PROGRAMMA DI DISCIPLINE TURISTICHE E AZIENDALI

CLASSI V TURISTICO

Competenza	Conoscenze	Abilità	Contenuti
Redigere le relazioni tecniche e documentare le attività individuali e di gruppo relative a situazioni professionali	Tecniche di controllo e monitoraggio dei processi. Qualità nelle imprese turistiche	Monitorare i processi produttivi e analizzare i dati per ricavarne indici. Utilizzare le procedure per lo sviluppo e la gestione del sistema di qualità nelle imprese turistiche.	Il direct costing Il full costing Il sistema di qualità nelle imprese turistiche
Competenza	**Conoscenze**	**Abilità**	**Contenuti**
Progettare, documentare e presentare servizi o prodotti turistici	Prodotti turistici a catalogo e a domanda. Il catalogo come strumento di promo-commercializzazione. Tecniche di organizzazione per eventi.	Elaborare i prodotti turistici, anche a carattere tematico, e il relativo prezzo con riferimento al territorio e alle sue caratteristiche. Interpretare le informazioni contenute nei cataloghi. Utilizzare le tecniche e gli strumenti per la programmazione, l'organizzazione, la gestione di eventi e relative attività di sistema.	L'attività dei tour operator La fase del pricing Le fasi successive al pricing e i pacchetti turistici a domanda Le caratteristiche del business travel

Competenza	Conoscenze	Abilità	Contenuti
Identificare e applicare le metodologie e le tecniche della gestione per progetti	Strategia aziendale e pianificazione strategica. Struttura e funzioni del business plan.	Individuare la mission, la vision, la strategia e la pianificazione di casi aziendali dati. Elaborare business il plan. Rielaborare il piano aziendale a seguito del confronto con esperti di settore. Utilizzare le informazioni per migliorare la pianificazione, lo sviluppo e il controllo dell'impresa turistica.	La pianificazione Gli obiettivi, le strategie e i piani aziendali Il business plan La programmazione
Competenza	**Conoscenze**	**Abilità**	**Contenuti**
Contribuire a realizzare i piani di marketing con riferimento a specifiche tipologie di imprese o prodotti turistici	Marketing territoriale e politiche di sviluppo sostenibile dell'Ente Pubblico. Piano di qualificazione e sviluppo dell'offerta. Strategie di marketing anche elettronico e customer relationship management. Struttura del piano di marketing	Utilizzare le strategie di marketing per la promozione del prodotto e dell'immagine turistica del territorio in Italia e all'estero. Utilizzare gli strumenti multimediali e le nuove tecniche di comunicazione per la promozione dell'immagine turistica del territorio e la commercializzazio ne del servizio. Elaborare un piano di marketing territoriale in funzione delle politiche economiche e finanziarie poste in essere per la governance del settore	La destinazione turistica L'offerta turistica di una destinazione L'analisi dei flussi turistici Dall'analisi swot alle strategie di sviluppo Il piano di marketing territoriale