

- Informatica
- Tecniche di comunicazione e gestione aziendale dei servizi turistici
- Tecnologie multimediali
- Lingua inglese e spagnola

Competenze in uscita

Al termine del **I° anno** gli studenti saranno in grado di:

- analizzare i flussi turistici nazionali ed internazionali legati alle dinamiche territoriali
- individuare le strategie di management e di marketing dell'impresa turistica
- Comprendere ed utilizzare la lingua inglese e spagnola per interagire nell'ambito lavorativo di appartenenza
- utilizzare i sistemi informativi per proporre servizi turistici e migliorare la visibilità dell'azienda;
- utilizzare le piattaforme informatiche per la gestione dell'ospitalità.
- Conoscere la normativa di riferimento.

Al termine del **II° anno** gli studenti saranno in grado di:

- gestire e realizzare siti internet anche in lingua inglese e spagnola ed aggiornarne dati e informazioni autonomamente secondo le esigenze del mercato turistico;
- analizzare la competitività dei prezzi applicati per effettuare in piena autonomia il “pricing” delle strutture turistiche utilizzando il Revenue Management;
- realizzare strumenti di comunicazione audiovisivi e multimediali (foto, video, interviste ecc..) in funzione delle esigenze aziendali anche in lingua inglese e spagnolo;
- utilizzare gli strumenti di comunicazione multimediale nel web per il “Brand Reputation”, ottimizzando la gestione delle relazioni e della presenza online con riferimento specifico ai social network;
- analizzare e individuare le caratteristiche del patrimonio ambientale e culturale del territorio e promuoverne l’immagine attraverso tecniche di comunicazione multimediale;
- collaborare con partners istituzionali per lo sviluppo di un turismo integrato e sostenibile;
- organizzare i servizi turistici legati agli eventi e all'attività congressuale
- conoscere la normativa di riferimento sulla gestione della qualità aziendale, sulla privacy, sulla salute e sulla sicurezza nella filiera turistica
- elaborare un'idea imprenditoriale per la creazione di una azienda turistica
- conoscere i principali modelli organizzativi delle strutture turistiche

RIEPILOGO SUDDIVISIONE ANNUA

Allineamento matematica 16 ore

I[^] Anno

| | |
|---|---------|
| 1- Orientamento e accompagnamento al percorso formativo | 14 ore |
| 2- Matematica | 16 ore |
| 3- Informatica | 48 ore |
| 4- Lingua Inglese | 72 ore |
| 5- Lingua Spagnola | 72 ore |
| 6- Economia del turismo | 34 ore |
| 7- Economia e gestione delle imprese turistiche | 44 ore |
| 8- Marketing e Tecniche di Marketing nelle imprese turistiche | 48 ore |
| 9- WEB Marketing turistico | 52 ore |
| 10- Pianificazione e Programmazione Turistica | 32 ore |
| 11- Geografia del Turismo | 32 ore |
| 12- Legislazione turistica | 18 ore |
| 13- Legislazione del lavoro nel settore turismo: | 18 ore |
| Ore totali I [^] anno | 500 ore |

II[^] Anno

| | |
|--|---------|
| 1- Orientamento alla Stage e Orientamento al colloquio di lavoro | 30 ore |
| 2- Tecniche di comunicazione e accoglienza relazionali | 16 ore |
| 3- Statistica nel Turismo | 24 ore |
| 4- Sistemi informatici di gestione aziendale | 48 ore |
| 5- Microlingua Inglese (livello B2 finale) | 72 ore |
| 6- Microlingua Spagnola | 72 ore |
| 7- Organizzazione aziendale | 24 ore |
| 8- Revenue Management | 32 ore |
| 9- Web Marketing Applicato, Multimedia e social network | 32 ore |
| 10- Meetings, Incentives, Confernces and Exhibitions (MICE) | 24 ore |
| 11- Istituzioni locali dei beni culturali e valorizzazione dei beni culturali e territorio | 24 ore |
| 12- Creazione di impresa: dall'idea imprenditoriale al business plan | 24 ore |
| 13- Metodologie e strumenti per la gestione della qualità in azienda | 14 ore |
| 14- Normative obbligatorie nel settore turismo: Privacy, Salute e sicurezza nei luoghi di lavoro e igiene alimentare | 24 ore |
| 15-Valorizzazione dei prodotti tipici | 16 ore |
| 16 - Food and Beverage Managment | 12 ore |
| 17 – Approccio comportamentale al turista-cliente | 12 ore |
| Ore Totali II [^] Anno | 500 ore |

