



TECNICO COMUNICAZIONE & MARKETING TURISTICO

Approvato dalla Regione Marche
con D.D.P.F. 837 del 01/09/2020 - Cod.1044023





ACQUISISCI LE COMPETENZE PER OTTENERE DI PIÙ DAL TUO LAVORO E DALLA TUA ATTIVITÀ!

Il percorso formativo mira al trasferimento delle conoscenze qualificanti relative alle tecniche di comunicazione online e offline, al marketing strategico e operativo, agli strumenti di analisi del mercato e del rapporto costi/benefici.





Il corso di Tecnico di Comunicazione e Marketing Turistico è finalizzato alla professionalizzazione di giovani e adulti

Gli standard professionali possono essere raggiunti sia da persone in possesso di pregresse conoscenze - capacità, che da persone in possesso di conoscenze-capacità pregresse che, attraverso il corso, vengono sviluppate/approfondite.

Tali conoscenze-capacità possono essere state acquisite in percorsi di formazione professionale, di istruzione o attraverso l'esperienza lavorativa nel settore.



Il Tecnico di Comunicazione e Marketing Turistico è colui che per professione collabora alla definizione degli obiettivi dell'attività turistica, analizzandone il mercato e in particolare:

- determina gli interventi per le strategie e le azioni promozionali
- cura i rapporti con agenzie pubblicitarie, agenzie di viaggi, tour operator, esperti di turismo e gruppi sociali interessati, determinando o concorrendo a determinare gli obiettivi di comunicazione e di marketing
- organizza manifestazioni turistiche nell'area di propria conoscenza, curandone le pubbliche relazioni e la diffusione attraverso i mezzi di comunicazione



CON IL CORSO DI TECNICO COMUNICAZIONE E MARKETING TURISTICO SARAI CAPACE DI:

- ★ individuare i fabbisogni e le tendenze della domanda ed essere capace di tradurli in offerta
- ★ costruire pacchetti turistici in base alle caratteristiche del target e al rapporto costi/benefici
- ★ predisporre il piano di marketing
- ★ vendere l'offerta predisposta
- ★ organizzare eventi promozionali
- ★ gestire la Customer Satisfaction
- ★ utilizzare tecniche di comunicazione per relazionarsi con clienti ed attori del territorio



IL CORSO SI SVOLGE IN E-LEARNING,
QUINDI CON LEZIONI TEORICHE IN DIDATTICA
A DISTANZA

- > 320 ORE DI TEORIA
- > 60 ORE DI STAGE
- > 20 PER GLI ESAMI FINALI





REQUISITI DI ACCESSO AL CORSO

- possesso di diploma di maturità quinquennale;
- possesso di competenza linguistica (anche non certificata) orale nella lingua italiana a livello ALTE C1 parlato e B2 scritto;
- maggiore età;
- padronanza di un'ulteriore lingua veicolare;

I diplomati degli istituti tecnici e professionali ad indirizzo turistico hanno titolo preferenziale per l'ammissione ai corsi di formazione per le professioni turistiche, organizzate ai sensi della normativa in materia di formazione professionale (LR 9/2006, Art. 50, comma 3).

L'ammissione al corso è subordinata al superamento di una o più prove consistenti in test psico-attitudinali, test linguistico e di cultura generale, colloquio motivazionale.

Il percorso formativo sarà certificato con il rilascio, previo superamento dell'esame finale, di un attestato di qualifica di II livello.

FREQUENZA

La frequenza al corso è obbligatoria ed il monte ore massimo di assenze non può essere superiore al 10%, superata questa soglia il corso si considera interrotto e non si può accedere agli esami finali.

L'alunno potrà comunque utilizzare nel triennio successivo i crediti formativi acquisiti nelle ore di corso già frequentate con esito positivo, così completando il percorso nell'ambito di medesimi corsi organizzati successivamente.

AMMISSIONE AGLI ESAMI

Durante il corso, al termine di ogni singolo modulo didattico, i docenti proporranno ai corsisti una prova di verifica atta a valutare lo stato delle conoscenze e delle competenze acquisite. I risultati di tali test verranno valutati dalla commissione d'esame per il punteggio finale.



