



Promoform
Ente di Formazione Professionale



GREEN & BLUE ECONOMY

“Misure integrate tra sviluppo locale partecipativo e occupazione negli ambiti della Green & Blue economy – Linee di sviluppo progettuale 2 e 3”
POR Sardegna FSE 2014-2020 “Operazione cofinanziata al 50% con risorse del Fondo Sociale Europeo”

L’avviso rispetta le indicazioni sugli Aiuti di Stato e, in particolare i Regolamenti (UE) n.1407/2013, n.717/2014, n. 1408/2013

LINEA 3 TIPOLOGIA C

Filiere integrate del Parteolla e Basso Campidano

CUP E42B16000020009- DCT 20163CRO249- CLP 10010331044GT160022

SCHEDA CORSO

TURISMO DIGITALE, COMUNICAZIONE E ACCOGLIENZA

LINEA 3 C

SINTESI DELL’AZIONE FORMATIVA

N.	MODULO	TOTALE	TEORIA	PRATICA	ALTERNANZA
1	Turismo e sostenibilità	10	10		
2	Lingua inglese (turistico)	40	20	20	
3	Lingua tedesca (turistico)	35	25	10	
4	Informatica applicata	30	10	20	
5	Geografia del turismo	15	15		
6	Marketing dei servizi turistici	20	20		
7	Normativa, contrattualistica e privacy	15	15		
8	Comunicazione efficace, soddisfazione e fidelizzazione del cliente	30	10	20	
9	Raccontare il territorio	15	5	10	
10	Promozione di itinerari enogastronomici e turismo esperienziale	30	10	20	
11	ICT, comunicazione e social media management	30	10	20	
12	ICT, vendita e promozione dei servizi	30	10	20	
13	Alternanza	100			100
TOTALE		400	160	140	100



Promoform

Ente di Formazione Professionale



OBIETTIVO

L'obiettivo del corso è la formazione di 15 destinatari che acquisiscano competenze tecnico-professionali in materia di turismo, accoglienza e promozione turistica del territorio, anche con sistemi ICT nonché sulla gestione della promozione e comunicazione dei servizi/prodotti del territorio, in particolare nel settore dell'Agri-food. Più precisamente gli obiettivi formativi riguardano:

- Gestione dei sistemi ICT nella gestione delle prenotazioni;
- Comunicazione in lingua straniera del settore turistico;
- Gestione dei sistemi di comunicazione web con particolare riferimento ai social media;

METODOLOGIE DIDATTICHE

L'impostazione delle lezioni si baserà su *metodologie di didattica attiva* impostate su input concettuali proposti dal docente, cui faranno seguito momenti di confronto e di analisi dei risultati raggiunti (lavoro di gruppo, simulazione, studio di casi, forum di interscambio, learning by doing, role playing). Sono previsti *laboratori pratici*, in cui i discenti verranno affiancati dal docente, così da apprendere le capacità pratiche richieste per l'acquisizione della competenza, attraverso la simulazione contesti lavorativi reali.

INFORMAZIONE E SENSIBILIZZAZIONE

Per coloro che hanno portato a termine l'intero percorso formativo sono previste 25 ore di attività di informazione e sensibilizzazione sulle opportunità di lavoro e crescita professionale nell'ambito della Green & Blue Economy.

REQUISITI IN INGRESSO

Il corso è destinato a **15 disoccupati** maggiorenni e residenti o domiciliati in Sardegna.

Il titolo di studio richiesto per l'ammissione al percorso è il **Diploma di scuola secondaria di 1° grado (licenza media)**

Sono previste delle quote di genere tali per cui alle donne verrà riservato un numero di posti pari ad almeno il 60 per cento rispetto al numero dei partecipanti complessivi.

AREA DI ATTIVITA' (ADA) - UNITA' DI COMPETENZA (UC)

ADA/UC 20027/630 Gestione della comunicazione e delle relazioni informative, promozionali e commerciali con i clienti;

ADA/UC 2023/626 Accoglienza e assistenza desk al cliente;

ADA/UC 294/662 Gestione della promozione dei servizi e dell'immagine dell'ente.