SUDDIVISIONE ANNUA CON SPECIFICHE

I^A ANNO

N. MODULI
ORE

1. ORIENTAMENTO E ACCOMPAGNAMENTO AL PERCORSO FORMATIVO

14 ore

(professionista)

Contenuti: Il Percorso ITS finalità e sbocchi professionali . Le dimensioni della relazione di lavoro.
Conoscenza delle competenze professionali e dei profili;
Descrizione del contesto sociale e territoriale di riferimento; Fabbisogni occupazionali e occupabilità del profilo professionale.

2. MATEMATICA

16 ore

(docente)

Contenuti: Matematica finita - Uno studio di porzioni selezionate della matematica tradizionale e moderna scelta per illustrare i contenuti della matematica contemporanea e per dimostrare l'importanza della matematica nel mondo di oggi. Gli argomenti possono includere relazioni lineari, sistemi di equazioni, matrici, programmazione lineare, matematica della finanza, probabilità, statistica.

Pre-Calcolo - Un'introduzione al calcolo che si concentra sullo studio di funzioni elementari, polinomiali, razionali, esponenziali e logaritmiche, principalmente orientati verso applicazioni pratiche in Economia e Commercio. Particolare enfasi verrà posta su funzioni come il primo passo per l'analisi dei problemi del mondo reale in termini matematici. Note sui temi fondamentali del calcolo tradizionale, come i limiti, continuità, differenziazione e antidifferenziazione.

3. INFORMATICA

48 ore

(docente/professionista)

INFORMATICA GENERALE PER ECDL (Docente - 32 ore)

Contenuti: Concetti di base dell'ICT Uso del Computer e gestione file Elaborazione testi Fogli elettronici Uso delle basi di dati Strumenti di presentazione; Navigazione e comunicazione in rete.

INFORMATICA APPLICATA AL TURISMO: (professionista – 16 ore laboratorio) Gestione siti- analisi informatica dei dati delle imprese del turismo - linguaggio XLM

4. LINGUA INGLESE

72 ore
(docente)

Il corso di lingua inglese è finalizzato allo sviluppo delle competenze linguistiche scritte e orali nell'ambito dell'inglese per scopi professionali ed equivale al livello B1(pre-intermedio con linguaggio specialistico) per il I anno.

I anno –competenze corrispondenti al livello B1 del Common European Framework - È in grado di comprendere i punti essenziali di messaggi chiari in lingua standard su argomenti familiari che affronta normalmente al lavoro, a scuola, nel tempo libero, ecc. Se la cava in molte situazioni che si possono presentare viaggiando in una regione dove si parla la lingua in questione. Sa produrre testi semplici e coerenti su argomenti che gli siano familiari o siano di suo interesse. È in grado di descrivere esperienze e avvenimenti, sogni, speranze, ambizioni, di esporre brevemente ragioni e dare spiegazioni su opinioni e progetti.

5. LINGUA SPAGNOLA

72 ore
(docente)

Contenuti: Il corso intende fornire allo studente gli strumenti e le conoscenze linguistico-culturali che gli permettano di acquisire una conoscenza generale della lingua spagnola ed un livello comunicativo efficace. Sulla base di un graduale approfondimento dello studio sintattico e semantico, lo studente potrà prendere contatto e confidenza con testi politici e storici e più in generale con produzioni orali e scritte dello spagnolo contemporaneo.

Il sistema fonetico-fonologico, il sistema grafico, i forestierismi, regole generali d'accentazione, uso dell'articolo, il sostantivo, lessicologia contrastiva (falsi amici, parole composte, parole alterate, parole chiave, etc.), l'aggettivo (posizione e gradi di comparazione), usi di ser/estar, haber/tener, llevar/traer, i pronomi, uso delle preposizioni, modo indicativo. Oltre all'acquisizione della fonetica e della morfologia della lingua spagnola, è previsto uno studio del lessico specifico basato sul linguaggio della comunicazione quotidiana in chiave contrastiva con lettura ed analisi di testi di tono divulgativo, con funzioni preferibilmente narrative-espositive, relativi alla Spagna e ai paesi iberofon.

