

*Programma didattico:*

**TECNICO SUPERIORE PER LA GESTIONE DI STRUTTURE TURISTICO RICETTIVE**

Percorso comune e materie professionalizzanti	1200 ore	<b>TOTALE PERCORSO 1800 ore</b>
Stage	600 ore	

	ore
<b>Unità Formativa: ASPETTI COMUNICATIVI E RELAZIONALI</b>	<b>80</b>
<b>Argomento: Business Communication</b>	
Linee guida di business etichette nella comunicazione orale	
Comunicare al lavoro	
La gestione del tempo al lavoro	
Situazioni problematiche: la gestione dei conflitti	
La gestione dello stress	
Comunicazione e relazioni	
Lavorare insieme: principi di team coaching	
Comunicare con i clienti e i partner commerciali	
Cenni sui principi di vendita	
Gli aspetti legali della comunicazione	
La privacy e la protezione dei dati	
Tutela della privacy e comunicazione commerciale: il marketing diretto e lo spam	
<b>Argomento: Comunicazione in pubblico</b>	
Comunicazione orientata al contenuto e al pubblico	
La convergenza tra contenuti e audience	
Contenuti cognitivi ed emotivi	
L'importanza del Feedback	
L'atteggiamento del pubblico	
Come ricercare l'attenzione del pubblico	
Le tipologie di comunicazione in pubblico	
Preparare una presentazione efficace	
<b>Argomento: Problem Solving</b>	
Il problema, le cause, le soluzioni	
Problem finding e problem setting	
Pensiero euristico ed errori sistematici	
Processi di interferenza e distorsioni diagnostiche	
Diagnosi dell'errore e monitoraggio del processo di diagnosi	
Tecniche per la diagnosi dei problemi strutturati	
Il processo di decisione	
Il processo di delega	
Le strategie di azione del soggetto	
Le fonti di informazione: scritta, iconografica, orale	
Tecniche per la raccolta di informazioni da documenti e testi	
Tecniche e supporti per osservazione	
Classificazione, organizzazione ed interpretazione delle informazioni	
Pari opportunità e differenza di genere	



Problematiche collegate all'integrazione e alla coesione di diversi gruppi sociali in ambito lavorativo	
Ambiente e clima di lavoro	
<b>Unità Formativa: INFORMAZIONE: UTILIZZO STRUMENTI WEB</b>	<b>50</b>
<b>Argomento: Tecnologie dell'informazione - uso del web</b>	
Reazione di un sito con piattaforma open source (Word Press)	
Registrazione del dominio	
Cookies Law	
Scelta e reperimento delle immagini (Google immagini/Icon Finder/Fotolia)	
Diritti di utilizzo delle immagini	
Cenni su interventi di modifica delle immagini	
Regole di impaginazione del testo	
Categorizzazione dei contenuti	
Esercitazione in laboratorio	
<b>Argomento: Web communication e web ranking</b>	
Comunicazione tradizionale e web communication	
Comunicazione screen to face	
Comunicazione screen to face asincrona	
Comunicazione screen to face sincrona	
Comunicare nel web	
I motori di ricerca	
Web ranking	
Cenni di e-business e e-commerce	
<b>Unità Formativa: ECONOMIA E PROGRAMMAZIONE NEL SETTORE TURISTICO</b>	<b>122</b>
<b>Argomento: Pianificazione territoriale e programmazione turistica</b>	
Sviluppo turistico e pianificazione	
Pianificazione turistica e sviluppo sostenibile	
Pianificazione del turismo come sistema integrato	
Fasi del processo di pianificazione turistica. La preparazione dello studio e l'identificazione degli obiettivi	
Il processo di pianificazione turistica. Fase della ricerca e dell'analisi dei dati	
Il processo di pianificazione turistica. Formulazione della politica di sviluppo turistico e del piano	
Ruolo delle risorse ambientali nelle scelte di consumo e di produzione turistica	
Metodologie di valutazione degli investimenti turistici	
La valutazione economica delle risorse	
<b>Argomento: Economia del turismo</b>	
Le scelte del consumatore razionale e l'acquisto di beni turistici	
La domanda di mercato e la domanda turistica	
L'offerta di mercato e l'offerta turistica	
Cos'è e come funziona un mercato: il mercato turistico	
Le configurazioni del mercato e i mercati turistici	
I mercati dei fattori produttivi e la distribuzione del reddito nel settore turistico	
Efficienza e fallimenti dell'economia di mercato. Il turismo come risorsa comune	
Obiettivi e indicatori macroeconomici: i conti dell'Italia e l'apporto del turismo	
L'apporto del turismo alla crescita, all'occupazione e alla stabilità dei prezzi	
Il modello AS-AD per spiegare il funzionamento dei sistemi economici nel breve e nel lungo periodo e il ruolo del turismo	
Il turismo nella congiuntura economica	
I cicli nell'economia italiana e il ruolo del turismo	
La politica economica e turistica in Italia e nell' UE	
Analisi microeconomica del turismo	
<b>Argomento: La gestione economica e finanziaria dell'impresa turistica</b>	



