

Programma didattico:

TECNICO SUPERIORE PER LA COMUNICAZIONE E IL MARKETING DELLE FILIERE TURISTICHE E DELLE ATTIVITÀ CULTURALI

Percorso comune e materie professionalizzanti	1200 ore	TOTALE PERCORSO 1800 ore
Stage	600 ore	

Unità Formative / Argomenti	ore
Unità Formativa: SETTORE DI RIFERIMENTO	
Argomento: Mercato turistico internazionale	30
Analisi delle destinazioni e partenze da e per l'Italia; evoluzione storica del mercato turistico globale	
Le nuove forme di turismo	
Nuovi trend del mercato turistico internazionale: aree geografiche di partenza, destinazioni, target	
Argomento: Mercato turistico nazionale	30
Analisi e interpretazione del contesto socio economico del turismo domestico Incoming/Outgoing	
Il movimento turistico degli stranieri in Italia: analisi di settore per macroregioni	
Analisi dettagliata di uno o più Paesi studio, flussi turistici, composizione del target, stakeholder e key player	
Focus sul mercato turistico Piemontese	
Argomento: Geografia del turismo	50
Geografia economica/ politica/ fisica	
Breve percorso storico sulla nascita e sviluppo del turismo.	
Aspetti generali/ L'immagine di una località	
I flussi	
Turismo e territorio	
Potenzialità di attrazione del territorio	
I sistemi locali di offerta turistica	
I distretti turistici/ le influenze socio culturali	
Il rapporto spazio - tempo e spazio costo	
Modelli di spazio turistico	
Analisi geo-politica, storico-antropica, economica;	
Le tendenze dei flussi turistici La dimensione geografica dello sviluppo turistico	
Globalizzazione e sviluppo locale	
Cultural heritage e innovazione tecnologica	
L'identità di un territorio	
Le principali destinazioni turistiche nazionali e internazionali	
Turismo sostenibile	
Turismo e psicologia: sindrome della partenza, sindrome di arrivo.	
Argomento: Studio e analisi di prodotti turistici specifici	40
Turismo enogastronomico	
Turismo sostenibile e natura;	
Turismo religioso;	
Turismo culturale	
Turismo paraculturale	
Turismo giovani e sportivo;	
Il turismo congressuale e quello legato a grandi eventi;	



Argomento: Organizzare la sicurezza	20
Documenti	
Situazione sanitaria	
Emergenze	
Istituzioni e strutture di riferimento (Farnesina, Ambasciate)	
La legislazione del settore	
Argomento: Normativa e legislazione del turismo	10
Normative di riferimento	
Contrattualistica di settore	
Enti nazionali e internazionali di riferimento	
Unità Formativa: ECONOMIA DEL TURISMO	
Argomento: Nozioni di Base	10
Il turismo nel sistema economico	
Economia delle destinazioni	
Nozioni di Macroeconomia e microeconomia	
I driver mirati	
Le dinamiche del comparto turistico italiano e internazionale	
Gli attori delle politiche del turismo e del mercato turistico	
a) Turismo e turista, definizioni	
b) Spostamento, durata e motivazione nella definizione di turismo	
c) Classificazione della tipologia di turista	
d) Il sistema turistico	
e) Il turismo nel sistema economico	
f) La destinazione turistica	
g) Il ciclo di vita della destinazione turistica	
Argomento: Analisi domanda ed offerta turistica	25
a) I dati interni, le fonti primarie e le fonti secondarie	
b) Le fonti primarie: metodologie e approcci	
c) Il questionario	
Offerta turistica: definizione ed esempi	
a) Classificazione turistica delle attività economiche	
b) Soggetti e risorse del sistema di offerta	
Domanda turistica: definizione ed esempi	
a) Il turista consumatore	
b) La teoria del consumatore razionale	
c) Valutazione del comportamento del turista: metodologie ed esempi	
Argomento: La gestione della destinazione turistica	25
Il tourism management e le sue tre componenti	
I tre livelli di gestione	
Casi studio nazionali ed internazionali	
Argomento: Statistica applicata al turismo	10
I dati grezzi: cosa sono	
Fonti nazionali ed internazionali dei dati	
Indici ed indicatori	
Il sistema europeo di indicatori per il turismo	
Metodologie	
Lettura e utilizzo dei dati	
Introduzione dl metodo	
Dal web la prova empirica	
Le classi di valutazione	
La moda come modello interpretativo	