SEDE ATTIVITA' DIDATTICA

L'attività teorica si svolgerà presso la sede sita nel Comune di **Settimo San Pietro**, nei giorni compresi dal lunedì al venerdì, per un totale complessivo che verrà stabilito in base ad esigenze di carattere organizzativo e logistico.

VALIDITA' DEL PERCORSO E CERTIFICAZIONI FINALI

La validità del percorso è vincolata alla frequenza di almeno l'80 per cento delle ore complessive.

Al termine del percorso verrà rilasciato l'attestato di partecipazione e, a seguito dello svolgimento e superamento dell'esame finale, **l'attestato di certificazione per ognuna delle competenze acquisite rilasciato dalla Regione Autonoma della Sardegna.**

INSEGNAMENTI – LINEE GUIDA GENERALI

MODULO 1

TURISMO E SOSTENIBILITA'

- Concetto di sostenibilità ambientale;
- I presupposti del turismo sostenibile;



Promoform

Ente di Formazione Professionale



- Turismo sostenibile: definizione ed evoluzione del concetto nel tempo;
- La dimensione internazionale per lo sviluppo sostenibile globale;
- Il ruolo della World Tourism Organization (UNWTO);
- Le interazioni tra l'attività turistica e l'ambiente;
- L'impatto dell'attività turistica sull'ambiente;
- Le misure ecologiche che riducono l'impatto dell'attività turistica sull'ambiente (fonti rinnovabili; prodotti ecologici; cibo a Km 0 ecc...);
- Il concetto di "capacità di carico" di una destinazione: indicatori e parametri;
- Iniziative della Commissione europea a sostegno della sostenibilità del turismo;
- Il Sistema europeo di indicatori per il turismo;
- Tendenze di mercato del turismo sostenibile;
- Turismo responsabile: la scelta del consumatore;
- Turismo sostenibile non distruttivo: esempi virtuosi

MODULO 2

LINGUA INGLESE (TURISTICO)

- Grammatica / Lessico: strutture sintattiche e verbali; Introduzione di termini specifici dell'area semantica;
- Writing: composizione di lettere, fax, e-mail formali di soggetto commerciale; composizione di presentazioni, reports, relazioni; compilazione di moduli;
- Speaking: Implementazione delle funzioni linguistiche comunicative; Simulazioni di interazione in contesti comunicativi

Grammatica:

- Prepositions of time and place (preposizioni di tempo e di luogo);
- Indirect questions (le domande indirette);
- Permission (chiedere ed esprimere un permesso);
- Must/have to/should (esprimere un obbligo o una necessità);
- Tense revision (ripasso dei tempi verbali);
- Comparative and superlative adjectives (aggettivi al comparativo e superlativo).

Argomenti:

- The enquiry (la richiesta di informazioni);
- The reservation and the confirmation (la prenotazione e la conferma della prenotazione, sia con riferimento all'albergo che con riferimento ai biglietti aerei);
- Checking-in and checking-out at the hotel (il check-in e il check-out in albergo);
- The complaint (la lamentela);

Words regarding (lessico relativo a):

- Accommodations: different kinds of hotel, the hostel, the bed&breakfast, the resort (le sistemazioni: diverse tipologie di albergo, l'ostello, il B&B, il resort);
- The airplane and the airport (l'aereo e l'aeroporto);
- The train (il treno) The ship (la nave)

MODULO 3

LINGUA TEDESCA (TURISTICO)

Lessico:

- strutture sintattiche e verbali;
- Introduzione di termini specifici dell'area turistica;

Writing:

- composizione di reports, relazioni inerenti il dominio professionale;

Speaking:



Promoform

Ente di Formazione Professionale



- implementazione delle funzioni linguistiche comunicative; Simulazioni di interazione in contesti lavorativi, utilizzare in modo appropriato la terminologia tecnica del settore

