



TECNICO QUALIFICATO IN PROGETTAZIONE E PROMOZIONE TURISTICA E CULTURALE - Profilo non più attivabile dal 23/07/2009

Settore ISFOL: 17 - TURISMO
SubSettore ISFOL: 1701 - Agenzie e uffici turistici
Codice Profilo: 1701114

Descrizione

E' una professionalità che opera nel settore delle attività delle agenzie di viaggio e degli operatori turistici e attività di assistenza turistica. Svolge attività di ideazione, pianificazione, realizzazione, collaudo e promozione di nuovi "prodotti" turistici nazionali e internazionali. E' in grado di valutare gli aspetti economici di un viaggio e calcolare le tariffe ed i costi delle singole componenti del viaggio stesso, come i trasporti, gli alberghi, le attività culturali e ricreative.

Codice ISFOL (comparto)

1701 - Agenzie e uffici turistici

Codice ATECO

I63.3 - ATTIVITÀ DELLE AGENZIE DI VIAGGIO E DEGLI OPERATORI TURISTICI;
ATTIVITÀ DI ASSISTENZA TURISTICA

Tipologia: Qualifica Professionale

Livello europeo qualifica: III.c

Riferimenti normativi

Obiettivi di competenza e relative aree di sapere (BASE)

	obiettivi competenze	aree di sapere
1	Essere in grado di utilizzare un Personal Computer ed i relativi programmi operativi. Essere in grado di comunicare con gli strumenti informatici nel proprio ambiente di lavoro e all'esterno e saper ricercare informazioni funzionali all'attività lavorativa. Essere in grado di utilizzare Internet e i suoi strumenti, di analizzare, elaborare e rappresentare informazioni e di curare l'elaborazione di prodotti/servizi, nuovi ed esistenti, anche mediante l'utilizzo delle ICT.	Informatica di base e sistema operativo. Uso del computer e gestione dei file (Files management), elaborazione testi (Word processing), foglio elettronico (Spreadsheet) e Basi di dati (Databases). Strumenti di presentazione (Presentation). Reti informatiche ed Internet.

2	Essere in grado di leggere, parlare e scrivere testi semplici e coerenti su argomenti comuni e specifici e di comprendere il linguaggio del settore di riferimento, in particolare il glossario tecnico relativo ai beni culturali e la fraseologia tipica dell'accoglienza. Essere in grado di facilitare la lettura e di collaborare alla produzione di materiale promozionale, di comprendere prenotazioni telefoniche e di utilizzare il linguaggio telefonico e la scrittura per lettere di conferma.	La lingua inglese (livello ALTE B1), con particolare attenzione al linguaggio tecnico del settore di riferimento.
3	Conoscere la storia dell'arte, in particolare essere in grado di ricercare ed elaborare informazioni relative alle caratteristiche e alle valenze paesaggistiche, storiche, artistiche, culturali del territorio di riferimento. Essere in grado di elaborare testi o interventi orali di vario livello su singole opere d'arte, su complessi monumentali e urbanistici o su gruppi tematici. Essere in grado di progettare percorsi turistici o didattici.	La storia dell'arte e le sue principali manifestazioni. Contesti storico-culturali, artisti, fenomeni e correnti. Conoscenza dei principali beni culturali, musei e centri storici del territorio interessato.
4	Conoscere la legge 53/2000 e la normativa sulle Pari Opportunità nel settore culturale; conoscere il D.Lgs 626/94 e successive modifiche e integrazioni e le principali figure. Essere in grado di valutare i rischi generali e i rischi specifici relativi alla sicurezza degli impianti elettrici; conoscere e saper utilizzare i dispositivi di protezione individuale e collettiva; essere in grado di realizzare e applicare il Piano antincendio; conoscere le problematiche relative alla sicurezza nei luoghi pubblici e nei luoghi di allestimento mostre; conoscere ruoli e funzioni dell'addetto al pronto soccorso.	Contesto giuridico-sociale e autoimpresa: Legge 53/2000; le pari opportunità di genere nel settore culturali; Sicurezza e Prevenzione sui luoghi di lavoro (D.Lgs 626/94 e successive modifiche e integrazioni); il rappresentante dei lavoratori alla sicurezza e il responsabile del servizio di prevenzione e protezione; il Piano Antincendio e il piano di evacuazione; la sicurezza nei luoghi pubblici; la sicurezza nei luoghi di allestimento mostre; ruoli e funzioni dell'addetto al pronto soccorso. Le procedure di PS. Cenni sulla qualità; Diritto del lavoro; organizzazione aziendale; Autoimpresa; scenari e identità dell'impresa turistica.