La metodologia di lavoro verso il prezzo al pubblico	
Gli indici di sintesi: panoramica, metodologia applicata	
La prova empirica: dalla lettura delle OTA agli indici di sintesi	
Principi d'algebra	
Criteri di progettazione budget: la metodologia di sistema dagli indici di sintesi	
Unità Formativa: ACCOGLIENZA E STRUTTURE RICETTIVE	
Argomento: Le strutture ricettive	
	140
Tipologie di ospitalità e modelli organizzativi: attività alberghiere, attività extraalberghiere, complessi ricettivi all'aperto, attività agriturismo	
Ostello e ospitalità per target giovane	
Lusso - target alto spendente	
AirBNB, Housing swap e le relative sfide del mercato alberghiero;	
I ruoli operativi all'interno dell'industria alberghiera;	
Reparti interni hotel : reparti operativi minori	
Tipologie di ospitalità su modelli internazionali	
Esempi di strutture vincenti nel mercato mondiale	
Strutture organizzative semplici e complesse	
Principali gestionali del settore ospitalità	
Argomento: Turismo sostenibile, accessibile e responsabile	
	30
Definizioni	
Principi e modalità La gestione delle risorse	
Integrità culturale	
Tematiche sociali	
Impatto ambientale del mercato turistico;	
Panoramica e descrizione delle principali certificazioni (focus su Ecolabel)	
Esperienze di turismo responsabile e modelli organizzativi;	
Il turismo accessibile;	
Sharing economy nel turismo;	
Trend: prodotti tradizionali VS prodotti turistici di nicchia; destagionalizzazione; decentralizzazione e promozione Italia minore (case study);	
Unità Formativa: INTERMEDIAZIONE/IL PRODOTTO TURISTICO	
Argomento: Comunicare il prodotto/servizio	
	60
Accoglienza e relazione con il cliente	
Tecniche di comunicazione interpersonale	
Teoria e pragmatica della Comunicazione Umana - Il Corpo e la Comunicazione Non Verbale	
Teoria e pragmatica della Comunicazione Umana - la Voce e la Comunicazione Paraverbale	
Teoria e pragmatica della Comunicazione Umana - La Struttura del Discorso e la Comunic. Verbale	
Il gruppo di lavoro	
Il gruppo: teorie, ruoli, confini e dinamiche	
Team building e team working: vivere il gruppo di lavoro	
La Comunicazione Assertiva	
L'accoglienza del Cliente - La comunicazione telefonica	
Comunicazione attraverso i media	
La conferenza stampa	
L'intervista televisiva - La partecipazione ad un programma TV	
Creare un comunicato stampa;	
Relazionarsi con giornalisti di carta stampata, Tv, radio e internet	
Funzionamento di un ufficio stampa	
La figura del travel blogger	
Rappresentare clienti e destinazioni	