6. ECONOMIA DEL TURISMO

34 ore
(docente)

Contenuti: Caratteristiche economiche del turismo; Descrizione dei Concetti di base del turismo
Analisi della domanda e offerta turistica; Analisi dell'evoluzione dei flussi turistici nazionali e Internazionali, Macro economia e l'impatto del turismo sull'economia nazionale, sull'occupazione, sulla stabilità dei prezzi, sul bilancio pubblico, Le fonti statistiche sul turismo .

7. ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE TURISTICHE

44 ore

(16 ore docente, 12 ore professionista e 16 ore professionista)

ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE TURISTICHE GENERALE: (16 ore- docente) Elementi di micro-economia, la filiera turistica e sue caratteristiche, i bilanci: conto economico e stato patrimoniale, gli indici, di bilanci e sistema dell'offerta turistica

I TOUR OPERATOR PRE E POST INTERNET: - 12 ore – professionista- Le tipologie di offerta turistica e suo funzionamento, le strategie dei tour operator e delle agenzie di viaggio pre e post-internet

LE CARATTERISTICHE STRUTTURALI E ORGANIZZATIVE DELL'ALBERGO: (16 ORE DOCENTE/PROFESSIONISTA) le funzioni in una impresa turistica alberghiera, le strategie di un'impresa turistica alberghiera, Tipologie di impresa turistica alberghiera e suo funzionamento, le imprese familiari alberghiere.

8. MARKETING E TECNICHE DI MARKETING NELLE IMPRESE TURISTICHE

48 ore

(docente/professionista)

MARKETING PER IL TURISMO - (24 ORE -docente)

Contenuti: la storia e filosofia del marketing, l'inquadramento e modello di marketing, la conoscenza degli strumenti del Marketing Mix, Marketing strategico, Marketing operativo e Marketing esperienziale e loro applicazione nel settore turistico; le funzioni del marketing dei servizi turistici, le ricerche di mercato per il turismo, le procedure di campionamento per la conoscenza dei prodotti turistici, le testimonianze di progetti turistici operativi.

TECNICHE E STRUMENTI DI MARKETING OPERATIVO PER LE IMPRESE TURISTICHE (24 ORE - professionista) Contenuti: Il mailing efficace, personalizzare la comunicazione (direct mail, mailing list, la lettera, la cartolina, la newsletter, l'email) Lezione frontale con presentazione di esempi concreti ed interazione con gli alunni, esercitazione. Vendita e telefono (comunicazione e vendita, l'upselling, gestire le obiezioni, le fasi della telefonata) Lezione frontale con presentazione di esempi concreti ed interazione con gli alunni Marketing di nicchia (frammentazione del mercato, turismi di nicchia, elementi per ospitare una nicchia, opportunità di crescita, event marketing) I mercati turistici internazionali i nuovi mercati (Brasile, Russia, India, Cina) Partecipare alle fiere internazionali. Marketing in tempo di crisi (tendenze e cambiamenti in atto, cosa fare e cosa non fare, migliorare le performance, ascoltare il cliente e premiare la fedeltà) La costruzione dei pacchetti turistici ed il loro racconto (hotel+trasporto+motivazione) Elaborazione di un testo di presentazione di un hotel per siti web e depliant cartacei.

9. WEB MARKETING TURISTICO

52 ore
(professionista)

Contenuti; il sito web - la loro chiarezza comunicativa, il loro continuo aggiornamento - , strumenti del Web-Marketing diretto, il copywriting persuasivo, i canali indiretti, il ruolo dei social network, le tecnologie per il "Mobile" strategie ed implementazione del web -marketing e del piano di web-marketing e loro implicazione nel Revenue Management. Durante il corso saranno previste ore di laboratorio nei quali gli studenti potranno elaborare loro piani di marketing, verificando quanto appreso. Comunicazione aziendale interna Social Network e Web Marketing. La legislazione internazionale che regola il web-marketing

10. PIANIFICAZIONE E PROGRAMMAZIONE TURISTICA

32 ore
(docente)

Contenuti: la pianificazione degli spazi turistici in termini di sistema: il processo sistemico attivato dal turismo nei diversi di livelli di scala territoriale, l'analisi di alcuni casi studio di gestione/organizzazione dei sistemi turistici locali così come definiti dalla relativa legislazione regionale, l'analisi di alcuni casi studio di Piani Strategici per il Turismo sia a livello locale, provinciale e regionale in Italia e all'estero, tra i quali il piano strategico di Ostia e del secondo Polo Turistico.

