

STANDARD MINIMO DI PERCORSO FORMATIVO
QUALIFICAZIONE DI TECNICO PER LO SVILUPPO TURISTICO TERRITORIALE

DETERMINAZIONE DIRIGENZIALE n. 293/DPG021 (21-07-2022)

1. RAPPORTO FRA UNITÀ DI COMPETENZA E UNITÀ DI RISULTATI DI APPRENDIMENTO

Unità di Competenza	Unità di Risultati di Apprendimento
---	Inquadramento della professione
---	Comunicare in lingua inglese
---	Comunicare in altra lingua straniera
---	Operare in sicurezza nel luogo di lavoro
Analizzare il territorio in termini di domanda e offerta turistica	Analizzare l'offerta turistica
	Analizzare la domanda turistica
Elaborare un progetto integrato di sviluppo turistico del territorio	Definire un'offerta turistica integrata
	Attivare relazioni e sinergie sul territorio
	Monitorare e valutare l'offerta turistica
Promuovere e posizionare il territorio come destinazione turistica	Promuovere il territorio come destinazione turistica
	Collocare il territorio come destinazione turistica
	Monitorare e valutare le attività di comunicazione

2. LIVELLO EQF DELLA QUALIFICAZIONE IN USCITA: 5

3. REQUISITI OBBLIGATORI DI ACCESSO AL PERCORSO

- Diploma di istruzione secondaria superiore
- Conoscenza della Lingua Inglese almeno al livello B2 del Quadro Comune Europeo di Riferimento per le Lingue, restando obbligatorio lo svolgimento delle specifiche prove

valutative in sede di selezione, ove il candidato già non disponga di attestazione di valore equivalente

- Per i cittadini stranieri, oltre alla conoscenza della lingua inglese almeno al livello B2, conoscenza della lingua italiana almeno al livello B1 del Quadro Comune Europeo di Riferimento per le Lingue, restando obbligatorio lo svolgimento delle specifiche prove valutative in sede di selezione, ove il candidato già non disponga di attestazione di valore equivalente
- I cittadini extracomunitari devono disporre di regolare permesso di soggiorno valido per l'intera durata del percorso o dimostrazione della attesa di rinnovo, documentata dall'avvenuta presentazione della domanda di rinnovo del titolo di soggiorno

4. ARTICOLAZIONE, PROPEDEUTICITÀ E DURATE MINIME

O.	Articolazione dell'Unità di competenza/Contenuti	Unità di Risultati di Apprendimento	Durata minima	di cui in FAD	Crediti Formativi
1	Conoscenze <ul style="list-style-type: none"> • Orientamento al ruolo • I diritti ed i doveri del datore e del prestatore di lavoro • I contratti nazionali e collettivi • Il contratto a tempo determinato e indeterminato • Il contratto di apprendistato: caratteristiche, riferimenti normativi • Gli sbocchi professionali • Principi etici fondamentali 	Inquadramento della professione	5	5	Non ammesso il riconoscimento di credito formativo di frequenza
2	Conoscenze <ul style="list-style-type: none"> • Principi, tecniche e strumenti di marketing delle imprese turistiche e culturali • Principi di Marketing territoriale • Geografia del turismo • Elementi di sociologia • Tecniche di analisi e di ricerca di mercato • Elementi di storia, arte e cultura del territorio • Caratteristiche dell'offerta turistica locale • Tradizioni eno gastronomiche del territorio • Norme per la tutela e certificazione di qualità dei prodotti tipici • Principali riferimenti legislativi e normativi in materia di turismo regionale e nazionale 	Analizzare l'offerta turistica	35	15	Ammesso il riconoscimento di credito formativo di frequenza solo in presenza di evidenze relative a coerenti apprendimenti formali