Argomento: Il Tour operator	60
Funzioni e ruolo: promozione, sviluppo qualitativo dell'offerta,	
Tipologia di attività : outgoing, incoming	
Organizzazione: viaggi di gruppo o individuali	
Comparti turistici: leisure (culturale, enogastronomico, balneare ecc...), affari (fieristico, congressuale)	
Segmenti di mercato: mercato di massa, Holiday maker, mercato di nicchia	
Tecniche di vendita	
Ciclo di attività: pianificazione, organizzazione, produzione, distribuzione, erogazione del servizio	
Complessità del ruolo	
Argomento: Studio e analisi delle OTA (Online Travel Agencies)	10
Definizione	
Tipologie OTA: Free Sale, Merchant Model, B2B (Business-to-Business), Grossisti, Opaque Model, Members Only OTA	
Il mercato delle ota: principali player e modelli di business	
La disintermediazione	
Trend futuri	
Unità Formativa: MARKETING	
Argomento: Attività di promozione, commercializzazione e fidelizzazione del cliente	45
Brand management;	
Social media marketing;	
Caso studio di una campagna di marketing integrato	
Calcolo della redemption;	
Argomento: Marketing operativo	20
Le 4P: Product, Price, Place, Promotion	
Dalle 4P alle 4C (Consumer models, Cost, Communication, Convenience)	
L'azienda orientata al cliente	
Argomento: Marketing strategico	15
Gli obiettivi	
Il target di consumatori	
La segmentazione	
Analisi della concorrenza	
SWOT	
Strategia della concorrenza	
Argomento: Marketing analitico	10
Analisi di mercato	
La domanda e l'offerta	
Argomento: Marketing territoriale	20
L'analisi del contesto territoriale	
Il marchio territoriale: case history europee	
Valorizzazione degli operatori del territorio in ottica di network;	
Strumenti e canali per la vendita del prodotto turistico territoriale;	
Strategie di sviluppo	
Argomento: Web marketing	30
Keywords, zone e budget	
Quality Score, analisi delle performance, retention,	
Growth Hacking	
Il mercato digitale, opportunità e rischi.	
Content marketing	
Web marketing non convenzionale: growth hacking, local marketing, guerrilla / viral marketing, ...	
Definire una strategia di web marketing: obiettivi, analisi e pianificazione	
Creazione di una campagna di web marketing	
Analizzare un'azione di web marketing - Esercitazioni	



Argomento: Strategic web marketing	20
Search Engine Marketing (SEM)	
Come funziona un motore di ricerca (Crawling e PageRank)	
SEM, SEO e SEA	
Differenze tra PPC, PPI, PPA	
Creare gruppi di annunci efficaci e misurabili	
Analisi delle performance, CR, A/B testing, CTR, retention e funnel	
Google AdWords - panoramica	
Digital Analytics	
L'importanza dei dati nell'economia del web	
Google Analytics	
GA - Audience Acquisition Behaviour Conversion	
GA - metriche e dimensioni	
GA - analisi dei dati	
Unità Formativa: INNOVAZIONE E ICT PER IL TURISMO	
Argomento: Innovazione tecnologica e trend	50
Le startup dell'anno: case history e mercato;	
Hardware o sistemi innovativi applicati al mercato turistico: iot, wearable, cloud, beacon;	
Realtà aumentata e sviluppi futuri della Virtual Reality per la promozione innovativa;	
Argomento: Conoscenze informatiche	20
Foglio di calcolo - utilizzo avanzato	
Redazione testi	
Utilizzo gestionale posta elettronica	
Navigazione web	
Utilizzo social media	
Unità Formativa: GESTIONE AZIENDALE NEL SETTORE TURISTICO	
Argomento: Gestione amministrativa	20
Definizione di budget alberghiero	
I processi di pianificazione e consuntivo	
Gli strumenti di analisi	
La classificazione dei costi	
Esemplificazioni pratiche riferite alle strutture alberghiere	
Analisi di un budget operativo completo	
Analisi di case history C	
La fatturazione	
Documenti fiscali e tributari	
Argomento: Organizzazione aziendale	10
Definizione di organizzazione nel Turismo	
Dinamiche organizzative e la progettazione organizzativa	
I modelli organizzativi nel turismo.	
L'impatto degli strumenti informatici innovativi nell'organizzazione delle aziende turistiche.	
Rapporti tra organizzazione e ambiente	
Gestione dei ruoli e delle risorse	
Sistema qualità	
Argomento: Revenue management	30
Caratteristiche	
Strategie	
Settori di intervento	
Strumenti	
Disparity rates	