11. GEOGRAFIA DEL TURISMO

32 ore
(docente)

Contenuti: elementi di geografia economica del turismo legata ai flussi turistici e la capacità reddituale dei diversi paesi, le caratteristiche delle trasformazioni geografiche e territoriali indotte dal fenomeno turistico, i processi di organizzazione territoriale, le dinamiche di trasformazione territoriale derivate dallo sviluppo turistico con relativi casi studio in Italia e all'estero, la sostenibilità turistica, le rappresentazioni del territorio per la valorizzazione delle risorse turistiche.

12. LEGISLAZIONE TURISTICA

18 ore
(professionista)

Contenuti: Analisi della normativa nazionale e regionale con riferimento alle imprese turistico ricettive/conoscenza della normativa di settore disciplina delle strutture ricettive alberghiere e extralberghiere/legislazione turistica classificazione ed abilitazione amministrativa all'esercizio dell'attività/ conoscenza della normativa e principali adempimenti disciplina delle strutture ricettive alberghiere e extralberghiere/legislazione turistica obbligo di notifica delle generalità dei clienti alloggiati /conoscenza degli obblighi, delle sanzioni e delle modalità di comunicazione delle generalità degli alloggiati art. 109 testo unico leggi di pubblica sicurezza/ contributo di

soggiorno/conoscenza della normativa di riferimento, Titolo V della Costituzione e sue applicazioni.

13. LEGISLAZIONE DEL LAVORO NEL SETTORE TURISMO: I CCNL E CIT

18 ore

(professionista)

Contenuti: Introduzione alla materia - Fonti del Diritto del Lavoro, Il rapporto di lavoro: elementi essenziali, Il rapporto di lavoro a tempo determinato, Il rapporto di lavoro a tempo determinato, Apprendistato, Somministrazione di lavoro, contratto di inserimento, Lavoro a tempo parziale (Part-time) Il lavoro extra, il lavoro Intermittente, Organizzazione del lavoro, Malattia e Infortunio, Maternità e paternità, Costituzione, Svolgimento ed Estinzione del rapporto di lavoro, **Contratto di appalto**

II^ ANNO

N. MODULI
ORE

1. ORIENTAMENTO ALLO STAGE E ORIENTAMENTO AL COLLOQUIO DI LAVORO

30 ore

(professionista)

Contenuti: Orientarsi nel mercato del lavoro; la rappresentazione del lavoro ed il vissuto; i vincoli che regolano la relazione con l'impresa e le reali potenzialità di apprendimento durante lo stage, orientarsi nelle relazioni con i collaboratori ed i tutor; lavorare in gruppo; collegare l'attività formativa con lo stage. Analisi del mercato del lavoro; Metodi e strumenti per la ricerca attiva di lavoro; Il colloquio di lavoro;

2.TECNICHE DI COMUNICAZIONE E ACCOGLIENZA RELAZIONALI

22 ore

(professionista/docente)

Contenuti: la teoria della tecnica sociale dell'informazione, e la scienza dell'opinione, le modalità relazionali, l'arte dell'ascolto e le sua funzione comunicativa, i rapporti interpersonali e la comunicazione non verbale, le tecniche della comunicazione scritta e orale, problem solving e le dinamiche dei gruppi sociali e leadership, il Curriculum vitae.

3. STATISTICA NEL TURISMO

24 ore

(docente)

Contenuti: Statistica pre-sperimentale; Statistica pre-campione, campionaria, e raccolta dati; Analisi statistica dei dati.

