

STANDARD MINIMO DI PERCORSO FORMATIVO
QUALIFICAZIONE DI TECNICO DI PROGETTAZIONE PACCHETTI TURISTICI

1. 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 • 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"> • Elementi di legislazione turistica • Mercato del turismo • Offerta turistica locale • Organizzazioni turistiche (tour operator) • Elementi di storia e cultura del territorio 	Il mercato turistico	35	35	Ammesso il riconoscimento di credito formativo di frequenza solo in presenza di evidenze relative a coerenti apprendimenti formali
3	Conoscenze <ul style="list-style-type: none"> • Elementi di contabilità dei costi • Tecnica turistica e professionale • Tecniche di pianificazione di risorse e di mezzi • Tecniche di tariffazione dei servizi turistici • Tecniche del lavoro di rete • Tecniche di budgeting • Elementi di gestione di impresa • Organizzazione del lavoro in agenzia turistica 	Tecnica e gestione dei servizi turistici	50	30	Ammesso il riconoscimento di credito formativo di frequenza solo in presenza di evidenze relative a coerenti apprendimenti formali
4	Conoscenze <ul style="list-style-type: none"> • Management sul processo di sviluppo di un nuovo prodotto/servizio. • Elementi di geografia del turismo • Metodologie di progettazione servizi turistici 	Progettare e valutare un'offerta turistica integrata	60	10	Ammesso il riconoscimento di credito formativo di frequenza sulla base della valutazione di

	<ul style="list-style-type: none"> • Tecniche di valutazione dei servizi turistici • Tecniche di analisi della domanda di servizi turistici • Tecniche di analisi del mercato turistico • Tecniche di ricerca (dati/informazioni/notizie) <p>Abilità</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analizzare il mercato al fine di rilevare i desiderata dei consumatori che non sono ancora stati soddisfatti e definire la tipologia di pacchetto da progettare • Identificare un target di riferimento prevalente e quantificare la domanda • Analizzare la concorrenza (punti di forza e di debolezza) per identificare le opportunità di mercato non ancora soddisfatte e verificare la presenza di pacchetti analoghi sul mercato a quelli che si intende definire • Identificare una destinazione turistica intesa come un sistema integrato costituito da attrattive e servizi • Definire la tipologia di pacchetto turistico che si intende definire standardizzato (viaggi a catalogo) o personalizzato (c.d. viaggi "Su misura") • Elaborare un viaggio e/o pacchetto combinando mezzi di trasporto, pernottamenti, servizi di guida e/o accompagnatori e visite alle attrazioni turistiche • Ricercare dati ed informazioni per lo sviluppo del pacchetto • Individuare i fornitori di servizi turistici per identificare potenziali partner strategici • Stimare i costi materiali ed immateriali delle proposte al fine di definire il prezzo di vendita al cliente finale differenziando le modalità di erogazione (assistita o in autonomia) • Curare gli aspetti gestionali e amministrativi delle proposte turistiche • Definire un sistema di valutazione dei servizi turistici al fine di rilevare il grado di soddisfazione della offerta proposta 				apprendimenti formali, non formali ed informali
5	<p>Conoscenze</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elementi di marketing strategico e operativo • Strumenti e tecniche di promozione • Mezzi e canali di vendita on line e off line 	Promuovere e commercializzare i pacchetti turistici	40	20	Ammesso il riconoscimento di credito formativo di frequenza sulla base della

	<ul style="list-style-type: none"> • Elementi di comunicazione di impresa • Elementi di comunicazione pubblica • Marketing turistico • Tecnica commerciale del turismo <p>Abilità</p> <ul style="list-style-type: none"> • Collocare l'offerta turistica nei circuiti organizzati • Supportare la definizione dei piani di comunicazione al fine di individuare i mercati ed i target obiettivo cui presentare le offerte • Supportare la definizione di iniziative promozionali a sostegno della vendita dei pacchetti ideati • Sovraintendere e supportare l'attività di commercializzazione dei pacchetti da parte di soggetti terzi cui è affidata la vendita diretta • Supportare la scelta dei canali e dei mezzi più indicati alla promozione e vendita dei pacchetti ideati 				valutazione di apprendimenti formali, non formali ed informali
6	<p>Conoscenze</p> <ul style="list-style-type: none"> • Psicologia della comunicazione • Tecniche di comunicazione efficace • La qualità del servizio nelle imprese turistiche • Tecniche di customer satisfaction <p>Abilità</p> <ul style="list-style-type: none"> • Curare i rapporti con i clienti finali sia nelle fasi di vendita che di post vendita al fine di rilevarne desiderata e grado di soddisfazione ed individuare azioni di miglioramento • Monitorare e valutare l'offerta turistica progettata ed i servizi erogati 	Gestire e soddisfare il cliente	30	15	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"> • Lingua straniera 1 e terminologia specifica del settore • Lingua straniera 2 e terminologia specifica del settore • Tecniche di pubbliche relazioni 	Gestire le relazioni nel settore turistico	60	10	Amnesso il riconoscimento di credito formativo di frequenza sulla base della valutazione di

<p>Abilità</p> <ul style="list-style-type: none"> • Curare i rapporti con i fornitori di servizi al fine di erogare una offerta turistica integrata e definire gli standard di servizio adeguati alle offerte turistiche definite • Curare i rapporti con i soggetti terzi cui è affidata la vendita diretta dell'offerta turistica al fine di rilevare i punti di forza e di debolezza dei pacchetti proposti e definire eventuali azioni di miglioramento • Curare i rapporti con gli operatori locali e le amministrazioni locali al fine di costruire una offerta turistica integrata • Partecipare a fiere, workshop e attività di relazione con il trade • Promuovere sinergie con operatori locali, fornitori di servizi, intermediari di settore e amministrazioni locali <p>Gestire i rapporti con i fornitori dei servizi offerti, utilizzando le tecniche contrattuali prestabilite dalla direzione</p>				<p>apprendimenti formali, non formali ed informali</p>
DURATA MINIMA TOTALE AL NETTO DEL TIROCINIO CURRICULARE		280	125	