	<p>Abilità</p> <ul style="list-style-type: none"> • Applicare tecniche di rilevazione e di analisi dell'offerta turistica esistente in termini di efficacia, efficienza, accessibilità, infrastrutture e servizi di supporto • Individuare la vocazione turistica del territorio identificando i punti di forza e di debolezza del territorio attraverso attività di studio e di mercato • Raccogliere informazioni sugli aspetti peculiari del territorio di riferimento esaminando le risorse naturalistiche, architettoniche, artistiche, culturali ed eno gastronomiche • Applicare tecniche di analisi del mercato turistico e dei segmenti di riferimento anche attraverso indagini della concorrenza e benchmarking 				
3	<p>Conoscenze</p> <ul style="list-style-type: none"> • Le politiche e le strategie turistiche • Modelli di previsione e analisi dei flussi turistici • Il mercato del turismo e le sue tendenze • Il comportamento d'acquisto e di consumo del turista <p>Abilità</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cogliere tendenze applicando strumenti per l'analisi e la previsione della domanda turistica in relazione alle risorse esistenti e potenziali del territorio • Individuare le sinergie attivabili tra i soggetti pubblici e privati in termini di servizi/prodotti, competenze e risorse attivabili • Analizzare, secondo modelli previsionali, i flussi turistici nazionali ed internazionali legati alle dinamiche territoriali • Intercettare i vincoli e le opportunità della legislazione esistente in ambito turistico relativamente al territorio di interesse 	Analizzare la domanda turistica	35	15	Ammesso il riconoscimento di credito formativo di frequenza solo in presenza di evidenze relative a coerenti apprendimenti formali
4	<p>Conoscenze</p> <ul style="list-style-type: none"> • Il mercato turistico e i suoi segmenti • Strategie e tecniche di segmentazione • Principi e tecniche di marketing turistico • Principi e tecniche di web marketing turistico 	Definire un'offerta turistica integrata	40	20	Ammesso il riconoscimento di credito formativo di frequenza sulla base della valutazione di

	<ul style="list-style-type: none"> • Tecniche di progettazione e implementazione di piani e programmi di lavoro • Strategie e tecniche di revenue management • Economia e gestione delle imprese turistiche • Tecniche di pianificazione e programmazione turistica • Principi e tecniche di organizzazione aziendale • Strategie e tecniche di valorizzazione dei prodotti tipici <p>Abilità</p> <ul style="list-style-type: none"> • Definire un piano integrato di valorizzazione e sviluppo del territorio individuando iniziative ed itinerari strategici per la fruizione del territorio • Elaborare linee guida per l'attivazione di nuovi servizi turistici coerenti ai punti di forza e debolezza del territorio e alle richieste delle domanda • Individuare i principi e le linee guida di un "Sistema di Qualità" dei servizi turistici definendo standard ed indicatori di servizio e le relative modalità di monitoraggio e valutazione anche in termini di customer satisfaction • Applicare la normativa di riferimento sulla gestione delle qualità aziendale, sulla privacy, sulla salute e sulla sicurezza nella filiera turistica • Individuare una politica di pricing adeguata tenendo conto dell'andamento della domanda, della qualità dell'offerta, della varietà dei servizi e delle infrastrutture offerte, della concorrenza, dei costi sostenuti per l'attività di promozione del territorio • Collaborare alla creazione dell'immagine turistica del territorio attraverso la definizione di una corporate identity ed image del territorio coerente ed integrata in grado di tradurre le unicità del territorio in un'immagine forte, riconoscibile e positiva 				<p>apprendimenti formali, non formali ed informali</p>
5	<p>Conoscenze</p> <ul style="list-style-type: none"> • Innovazione e modelli di business nel turismo • Relationship Marketing • Tecniche di negoziazione efficace • I principi di turismo sostenibile e responsabile • Tecniche di comunicazione relazionale 	Attivare relazioni e sinergie sul territorio	25	10	<p>AmMESSO il riconoscimento di credito formativo di frequenza sulla base della valutazione di apprendimenti</p>