4. SISTEMI INFORMATICI DI GESTIONE AZIENDALE

48 ore

(professionista)

GESTIONALE DEL TOUR OPERATOR: Chanel Manager e OTHA - 24 ore -

GESTIONALI ALBERGHIERI: PMS, Prenotazioni, storico clienti e profili; Amministrazione gruppo, blocco e allotment; Gestione risultato e disponibilità tariffe; Amministrazione pacchetti; Check-in, In-house, Check-out e cassa; Contabilità Gestione camere; Servizi ristorante; Verifica notturna. - **24 ore -**

5. MICROLINGUA INGLESE

72 ore

(docente/professionista)

Contenuti: Il corso di livello B2 prevede un approfondimento delle abilità comunicative in ambito turistico, in linea con gli obiettivi del corso ITS.

È in grado di comprendere le idee fondamentali di testi complessi su argomenti sia concreti sia astratti, comprese le discussioni tecniche nel proprio settore di specializzazione. È in grado di interagire con relativa scioltezza e spontaneità.

6. MICROLINGUA SPAGNOLA

72 ore

(docente/professionista)

Contenuti: La formazione delle parole, la coniugazione riflessivo-pronominale, la costruzione fattiva, la costruzione passiva e impersonale, il condizionale semplice e composto, introduzione al congiuntivo, l'imperativo.

Coordinazione e subordinazione, i modi indefiniti (infinito, gerundio e participio), perifrasi verbali, diversa distribuzione dei tempi e modi verbali. Lettura e comprensione di testi di carattere storico-politico, economico-turistico ed articoli di attualità e di turismo relativi alla Spagna e ai Paesi Ibero-foni. Laboratorio di conversazione.

7. ORGANIZZAZIONE AZIENDALE

24 ore

(docente)

Contenuti: Il concetto di Organizzazione – Teorie e design organizzativo – Progettare l'organizzazione – L'impatto della tecnologia sull'organizzazione – I principali modelli organizzativi nella filiera turistica – Il ruolo dell'organizzazione aziendale nelle diversificate imprese turistiche: Alberghi, tour operator, agenzia di viaggi - Apprendimento e cambiamento organizzativo – Organizzazione e persone nelle diversificate aziende turistiche – Il comportamento organizzativo e le sue determinanti – La motivazione – Le competenze – Gli strumenti di valutazione, differenziazione e valorizzazione delle risorse umane

8. REVENUE MANAGEMENT

32 ore

(professionista)

Contenuti: Segmentazione dei mercati e canali di vendita Organizzazione, analisi e comparazione dei dati storici Elaborazione Forecast, agenda, calendario, elaborazione strategia tariffaria. Introduzione al Revenue Management Ricavo medio, Revpar; endici, analisi delle dinamiche tariffarie riferite ai differenti segmenti di mercato nei vari periodi occupazionali e alla loro applicazione. Analisi delle dinamiche tariffarie riferite ai differenti segmenti di mercato nei vari periodi occupazionali e alla loro applicazione. Pricing, canali distributivi, strategie di vendita e promozionali. Utilizzo dei dati storici di un'azienda mediante modelli matematici e statistici, "Yield Management", Revenue e Analisi di bilancio.

9. WEB MARKETING APPLICATO, MULTIMEDIA E SOCIAL NETWORK (LABORATORIO SUL BRAND)

32 ore (24 ore + 8 ore laboratorio)

(professionista)

Contenuti: Il passaggio dal marketing tradizionale al web marketing; Dal piano di marketing al piano di web marketing; Gli strumenti "tradizionali" del Web Marketing: SEO & SEM; Ottimizzazione di un sito: usabilità e user experience; L'importanza della comunicazione sul web; Google: cosa si cerca? come si cerca? chi cerca? ; Google: gli strumenti indispensabili; Integrazione di Mobile con l'off-line marketing; Integrazione di Mobile con l'on-line marketing; Mobile Search Engine Optimization (come funzionano i motori di ricerca per il mobile? I comportamenti per il mobile SEO); L'importanza di misurare; Il mobile market; Social media strategy; Il marketing mix di un'azienda turistica; L'universo delle app; Advertising & promotion nel Turismo; Social CRM; La redazione di un piano operativo delle attività, la legislazione internazionale in materia.

10. MEETINGS, INCENTIVES, CONFERENCING AND EXHIBITIONS (MICE)

24 ore

(professionista)

Contenuti: Fiere; Organizzazione di una fiera diretta; diventare un PM di fiera; Organizzazione di eventi e congressi, Organizzazione di Workshop e Organizzazione di un Festival. Gli operatori del settore congressuale e settore eventi; Tipologia di eventi aggregativi; Tipologia dell'organizzazione; Case study di un albergo con sale riunioni; l'addetto al centro congressi/ufficio manifestazioni.