Obiettivi di competenza e relative aree di sapere (TECNICO-PROFESSIONALI)

	obiettivi competenze	aree di sapere
1	Essere in grado di esprimersi in lingua tedesca attraverso il linguaggio tecnico di settore, in particolare conoscere il glossario tecnico dei beni culturali e la fraseologia tipica dell'accoglienza. Essere in grado di facilitare la lettura e le produzioni di materiale promozionale, di comprendere prenotazioni telefoniche e di utilizzare il linguaggio telefonico e la scrittura per lettere di conferma.	La lingua tedesca: il glossario tecnico dei beni culturali, la fraseologia tipica dell'accoglienza, richieste/ risposte di informazioni. La descrizione dei servizi e dei luoghi. Produzione di materiale promozionale.

2	<p>Conoscere elementi di geografia generale. Essere in grado di progettare percorsi di visita nell'ambito di una determinata area geografica, di conoscere le situazioni critiche del patrimonio ambientale.</p>	<p>Nozioni fondamentali di geografia generale e descrittiva dell'Italia, dell'Europa e dei Paesi Extraeuropei. Elementi costitutivi del patrimonio turistico di un Paese; consultazione ed uso delle carte geografiche, turistiche e stradali; individuazione delle risorse turistiche. Caratterizzazione e valorizzazione dell'ambiente e del paesaggio.</p>
3	<p>Conoscere ed essere in grado di effettuare un'analisi delle risorse territoriali: gli aspetti storico culturali, le tradizioni tra folkore e costume, le risorse artigianali, artistiche ed enogastronomiche, i servizi culturali esistenti.</p>	<p>Antropologia delle tradizioni e fatti sociali nell'Italia di oggi. Storia degli studi demotno antropologici tra Otto e Novecento; Italie regionali, locali e nazionali; identità sociale e pensiero antropologico; il ciclo dell'anno e la festa; le arti verbali; i gesti; la musica tradizionale; antropologia del cibo; storia e strutture narrative; religione popolare. Le risorse territoriali: gli aspetti storico culturali e ambientali del folklore e delle tradizioni, gli aspetti della produzione artigianale, artistica ed enogastronomica; le manifestazioni, gli eventi e i servizi culturali esistenti.</p>
4	<p>Essere in grado di individuare forme di promozione adeguate ai diversi mercati, sulla base delle risorse disponibili, ai fini della valorizzazione del territorio. Essere in grado di utilizzare strategie di marketing per la promozione del prodotto e dell'immagine turistica del territorio di competenza. Essere in grado di rilevare le risorse e le vocazioni del territorio, massimizzarne la fruibilità, implementarne le tradizioni e illustrarne le peculiarità.</p>	<p>Il turismo enogastronomico, ambientale, naturalistico e attivo; il turismo sociale e responsabile; il turismo verde, scolastico, rurale e l'agriturismo. Alberghi e ricettività. Gli ecomusei: normative e progetti. Le nuove professioni turistiche ed i nuovi strumenti di coinvolgimento e sensibilizzazione del pubblico. La riconversione e la riqualificazione in senso turistico di una città o di un territorio. La valorizzazione in senso turistico del patrimonio culturale: politiche di gestione, marketing museale, didattica, tendenze del pubblico, servizi di accoglienza e ospitalità. La progettazione dell'offerta turistica integrata e la creazione di pacchetti turistici integrati, la messa in rete e l'integrazione fra essi, l'animazione turistica, la promozione e commercializzazione di essi. Economia del turismo incoming.</p>
5	<p>Essere in grado di rilevare e monitorare il funzionamento del sistema di offerta turistica integrata e di attivare azioni di sensibilizzazione finalizzate alla soluzione dei problemi individuati e al superamento delle carenze riscontrate. Essere in grado di rilevare ed interpretare i dati relativi alla situazione economico-finanziaria e statistica del sistema di offerta turistica integrata del territorio. Essere in grado di avvalersi dei dati per sviluppare metodologie di controllo delle attività economiche e finanziarie.</p>	<p>Pianificazione turistica e metodologie. Le strategie operative e commerciali dirette alla vendita del prodotto turistico. La determinazione del prezzo di vendita del prodotto turistico. L'analisi di costi e ricavi dei prodotti turistici. La progettazione del prodotto turistico sulla base delle potenzialità del contesto territoriale di riferimento e l'analisi del target.</p>