Il capitale	
L'inventario nelle imprese alberghiere	
La gestione economica	
L'azienda turistica	
Gli aggregati aziendali (catene alberghiere, network, ecc.)	
L'analisi dei costi e dei ricavi	
La ripartizione dei costi comuni tra i prodotti	
Analisi di redditività aziendale (con riferimento alla metodologia del break even point)	
Costi e ricavi tipici delle imprese turistiche	
La determinazione dei prezzi	
Analisi degli investimenti. La gestione economica	
Le principali caratteristiche del bilancio delle aziende del settore turistico	
Le rilevazioni contabili	
Le imposte	
Il bilancio d'esercizio	
Controllo della produzione e rilevazioni di reparto	
Struttura del piano dei conti	
Programmazione e controllo budgetario	
Programmazione aziendale	
Programmazione di nuove aziende ricettive	
Controllo budgetario	
Il budget nelle imprese alberghiere: articolazione settoriale ed elaborazione nei diversi settori	
La gestione finanziaria delle imprese turistiche e alberghiere	
Fonti di finanziamento ed equilibrio finanziario: forme di credito ordinario e a medio-lungo termine	
Leasing e factoring	
L'analisi finanziaria (ratios)	
<b>Unità Formativa: ORGANIZZAZIONE, QUALITÀ E MANAGEMENT IN AMBITO TURISTICO</b>	<b>270</b>
<b>Argomento: Organizzazione aziendale</b>	
Gli strumenti dell'organizzazione	
I modelli organizzativi nelle imprese alberghiere	
Organizzazione del lavoro nelle aziende ricettive in relazione alla tipologia e alla localizzazione	
Attrezzature e servizi delle strutture ricettive	
Applicativi sui modelli organizzativi nelle imprese alberghiere	
<b>Argomento: Qualità</b>	
Motivazioni e politiche aziendali connesse all'adozione di un Sistema di Gestione della Qualità	
Le norme ISO: finalità, aree di contenuto, implicazioni operative e gestionali	
I Sistemi di Certificazione Europeo ed Italiano	
I processi aziendali in relazione alla qualità	
Il Sistema di Gestione della Qualità: esempi di strumenti di controllo, il Manuale della Qualità	
La soddisfazione del cliente interno ed esterno all'azienda	
Il miglioramento continuo del prodotto/servizio	
Analisi di customer satisfaction	
<b>Argomento: Tecniche di gestione e amministrazione del personale</b>	
Le risorse umane come fattore strategico	
Il personale nelle imprese del settore turismo: funzioni e qualifiche	
La pianificazione del fabbisogno di risorse umane	
La ricerca e la selezione	
Gli strumenti operativi per le attività di selezione individuali e di gruppo	
Condurre il colloquio di selezione	
Simulazione di attività di ricerca e selezione II CCNL per i dipendenti del settore turismo e pubblici esercizi	