Contenuti/argomenti:

- richiesta di informazioni (Bitte um Auskünfte);
- prenotazione (Buchung);
- modifica e annullamento della prenotazione (Änderung und Annullierung der Buchung) lamenti (Beschwerde);
- descrizione di una struttura turistica (Beschreibung eines Hotels, Campingplatzes, usw.);
- descrizione di un tour (Beschreibung einer Tour)

MODULO 4

INFORMATICA APPLICATA

- **Uso del computer e gestione dei file:** introduzione a Word e creazione di un nuovo documento; descrizione delle principali voci di menù; gestione dei caratteri e formattazione del testo, stili di lavoro; controllo ortografico e revisioni di testo, creazione di tabelle, inserimento di immagini da file esterni; operazioni di impaginazione e visualizzazione in anteprima di stampa; conoscere le disposizioni di legge in materia di copyright, di privacy e di sicurezza.
- **Foglio elettronico con applicazioni statistiche:** descrizione delle voci di menù e della barra strumenti di un foglio elettronico; copiare, cancellare e spostare il contenuto di celle, righe, colonne e fogli di lavoro formattazione manuale di testo, dati e tabelle; formattazione condizionale; applicazione di formule aritmetiche e funzioni di calcolo automatico (principali funzioni);
- **Presentazioni multimediali con applicazioni:** introduzione a PowerPoint; descrizione delle principali voci di menù; creazione e modifiche di diapositive; inserimento immagini e grafici; visualizza presentazione e creazione di animazioni personalizzate; uso di pulsanti e autocomposizioni. creazione di una presentazione tecnica;
- **Uso di internet e posta elettronica:** l'accesso alle reti; considerazioni generali sulle reti tra calcolatori; visualizzazione e condivisione delle risorse; la gestione dei file in rete; la protezione in rete; reti informatiche ed internet; uso di internet, metodi di navigazione e utilizzo principali browser; descrizione di pacchetti per la gestione di: electronic-mail e web-browser; i motori di ricerca; la trasmissione dati utilizzando il protocollo ftp;
- **Creazione di materiale informativo e promozionale base:** utilizzo software e app per la realizzazione, modifica e la stampa di contenuti quali pagine di giornale, volantini, flyer, banner e materiale informativo digitale (es: Publisher).

MODULO 5

GEOGRAFIA DEL TURISMO

- Definizione del turismo;
- I fattori favorevoli al turismo del territorio;
- Tipologie e caratteristiche dei flussi turistici;
- La potenzialità di attrazione turistica di un territorio: il paesaggio;
- Il turismo balneare;
- Il turismo culturale e ambientale;
- I fattori tecnici (trasporto e alloggio);
- Le zone di affluenza turistica;
- Definizione del turista, tipologie ed evoluzione nel tempo;
- Il turismo in Sardegna: caratteristiche opportunità, minacce, punti di forza e di debolezza

MODULO 6

MARKETING DEI SERVIZI TURISTICI

- Teorie del marketing: marketing strategico, bisogni, domanda, settori, mercati, posizionamento strategico, vantaggio competitivo, targeting e segmentation, marketing management, marketing operativo;
- Pianificazione strategica e processo di marketing: i clienti e i mercati;
- La segmentazione, il targeting ed il posizionamento;
- Il prezzo: metodologie per la definizione dei prezzi; i prezzi basati sulla domanda e sulla concorrenza;



Promoform

Ente di Formazione Professionale



- Strategie di marketing del turismo e della destinazione;
- Tipologie di “turismo”: turismo ambientale, il turismo naturalistico, il turismo sostenibile, l’ecoturismo ecc;
- Evoluzione del mercato turistico: lato domanda e offerta;
- Domanda turistica: classificazione per località e motivazione;
- Il fenomeno turistico: tentativi di classificazione;
- Nuove prospettive dell’offerta turistica: le esperienze;
- L’eterogeneità del prodotto Turismo e la caratteristica di “experience good”;
- Trend del mercato e i drivers del cambiamento;
- Nuovi modelli di business turistico e nuova filiera turistica;
- Turismo e Agrifood