ATTESTATO

QUALIFICA PROFESSIONALE DI II LIVELLO

Tab. Reg. Qual.Prof. codice TD
1.14 Ai sensi della L.845/78
D.G.R. 1255/2011

PROGRAMMA DEL CORSO



AREA TECNICA

8 MODULI - 260 ORE



AREA PSICOLOGICO-SOCIALE

1 MODULO - 24 ORE



AREA LINGUISTICA

1 MODULO - 50 ORE



STAGE

60 ORE



ESAMI FINALI

20 ORE

INDIVIDUARE I FABBISOGNI E LE TENDENZE DELLA DOMANDA E TRADURLI IN OFFERTA

**30
ORE**

Capacità (essere in grado di)	Conoscenze
<ul style="list-style-type: none">• Definire il target• Analizzare le caratteristiche della clientela ed interpretare i loro bisogni• Tradurre i bisogni in offerta• Valutare il fabbisogno di servizi in relazione a costo e qualità	<ul style="list-style-type: none">• Il target e le caratteristiche della clientela• Analisi revisionali sull'andamento del mercato• Strategie della concorrenza• Tecniche per rilevare punti di forza e di debolezza dell'offerta• Tecniche di analisi costi/benefici

STABILIRE RAPPORTI CON GLI EROGATORI DEI SERVIZI CONNESSI ALL'OFFERTA TURISTICA

**30
ORE**

Capacità (essere in grado di)	Conoscenze
<ul style="list-style-type: none">• Gestire i contatti e interagire con gli attori locali, pubblici e privati• Contattare e selezionare i fornitori• Curare gli accorsi contrattuali	<ul style="list-style-type: none">• Risorse ed opportunità del territorio• Procedure di cooperazione• Qualità dell'offerta• Agenzie pubblicitarie, agenzie di viaggio, tour operator, esperti di turismo• Ruolo della guida e dell'accompagnatore turistico

COSTRUIRE PACCHETTI TURISTICI IN BASE ALLE CARATTERISTICHE DEL TARGET, ALLA SPECIFICITÀ DEI LUOGHI DI ATTRAZIONE E AL RAPPORTO COSTI/BENEFICI

**50
ORE**

Capacità (essere in grado di)	Conoscenze
<ul style="list-style-type: none">• Configurare l'offerta turistica• Definire il calendario delle attività• Definire l'itinerario dei viaggi• Formulare proposte dal punto di vista economico• Pianificare l'erogazione del servizio	<ul style="list-style-type: none">• Potenzialità dell'offerta turistica• Nozioni di legislazione turistica• Tecnica e geografia del turismo• Tecniche per la predisposizione di un timing e di un piano di lavoro• Elementi di normativa dei diversi paesi• Analisi costi/benefici

PREDISPORRE IL PIANO DI MARKETING

**30
ORE**

Capacità (essere in grado di)	Conoscenze
<ul style="list-style-type: none">• Valutare l'efficacia e l'efficienza degli interventi di promozione adottati• Definire un piano di promozione e marketing• Predisporre il materiale pubblicitario• Monitorare la diffusione del piano promozionale• Gestire gli aspetti commerciali• Stabilire rapporti con le agenzie	<ul style="list-style-type: none">• Tecniche di marketing• Tecniche di monitoraggio• Strumenti tradizionali e innovativi di promozione• La diffusione degli interventi promozionali attraverso le agenzie

VENDERE L'OFFERTA PREDISPOSTA

**30
ORE**

Capacità (essere in grado di)	Conoscenze
<ul style="list-style-type: none">• Elaborare un preventivo• Proporre e vendere al cliente pacchetti turistici e/o viaggi organizzati• Effettuare la vendita di offerte personalizzate	<ul style="list-style-type: none">• Tecniche di vendita• Stesura di preventivi ed elementi di contabilità• Struttura di pacchetti turistici• La fruizione del servizio• I contratti di vendita secondo le normative del settore turistico