Rapporto di lavoro subordinato e parasubordinato	
Procedure, adempimenti, documentazione e scadenze su costituzione/ trasformazione/ cessazione del rapporto di lavoro	
Contratto di lavoro	
Applicazione del Contratto Collettivo Nazionale del Lavoro (CCNL)	
Elaborazione e compilazione della documentazione anche attraverso l'utilizzo di software di specifici	
Rilevazione e classificazione delle presenze	
Registri obbligatori	
Normativa civilistica	
Normativa assicurativa e previdenziale	
Libri e documenti obbligatori (libro matricola, libro paga ecc.)	
Norme per la tenuta dei registri obbligatori	
<b>Argomento: Training professionale</b>	
Individuazione delle competenze necessarie per lo svolgimento di un'attività	
Rilevazione delle competenze possedute dagli addetti;	
Misurazione e documentazione del fabbisogno formativo;	
Elaborazione delle linee guida del piano di formazione continua	
<b>Argomento: La gestione operativa dell'impresa turistica</b>	
Il reparto ricevimento e alloggio	
I processi di approvvigionamento	
Gestione dei processi amministrativi	
Gestione fornitori	
Pianificazione e rapporti commerciali	
Software gestionali per le strutture ricettive	
Laboratorio di booking on line	
Gestione del reparto Food & Beverage	
Gestione dei servizi congressuali	
Gestione dei servizi di animazione	
<b>Argomento: Pubbliche relazioni</b>	
Public relation: mass media e istituzioni	
Come curare l'opinione pubblica della propria azienda	
Le regole della comunicazione con i media e con la stampa	
I rapporti con le Istituzioni	
<b>Unità Formativa: NORMATIVA DI SETTORE</b>	
<b>70</b>	
<b>Argomento: Diritto e legislazione del turismo</b>	
La legge quadro sul turismo	
Codice del turismo	
Cenni di diritto dell'Unione europea	
Il turismo in ambito europeo	
L'intervento finanziario dell'Unione europea	
Organismi internazionali operanti nel turismo	
Cenni su accordi internazionali e atti europei in materia turistica	
L'amministrazione pubblica del turismo	
L'organizzazione privata del turismo	
Le agenzie di viaggio e turismo	
Le professioni turistiche (disciplina amministrativa e singole figure professionali)	
Legislazione ambientale e tutela dei beni culturali ed ambientali	



<b>Argomento: Il Piano di autocontrollo HACCP</b>	
Definizione dell'azienda e del prodotto	
Descrizione/documentazione dei prerequisiti (GHP e GMP): requisiti igienici generali e specifici applicabili alle strutture destinate agli alimenti, ai locali, agli impianti e alle attrezzature, igiene del personale, procedure igieniche nelle varie fasi di lavorazione, comportamento del personale, operazioni di sanificazione ambientale ecc.	
Sviluppo del sistema HACCP	
<b>Unità Formativa: MARKETING</b>	
	<b>220</b>
<b>Argomento: Incoming marketing</b>	
L'incoming: segmentazione delle utenze, promozione e comunicazione	
Massimizzazione e valorizzazione della notorietà e dell'immagine della località turistica, agendo anche sulla sua capacità di attrarre flussi di clientela	
La comunicazione: strategie, ruoli, strumenti	
Pubblicità, eventi, promozioni e sponsorizzazioni per le attività turistiche	
<b>Argomento: Tecniche e strumenti di marketing</b>	
Analisi strategica delle opportunità che offre il territorio	
Il marchio: gestione e personalizzazione	
Politiche e norme nazionali ed internazionali	
Strategie di posizionamento	
Targetizzazione e segmentazione della clientela che si desidera attirare	
Tecniche di gestione e pianificazione dei flussi turistici di incoming	
<b>Argomento: Web marketing</b>	
Introduzione all'uso del sito web: gli obiettivi, gli approcci teorici e i metodi di valutazione	
Usabilità web nel ciclo di vita del prodotto: scelta dei metodi più appropriati.	
Principi di scrittura per il web.	
La comunicazione online: esempi di comunicazioni efficaci.	
Comunicare per obiettivi.	
Laboratorio di progettazione web	
Web advertising	
Utilizzo dei Social	
Laboratorio di progettazione web	
<b>Argomento: CRM Customer Relationship management (tecniche di fidelizzazione del cliente)</b>	
Creare valore, soddisfazione e fedeltà del cliente	
Sviluppare la customer equity nel ciclo di vita del cliente	
Sviluppare la relazione con il cliente	
I database di clienti ed il database marketing	
<b>Argomento: Pricing e Revenue management</b>	
Principi di RM e Pricing: strategie di gestione della domanda, origini del RM, condizioni economiche, 4 fasi del RM	
La gestione del prezzo, prezzi orientati ad obiettivi di posizionamento, orientati ai costi, orientati al mercato	
Threshold value e bid price	
Il RM nell'attività alberghiera: tipo di clientela, prodotti e politiche di prezzo, ricavi, le stanze, le tariffe delle camere, la prenotazione	
Il PMS (Property Management System)	
La gestione dei casi di overbooking	
Indicatori di performance per il benchmarking alberghiero	
La segmentazione della domanda	
Relazione tra il RM e le strategie delle strutture alberghiere	
Percezione del sistema di RM da parte della clientela	