6	<p>Essere in grado di valutare le opportunità operative in rapporto alle potenzialità del territorio di riferimento e di delineare strategie evolutive tendenti a riequilibrare i flussi turistici ed a valorizzare aree emarginate. Essere in grado di individuare e coordinare progetti e azioni di sviluppo e di promozione di attività economiche emergenti. Essere in grado di monitorare in modo costante i fattori di debolezza e di forza dell'area.</p>	<p>Politiche turistiche e attori sul territorio: relazioni con il mondo del turismo e dei beni culturali. Modelli innovativi di organizzazione e gestione nel pubblico e nel privato. Politiche europee nei settori dell'ambiente, del territorio e nella valorizzazione e diffusione delle culture locali. Economia del turismo incoming. Trend emergenti del turismo italiano ed internazionale. L'analisi e le prospettive del mercato turistico in Toscana. Politiche per la valorizzazione di città, borghi e beni culturali e la realizzazione in essi di eventi.</p>
7	<p>Essere in grado di migliorare la qualità dell'offerta turistica mediante la valutazione differenziata delle aspettative dell'utente e l'organizzazione di adeguate modalità di accoglienza che le soddisfino. Essere in grado di implementare la competitività dell'area di riferimento e ottimizzare le azioni sinergiche degli operatori attivi nel suo ambito, realizzando forme di aggregazione, al fine di promuovere una gestione integrata dell'offerta turistica d'area e di svilupparne la logica sistemica.</p>	<p>Organizzazione di servizi turistici. Politiche e pratiche dell'accoglienza turistica. Gli elementi del prodotto turistico. Il valore, il quadro, l'ambiente e l'atmosfera di accoglienza turistica. L'immagine della località. Le campagne di accoglienza. Case-histories italiani di politiche integrate di accoglienza come valore aggiunto del prodotto turistico. Organizzazione di eventi: tecnica, logistica, promozione e divulgazione. Analisi di fattibilità economica e finanziaria di un evento: fund-raising e gestione dei finanziamenti; il piano di marketing. Il target della clientela di un evento. Le professioni nel campo dei servizi turistici. Le imprese turistiche. Attività, ruolo e tendenze di tour operator e agenzie di viaggi. L'animazione e il ruolo delle guide.</p>
8	<p>Essere in grado di ricercare ed elaborare le informazioni relative alle caratteristiche e alle valenze geografico ambientali, paesaggistiche, storiche, artistiche, culturali socio-economiche, logistiche e strutturali del territorio di riferimento. Conoscere e saper interpretare le fonti normative del settore, le informazioni relative ai sistemi di offerta turistica. Essere in grado di analizzare la domanda turistica, le tendenze del mercato e l'offerta turistica del territorio; essere in grado di avvalersi di tecniche di comunicazione turistica nell'organizzazione e promozione del turismo integrato e saper sviluppare metodologie di rilevazione e monitoraggio della customer care e della customer satisfaction.</p>	<p>Marketing di base dei prodotti turistici, analisi del mercato turistico e del macro ambiente. L'analisi della domanda. Il sistema informativo e la ricerca di marketing. Il posizionamento dell'impresa. Le politiche di marketing. Le attuali tendenze del mercato nazionale ed internazionale. Il concetto di sistema e prodotto turistico. Il comportamento di acquisto e consumo del turista. La segmentazione del mercato turistico. Il posizionamento dei prodotti turistici. Le politiche di marketing mix. Le nuove tecnologie applicate al turismo. La gestione del piano di promozione. Il coinvolgimento dei soggetti istituzionali e degli operatori privati nella valorizzazione del patrimonio turistico e nell'offerta turistica integrata. La valorizzazione del patrimonio culturale in senso turistico: gestione, fruibilità, didattica. Nuove forme di ospitalità e di servizi diffusi sul territorio.</p>

Obiettivi di competenza e relative aree di sapere (TRASVERSALI)

	obiettivi competenze	aree di sapere
1	Essere in grado di relazionarsi e comunicare in un contesto organizzativo in situazioni di interazione diretta o indiretta. Essere in grado di lavorare in gruppo e di diagnosticare problemi nel contesto organizzativo; saper riconoscere e valutare situazioni in contesti di lavoro diversi.	Tecniche di comunicazione e stili comunicativi. La comunicazione nel gruppo. Diagnosi dei problemi, negoziazione. Potenziamento dell'autoapprendimento.
2	Essere in grado di affrontare problemi e di pianificare strategie di azione per fronteggiare situazioni e risolvere problemi.	Tecniche di problem solving; orientamento nel mondo del lavoro.

Durata minima (ore): 600

Requisiti di ingresso

	Titoli di istruzione	Qualifiche professionali conseguite mediante percorso/i formativo/i	Eventuali altri requisiti aggiuntivi rispetto ai titoli di studio/formazione
a)	ISTRUZIONE SECONDO CICLO: (titolo attestante il compimento del percorso relativo al secondo ciclo dell'istruzione (sistema dei licei o sistema dell'istruzione e formazione professionale))		
b)		FORMAZIONE PROFESSIONALE: qualifica professionale di livello: II (corrispondente a profilo professionale nel settore/subsetto di riferimento)	
c)	ISTRUZIONE PRIMO CICLO: (diploma di scuola secondaria di primo ciclo)		Esperienza lavorativa biennale nel settore di riferimento

Sbocchi occupazionali

*Presso sistemi museali, Enti pubblici di promozione turistica, agenzie turistiche e imprese di servizi turistici, società di trasporto pubblico e privato; libera professione di tour operator e tour organizer.

Professionalità docente

*Docenti ed esperti del settore di riferimento

Attrezzature e sussidi didattici

*Laboratori linguistici; laboratori informatici; mappe e cartine dei territori.

Note