Argomento: Benchmarking	30
Caratteristiche del benchmarking	
Le fasi del benchmarking	
Tipologie di benchmarking: Interno, Competitivo o strategico, Funzionale, Generico	
Benchmarking settoriale e intersettoriale	
Posizionamento nel mercato	
Vantaggi e limiti	
Analisi competitiva - studio dei competitors	
Introduzione all'analisi competitiva seriale	
Dalla teoria alla prassi: alcuni modelli internazionali e locali	
Organizzazione del lavoro	
Argomento: Autoimprenditorialità	30
Business plan per ospitalità e turismo	
Realizzare un progetto di start up o di new business per aziende consolidate proponendo innovazione di prodotto o di processo	
Project management	
Analisi di mercato	
Analisi dei rischi e punti di forza e di debolezza	
Budget degli investimenti	
Analisi dei costi aziendali: fissi, variabili, inerenti e di competenza.	
Stime volumi di vendita	
Nozioni base di diritto commerciale	
L'avvio dell'attività d'impresa (inizio attività, autorizzazioni ed adempimenti - IVA)	
Indicazione dei margini e degli indicatori per la valutazione del progetto e per il controllo di gestione	
Unità Formativa: MATERIE TRASVERSALI	
Project work	30
Redazione del project work accompagnato da un elaborato teorico e una presentazione visiva	
Orientamento	36
Le caratteristiche personali	
Definizione e valutazione dei propri progetti: personale e professionale	
Valorizzazione dei propri progetti: personale e professionale	
Lingua inglese	80
Modali	
Verbi regolari e irregolari	
Tempi e forme verbali	
Fraasi ipotetiche	
Discorso indiretto	
Interrogative	
Sostantivi, pronomi, articoli e partitivi, aggettivi, aggettivi e pronomi possessivi, dimostrativi, quantitativi	
Avverbi e preposizioni	
Spelling. Punteggiatura e connettivi	
Ordine delle parole e struttura delle frasi	
Lingua tedesca	120
Elementi di fonetica	
Le lettere vocali e consonanti ed i loro suoni	
Fonemi e coppie minime	
La pronuncia di sillabe, parole, frasi semplici	
Lessico: lessico di base relativo alle seguenti aree di contenuto: nazionalità, mestieri, numeri, prezzi, età, date e ore, famiglia, casa, scuola, tempo libero, cibi e bevande, abbigliamento, indicazioni stradali	
Ascolto di semplici conversazioni quotidiane	
Elementi di sintassi	



Le parti del discorso	
Elementi principali della proposizione: soggetto, predicato oggetto	
Utilizzo del dizionario: uso di dizionari/glossari bilingue	
Strumenti informatici e nuove tecnologie per la ricerca dei termini	
Elementi di grammatica: aspetti specifici della grammatica della lingua.	
Elementi della frase: sostantivi, articoli, aggettivi	
Forme: genere e numero	
Verbi: tempi verbali semplici, regolari e irregolari, ausiliari.	
Pronomi e loro utilizzo nelle frasi semplici.	
Congiunzioni, preposizioni, avverbi e locuzioni di tempo	
Scrittura di: messaggi e brevi testi di uso quotidiano; compilazione di moduli con dati personali; semplici lettere di carattere personale	
Sicurezza sul lavoro	12
Organizzazione della sicurezza aziendale	
Fattori di rischio generali e specifici	
Misure e procedure di prevenzione e protezione	
Pari opportunità	8
Interculturalità e Pari Opportunità	
Sviluppo sostenibile 12 ore	0
Principi dello sviluppo sostenibile e della gestione ecosostenibile delle risorse (contestualizzati nei contenuti di alcune UF)	
Esame finale	14
Stage	600
Totale ore corso	1800