11. ISTITUZIONI LOCALI DEI BENI CULTURALI E VALORIZZAZIONE DEI BENI CULTURALI E TERRITORIO

24 ore

(docente/professionista)

Contenuti: la visita con gli strumenti informatici esistenti, in maniera virtuale e teorica, di alcuni beni culturali, come attrattori del turismo; visite guidate ad alcuni percorsi, quali: Appia, Francigena, Ostia Antica, la via degli Acquedotti e ad almeno due musei o attrattive museali, di

Roma e del Lazio, non troppo conosciute; la conoscenza delle istituzioni locali per il turismo e delle istituzioni culturali per l'organizzazione e la gestione dei beni culturali. Il corso, infine, prevede delle ore di laboratorio per simulare un pacchetto di offerta turistica per la valorizzazione delle risorse del LAZIO.

12. CREAZIONE DI IMPRESA: DALL'IDEA IMPRENDITORIALE AL BUSINESS PLAN

24 ore

(professionista)

Contenuti: L'idea imprenditoriale; L'analisi del mercato; Swot analisi e marketing mix; Il business plan; Valutazioni e fonti di finanziamento

13. METODOLOGIE E STRUMENTI PER LA GESTIONE DELLA QUALITÀ IN AZIENDA

14 ore

(professionista)

Contenuti: Conoscere le principali norme, le metodologie e gli strumenti in uso che regolano la gestione dei sistemi di qualità in azienda : ISO 9001 – 10670, ISO 14001, Turismo e Ambiente: Ecolabel, EMAS –

14. NORMATIVE OBBLIGATORIE NEL SETTORE TURISMO

18 ore

(professionista)

Contenuti: Nuove regole e adempimenti, il nuovo codice D. Lgs. 196/2003, Gli adempimenti delle imprese; L'informativa a dipendenti, clienti e fornitori; La formazione degli addetti al trattamento dei dati; La privacy nei contratti; Il documento programmatico sulla sicurezza; Le responsabilità civili, penali, amministrative; La figura del garante. Il Decreto legislativo 81/08 e la Salute e Sicurezza nei luoghi di lavoro; Concetti di: Rischio; Danno; Prevenzione; Protezione; Organizzazione della prevenzione aziendale; Diritti e doveri dei vari soggetti aziendali; Organi di vigilanza, controllo ed assistenza. La gestione dell'igiene alimentare in azienda: Il Sistema HACCP (compiti e funzioni); L'importanza del controllo visivo; L'importanza della verifica della merce immagazzinata e importanza della sua rotazione; Norme igieniche basilari per la lotta agli insetti e ai roditori; Valutazione e controllo delle temperature e del microclima.

15. VALORIZZAZIONE DEI PRODOTTI TIPICI

16 ore

(docente/professionista)

Contenuti: la conoscenza delle diverse forme di prodotti tipici – igp, doc, dop, km 0, ecc.-, le produzioni tipiche per settore merceologico – vini, oli, formaggi, ecc... - e la loro valorizzazione, comunicazione e promozione sui siti delle strutture aziendali turistiche.

16. FOOD AND BEVERAGE MANAGEMENT

12 ore

(Professionista)

Contenuti: La ristorazione: Classificazione e storia. Organigramma del ristorante, Focus su tutti i reparti della ristorazione commerciale e d'albergo, sulla loro organizzazione e sui loro compiti: cucina, sala e bar. Marketing della ristorazione. Analisi SWOT. Il modello delle 4 "P". Il ciclo di vita del prodotto. Acquisti e gestione del magazzino. Controllo dei costi della ristorazione: Food Cost. Politica dei prezzi e budget della ristorazione.

17. APPROCCIO COMPORTAMENTALE AL TURISTA - CLIENTE

12 ore

(Docente/Professionista)

Contenuti: Le determinanti del comportamento del turista nella fase di scelta della destinazione, I fattori che influenzano il turista, il profilo comportamentale dei turisti, la relazione tra l'ospitalità e il turista , casi di studio su alcune popolazioni: loro comportamento turistico e conseguenze