MODULO 7

NORMATIVA, CONTATTUALISTICA E PRIVACY

- La protezione dei dati personali nella gestione delle imprese ricettive e nelle procedure di prenotazione;
- Il codice in materia di protezione dei dati personali;
- La comunicazione elettronica;
- L’utilizzo della posta elettronica e di Internet nel rapporto di lavoro;
- La profilazione dei clienti da parte delle strutture ricettive;
- La gestione dei contenuti multimediali (foto, video) nel rispetto della privacy e dei diritti d’autore;
- Elementi di digital rights management;
- Modelli operati: l’informativa al cliente; l’acquisizione del consenso ecc...

MODULO 8

COMUNICAZIONE EFFICACE, SODDISFAZIONE E FIDELIZZAZIONE DEL CLIENTE

- Comunicazione istituzionale organizzativa: la comunicazione nel turismo;
- Comunicazione interpersonale;
- Tecniche di comunicazione, di gestione dei colloqui informativi;
- Gli elementi del processo di comunicazione e i presupposti della comunicazione;
- Le regole d’oro del processo di comunicazione;
- I tre livelli della comunicazione: verbale, non verbale, paraverbale;
- L’utilizzo delle parole a valenza positiva e le espressioni da evitare
- I filtri e la caduta della comunicazione: come evitare la cancellazione e la distorsione del messaggio;
- L’empatia e l’ascolto attivo dell’interlocutore;
- Le peculiarità della comunicazione telefonica con il cliente;
- Come instaurare un clima di fiducia con gli interlocutori

MODULO 9

RACCONTARE IL TERRITORIO

- Metodologie di analisi del territorio e ricerca delle informazioni;
- Metodologie di comunicazione turistica del territorio;
- Metodologie di storytelling;
- Metodologie di comunicazione efficace anche con l’ausilio di presentazioni e supporti multimediali a partire dall’analisi degli attrattori turistici (culturali, storici, ambientali, enogastronomici ecc..), degli eventi, dei servizi turistici e delle attività economiche del territorio, i discenti saranno guidati dal docente a “raccontare il territorio” con strategie di comunicazione efficace.

MODULO 10

PROMOZIONE DI ITINERARI ENOGASTRONOMICI E TURISMO ESPERIENZIALE

- Metodologie di analisi del territorio e ricerca delle informazioni;



Promoform

Ente di Formazione Professionale



- Analisi delle caratteristiche e delle peculiarità del territorio tipico ambientale, culturale, enogastronomico;
- Analisi dei prodotti tipici del territorio, in particolare del settore Agrifood ;
- Il ruolo del sistema locale territoriale nella costruzione di itinerari enogastronomici;
- Il target enogastronomico: motivazioni, bisogni e desideri dei turisti;
- Il turismo e le nuove tendenze evolutive del fenomeno: itinerari enogastronomici e turismo esperienziale
- Cenni di progettazione di un itinerario turistico enogastronomico integrato;
- Tecniche e metodologie di creazione di eventi e di prodotti turistici “esperienziali” e strategie di promozione via web;
- Tecniche di realizzazione degli allestimenti tenendo conto delle caratteristiche dell'utenza di riferimento;
- Tecniche di Visual merchandising per la predisposizione dei materiali informativi durante gli eventi

Laboratorio:

- A partire dall'analisi degli attrattori turistici (culturali, storici, ambientali, enogastronomici ecc..), degli eventi, dei servizi turistici e delle attività economiche del territorio, i discenti saranno guidati dal docente alla creazione di un itinerario turistico di tipo enogastronomico e/o un pacchetto turistico esperienziale