	<p>Abilità</p> <ul style="list-style-type: none"> • Creare sinergie tra i soggetti pubblici e privati nella costruzione di pacchetti ed offerte turistiche individuando modalità ed occasioni di collaborazione • Individuare modalità di sviluppo per incentivare una cultura imprenditoriale orientata alla qualità del servizio e all'innovazione • Individuare strategie per lo sviluppo della cultura turistica e dell'accoglienza del territorio in relazione a tutti gli attori coinvolti 				formali, non formali ed informali
6	<p>Conoscenze</p> <ul style="list-style-type: none"> • Principi e tecniche di customer satisfaction • Principi e tecniche di valutazione e monitoraggio <p>Abilità</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elaborare report di monitoraggio e valutazione dell'offerta turistica verificando in relazione agli standard ed agli indicatori definiti la qualità ed il gradimento di attività, servizi, prodotti, risorse logistiche e infrastrutturali 	Monitorare e valutare l'offerta turistica	25	10	Amnesso il riconoscimento di credito formativo di frequenza sulla base della valutazione di apprendimenti formali, non formali ed informali
7	<p>Conoscenze</p> <ul style="list-style-type: none"> • Principi e tecniche di redazione di un piano di comunicazione • Elementi di comunicazione d'impresa e comunicazione pubblica • Teorie e tecniche della comunicazione pubblicitaria • Tecniche di budget setting • Tecniche di media planning e media buying • Sistema dei media e tecniche di campaigning • Strategie e tecniche promozionali • Management degli eventi • Principi e tecniche di organizzazione itinerari turistici • Web marketing applicato, multimedia e social network • Tecniche di Media relation • Tecniche di Pubbliche Relazioni • Tecnologie per la comunicazione e mainstreaming 	Promuovere il territorio come destinazione turistica	50	25	Amnesso il riconoscimento di credito formativo di frequenza sulla base della valutazione di apprendimenti formali, non formali ed informali

Abilità

- Elaborare e coordinare un piano di comunicazione integrata dell'offerta turistica individuando obiettivi, azioni, target, mezzi e contenuti
- Pianificare le campagne pubblicitarie sui mezzi di comunicazione, selezionando i canali ritenuti strategici per la promozione del territorio e la penetrazione nel mercato
- Applicare tecniche di media planning selezionando i mezzi e i veicoli più idonei al raggiungimento degli obiettivi di comunicazione, tenuto conto della strategia media formulata, del budget pubblicitario stanziato, del target selezionato
- Elaborare e realizzare un piano mezzi sia off line che on line, stimando la soglia ottimale di investimento e una prima allocazione delle risorse fra i principali mezzi di comunicazione (budget setting) in grado di generare la maggior pressione pubblicitaria possibile con il budget disponibile, massimizzando la reach e la frequency nelle attività pianificate
- Curare la negoziazione e l'acquisto degli spazi pubblicitari, relazionandosi con le concessionarie
- Utilizzare le piattaforme digitali per proporre servizi turistici e migliorare la visibilità dell'azienda turistica o del territorio e per la gestione dei servizi di ospitalità e accommodation
- Individuare le azioni di comunicazione digitale ed i prodotti cartacei più efficaci alla promozione dell'immagine del territorio in relazione agli obiettivi della strategia di comunicazione
- Utilizzare strumenti di comunicazione multimediale nel web per sostenere la "brand Reputation" ottimizzando la gestione delle relazioni e della presenza on line con riferimento specifico ai social network
- Collaborare con i partner istituzionali per lo sviluppo di un turismo integrato e sostenibile
- Individuare e organizzare eventi ed itinerari tematici di interesse turistico attivando collaborazioni con gli operatori che erogano servizi di trasporto e ricettivi e prevedendo tutti i servizi collaterali e/o dedicati necessari
- Animare reti con gli stakeholders del settore turistico del territorio ed individuare strategie per la promozione e l'aumento delle relazioni commerciali

8	<p>Conoscenze</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tecniche di posizionamento del prodotto turistico • Il prodotto turistico e i canali di distribuzione <p>Abilità</p> <ul style="list-style-type: none"> • Individuare i vantaggi competitivi della offerta turistica in relazione a servizi, prodotti, strutture, canali di distribuzione, personale, immagine e tariffe • Trasmettere ai consumatori i benefici unici ed i punti di differenziazione dell'offerta turistica rispetto alla concorrenza • Collocare l'offerta turistica nei circuiti organizzati e informali ricorrendo a strategie multicanale ed integrate 	Collocare il territorio come destinazione turistica	30	15	Ammesso il riconoscimento di credito formativo di frequenza sulla base della valutazione di apprendimenti formali, non formali ed informali
9	<p>Conoscenze</p> <ul style="list-style-type: none"> • Principi e tecniche di media reputation • Tecniche di valutazione e monitoraggio delle attività di comunicazione <p>Abilità</p> <ul style="list-style-type: none"> • Applicare tecniche di valutazione dell'efficacia delle campagne promozionali in termini di copertura, frequenza, pressione e numero di contatti • Elaborare report sull'andamento delle azioni di marketing e comunicazione rilevandone l'efficacia in termini di notorietà e gradimento ed individuando eventuali azioni correttive o migliorative 	Monitorare e valutare le attività di comunicazione	25	20	Ammesso il riconoscimento di credito formativo di frequenza sulla base della valutazione di apprendimenti formali, non formali ed informali
10	<p>Conoscenze</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lingua Inglese per la comunicazione scritta ed orale <p>Abilità</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comprendere ed utilizzare la lingua inglese per interagire nell'ambito lavorativo di appartenenza 	Comunicare in lingua inglese	40	20	Ammesso il riconoscimento di credito formativo di frequenza sulla base della valutazione di apprendimenti formali, non formali ed informali