<b>Unità Formativa: ACCOGLIENZA E MARKETING NEI VILLAGGI TURISTICI</b>		<b>100</b>
<b>Argomento: Normativa villaggi turistici</b>		
Normative di riferimento / contrattualistica di settore/ Enti nazionali e internazionali di riferimento		
<b>Argomento: Geografia del turismo</b>		
Struttura e territorio/Patrimonio culturale/Offerta turistica/flussi turistici/Potenzialità di attrazione/Il concetto di risorsa turistica e le diverse tipologie/Turismo e globalizzazione/Turismo sostenibile e Turismo e psicologia: sindrome della partenza, sindrome di arrivo.		
<b>Argomento: Il tour operator</b>		
Funzioni e ruolo/ Organizzazione complessità del ruolo		
<b>Argomento: Accoglienza nei villaggi turistici</b>		
Accoglienza e relazione con il cliente/ comunicazione assertiva/Il front e back office: struttura del reparto, organigramma e mansioni/Elementi di ascolto attivo/Tecniche elementari di prenotazione		
<b>Argomento: Tecniche di vendita del servizio e customer satisfaction</b>		
Le fasi della vendita: interazione/analisi/proposta/conclusione tecniche di fidelizzazione della clientela		
Gli stili di vendita e di acquisto		
La negoziazione		
Gli ostacoli alla negoziazione		
L'atteggiamento positivo/tecniche di vendita telefonica		
<b>Argomento: Statistica applicata</b>		
Introduzione agli indici di sintesi		
Dal web la prova empirica		
La lettura dei dati		
Le classi di valutazione		
La moda come modello interpretativo		
La metodologia di lavoro verso il prezzo al pubblico		
Gli indici di sintesi: panoramica		
Gli indici di sintesi: 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		
<b>Argomento: Il piano marketing</b>		
Pagina iniziale		
Sintesi per il Management (executive summary)		
Indice del contenuto		
Introduzione		
Analisi del contesto		
Pianificazione di marketing		
Implementazione e controllo del piano di marketing		
Sintesi		
Analisi economico-finanziaria		
<b>Unità Formativa: MATERIE TRASVERSALI</b>		
<b>Project work</b>		<b>18</b>
Redazione del project work (ricerca del materiale e delle fonti, stesura e presentazione finale)		
<b>Orientamento</b>		<b>36</b>
Le caratteristiche personali		
Definizione e valutazione dei propri progetti: personale e professionale		
Valorizzazione dei propri progetti: personale e professionale		
<b>Lingua inglese</b>		<b>80</b>
Elementi di fonetica		



Lessico		
Elementi di sintassi		
Utilizzo del dizionario		
Tecniche di conversazione		
Elementi di microlingua		
Lessico e strutture morfosintattiche ricorrenti nella microlingua di riferimento		
<b>Lingua tedesca</b>	<b>120</b>	
Elementi di fonetica		
Lessico		
Elementi di sintassi		
Utilizzo del dizionario		
Elementi di grammatica		
Tecniche di conversazione		
Elementi di microlingua		
Lessico e sequenze dialogate tipici dell'ambito alberghiero		
<b>Sicurezza sul lavoro</b>	<b>12</b>	
Organizzazione della sicurezza aziendale		
Fattori di rischio generali e specifici		
Misure e procedure di prevenzione e protezione		
<b>Pari opportunità</b>	<b>8</b>	
Interculturalità e Pari Opportunità		
<b>Sviluppo sostenibile 12 ore</b>	<b>0</b>	
Principi dello sviluppo sostenibile e della gestione ecosostenibile delle risorse (contestualizzati nei contenuti di alcune UF)		
<b>Esame finale</b>	<b>14</b>	
<b>Stage</b>	<b>600</b>	
	<b>Totale ore corso</b>	<b>1800</b>