MODULO 11

ICT, COMUNICAZIONE E SOCIAL MEDIA MANAGEMENT

- Tecniche di social media management;
- Creazione di account e pagine sui principali social network;
- Tecniche di comunicazione online;
- La comunicazione via e-mail;
- Strumenti di comunicazione e informazione digitali (newsletter, utilizzo mail chimp; ecc.);
- Tecniche di creazione di messaggi informativi/inserzioni/messaggi promozionali per il web;
- Tecniche di promozione dei servizi turistici attraverso sistemi web (analisi delle app, siti specializzati e piattaforme dedicate);
- Gestione di portali istituzionali ad alta accessibilità attraverso sistemi di Content Management System (CMS);
- Utilizzo di soluzioni innovative a valore aggiunto: gli “Smart tag”, Soluzioni per dispositivi mobili: le applicazioni del turismo;
- Tecniche di analisi dei comportamenti dei clienti;
- La content strategy;
- Elementi di Digital operation: farsi trovare sui motori di ricerca, la web reputation, direct email marketing

Laboratorio pratico:

- I discenti individualmente e/o in gruppo dovranno effettuare una prova in simulazione con l'obiettivo di fornire assistenza al cliente nella fruizione del servizio reso anche attraverso sistemi ICT

MODULO 12

ICT, VENDITA E PROMOZIONE DEI SERVIZI

Digitalizzazione e internazionalizzazione delle imprese

- Web e le PMI: i vantaggi di essere online;
- L'internazionalizzazione: strategie di internazionalizzazione dei prodotti e servizi;

Web-marketing

- Elementi di marketing del prodotto per l'accompagnamento all'esecuzione di servizi di vendita;
- Strategie di marketing e web marketing per la vendita dei prodotti;
- Le best practices: imprese con strategie di successo;
- Strumenti e strategie per la creazione di reti tra operatori economici;
- Visual merchandising per l'organizzazione e l'allestimento di spazi informativi reali e sul web;
- Creazione di vetrine virtuali;



Promoform

Ente di Formazione Professionale



Tecniche di valorizzazione e promozione turistica

- Tecniche di promozione degli itinerari turistici/esperienze attraverso strategie web;
- Creazione di materiale informativo di base e materiale multimediale;
- Strumenti e strategie per la creazione di reti tra gli operatori economici;
- Le applicazioni del turismo: utilizzo di siti, piattaforme web e app per la promozione dell'offerta turistica;
- Metodologie di vendita e e-commerce;
- Tecniche di realizzazione degli allestimenti tenendo conto delle caratteristiche dell'utenza di riferimento;
- Visual merchandising per l'organizzazione e l'allestimento di spazi informativi anche online

Laboratorio pratico: simulando un reale contesto lavorativo, gli allievi (individualmente e/o in gruppo) dovranno gestire gli aspetti relativi della promozione dei servizi e dell'immagine dell'ente, anche attraverso la strategie web:

- Individuare il target a cui ci si rivolge al fine di improntare una strategia comunicativa efficace;
- realizzare materiale informativo elementare per la promozione dei servizi e le prestazioni dell'ente tradizionale e via web;
- controllare quantità e qualità del materiale informativo e provvedere alla fornitura, individuare i canali per assicurare la trasmissione dell'informazione al cliente;
- pianificare la fruizione dei materiali informativi: attrezzare gli spazi fisici, le bacheche informative e le "vetrine elettroniche" con il materiale promozionale dell'ente, per un'efficace fruizione da parte del pubblico.

MODULO 13

ALTERNANZA

Applicare in ambito lavorativo i contenuti appresi durante il corso relativi le seguenti unità di competenze tecnico-professionali, corrispondenti alle UC previste dal profilo professionale:

- Fornire informazioni rispondenti alle richieste del cliente e illustrare maniera esaustiva i servizi proposti;
- Accogliere il cliente e comprenderne ed interpretarne correttamente esigenze ed aspettative, valutandone la fattibilità o le possibili alternative;
- Curare l'esposizione del materiale informativo mediante l'utilizzo di strumenti promozionali idonei, al fine di facilitare l'accesso ai servizi e contribuire alla costruzione dell'immagine aziendale.