11	Conoscenze <ul style="list-style-type: none"> • Seconda lingua straniera per la comunicazione scritta e orale Abilità <ul style="list-style-type: none"> • Comprendere ed utilizzare una seconda lingua straniera per interagire nell'ambito lavorativo di appartenenza 	Comunicare in altra lingua straniera	50	25	Ammesso il riconoscimento di credito formativo di frequenza sulla base della valutazione di apprendimenti formali, non formali ed informali
12	Conoscenze <ul style="list-style-type: none"> • Legislazione sulla salute e sicurezza sui luoghi di lavoro e applicazione delle norme di sicurezza • Gli obblighi del datore di lavoro e del lavoratore Abilità <ul style="list-style-type: none"> • Organizzare la prevenzione in azienda • Applicare i protocolli di prevenzione e riduzione del rischio professionale 	Operare in sicurezza nel luogo di lavoro	8	4	Ammesso credito di frequenza con valore a priori riconosciuto a chi ha già svolto con idonea attestazione (conformità settore di riferimento e validità temporale) il corso conforme all'Accordo Stato - Regioni 21/12/2011 - Formazione dei lavoratori ai sensi dell'art. 37 comma 2 del D.lgs. 8 1/2008
DURATA MINIMA TOTALE AL NETTO DEL TIROCINIO CURRICULARE			368	184	

5. TIROCINIO CURRICULARE

Durata minima tirocinio, al netto dell'eventuale riconoscimento di crediti formativi di frequenza: 150 ore

Durata massima tirocinio: 200 ore

6. UNITÀ DI RISULTATI DI APPRENDIMENTO AGGIUNTIVE

A scopo di miglioramento/curvatura della progettazione didattica, nel limite massimo del 20% delle ore totali di formazione, al netto del tirocinio curriculare.

7. METODOLOGIA DIDATTICA

Le unità di risultato di apprendimento vanno realizzate attraverso attività di formazione d'aula specifica e metodologia attiva.

8. VALUTAZIONE DIDATTICA DEGLI APPRENDIMENTI

Obbligo di tracciabile valutazione didattica degli apprendimenti per singola Unità di risultati di apprendimento.

9. GESTIONE DEI CREDITI FORMATIVI

- Crediti di ammissione: riconoscibile attraverso valutazione degli apprendimenti formali, non formali e informali dei richiedenti svolta da operatore abilitato, in applicazione della procedura regionale, con riferimento a risultati di apprendimento EQF 4
- Crediti formativi di frequenza: Percentuale massima riconoscibile 30% sulla durata di ore d'aula o laboratorio; 50% su tirocinio curriculare, al netto degli eventuali crediti con valore a priori.

10. REQUISITI PROFESSIONALI E STRUMENTALI

Qualificazione dei formatori, di cui almeno il 50% esperti provenienti dal mondo del lavoro, in possesso di una specifica e documentata esperienza professionale o di insegnamento, almeno triennale, nel settore di riferimento.

STANDARD MINIMO ATTREZZATURE: Laboratorio informatico (un pc per ogni due allievi)

11. ATTESTAZIONE IN ESITO RILASCIATA DAL SOGGETTO ATTUATORE

Documento di formalizzazione degli apprendimenti, con indicazione del numero di ore di effettiva frequenza. Condizioni di ammissione all'esame finale: frequenza di

almeno il 70% delle ore complessive del percorso formativo.

12. ATTESTAZIONE IN ESITO AD ESAME PUBBLICO

Certificato di qualificazione professionale rilasciato ai sensi del D.lgs 13/13