ORGANIZZARE EVENTI PROMOZIONALI

**50
ORE**

Capacità (essere in grado di)	Conoscenze
<ul style="list-style-type: none">• Scegliere la tipologia di evento da realizzare• Coordinare la realizzazione dell'evento• Rispettare il timing delle attività• Contattare i fornitori• Definire il materiale pubblicitario da distribuire• Supervisionare l'allestimento logistico• Coordinare il personale coinvolto nella realizzazione dell'evento	<ul style="list-style-type: none">• Tecniche di promozione e marketing• Tecniche di comunicazione• Gestione del tempo e dello stress• I fornitori• La campagna pubblicitaria• Gestione del personale

GESTIRE LA CUSTOMER SATISFACTION

**24
ORE**

Capacità (essere in grado di)	Conoscenze
<ul style="list-style-type: none">• Raccogliere dati ed informazioni• Monitorare la soddisfazione del cliente• Effettuare la valutazione tecnica dei reclami• Identificare gli standard di qualità per la soddisfazione del cliente• Tradurre le informazioni raccolte in miglioramento dei servizi	<ul style="list-style-type: none">• La gestione aziendale per la qualità• Principi, tecniche e strumenti di customer satisfaction• Tecniche per l'analisi dei punti di forza e di debolezza• Gestione del reclamo• Tecniche e strumenti di marketing dei servizi turistici

CONOSCERE LE TECNICHE, I CANALI E GLI STRUMENTI DI RICERCA DEL LAVORO

**16
ORE**

Capacità (essere in grado di)	Conoscenze
<ul style="list-style-type: none">• Essere in grado di definire un obiettivo lavorativo, attivarsi per la ricerca del lavoro, sostenere colloqui e prove di selezione, acquisire informazioni sui servizi presenti e sulla normativa dei contratti, reperire e valutare le opportunità di lavoro	<ul style="list-style-type: none">• Le tecniche di ricerca del lavoro• Il CV e il CUE: redazione• La lettera di accompagnamento• Il colloquio di selezione• I servizi per il lavoro e la normativa in ambito lavorativo• Analisi dell'inserzione

UTILIZZARE TECNICHE DI COMUNICAZIONE PER RELAZIONARSI CON CLIENTI ED ATTORI DEL TERRITORIO

24
ORE

Capacità (essere in grado di)	Conoscenze
<ul style="list-style-type: none">• Adottare comportamenti e tecniche di comunicazione differenti a seconda del proprio interlocutore• Applicare le tecniche di problem solving• Utilizzare i più appropriati canali di comunicazione per la promozione del proprio prodotto/servizio	<ul style="list-style-type: none">• La comunicazione interpersonale• La comunicazione verbale, non verbale e paraverbale• La gestione del rapporto con il cliente e con gli attori locali• La gestione delle situazioni di emergenza attraverso le tecniche di problem solving• Canali di comunicazione tradizionali e innovativi

CONVERSARE IN LINGUA ESTERA UTILIZZANDO STRUTTURE E TERMINOLOGIA SPECIFICA A SECONDA DELLA TIPOLOGIA DI INTERLOCUTORE

50
ORE

Capacità (essere in grado di)	Conoscenze
<ul style="list-style-type: none">• Presentare se stessi e descrivere la propria attività lavorativa in lingua estera• Accogliere e congedare il cliente in lingua estera• Relazionarsi nel proprio contesto lavorativo gestendo le relazioni con enti/strutture, agenzie viaggi, etc in lingua estera	<ul style="list-style-type: none">• Principali strutture linguistiche ed idiomatiche relative all'ambito lavorativo del settore di comunicazione e marketing turistico• Principali termini per la gestione dei rapporti interpersonali• Terminologia tecnica relativa all'ambito turistico

STAGE

**60
ORE**

Dopo le lezioni teoriche del Corso "Tecnico di Comunicazione e Marketing Turistico" sono previste 60 ore di stage presso strutture del settore Turistico

ESAMI FINALI

**20
ORE**

Durante il corso, al termine di ogni singolo modulo didattico, i docenti proporranno ai corsisti una prova di verifica atta a valutare lo stato delle conoscenze e delle competenze acquisite. I risultati di tali test verranno valutati dalla commissione d'esame per il punteggio finale.

Via Silvio Pellico 8
Civitanova Marche (MC)

INFO@GOUPFORMAZIONE.IT
3517503525
0733 829755

