ADA.23.03.01 - PROGETTAZIONE, PROGRAMMAZIONE E ORGANIZZAZIONE DI OFFERTE TURISTICHE TERRITORIALI

RIEPILOGO SCHEDA DI CASO

RISULTATO ATTESO 1 - Analizzare la domanda potenziale di servizi turistici, applicando tecniche di analisi di mercato e individuando le principali risorse geografiche, storiche, culturali, artistiche, socio-economiche e logistiche del territorio

CASI ESEMPLIFICATIVI:
Dimensione 1 - Analisi: **3 casi**
Dimensione 2 - Risorse: **4 casi**
RISORSE A SUPPORTO DELLA VALUTAZIONE (RSV)

RISULTATO ATTESO 2 - Elaborare il piano/progetto integrato di sviluppo turistico del territorio, stabilendo contatti e relazioni utili per la promozione dell'offerta, individuando strumenti e canali di diffusione efficaci

CASI ESEMPLIFICATIVI:
Dimensione 1 - Progettazione: **4 casi**
Dimensione 2 - Comunicazione: **3 casi**

RISORSE A SUPPORTO DELLA VALUTAZIONE (RSV)

RISULTATO ATTESO 3 - Collocare l'offerta turistica, organizzando iniziative ed itinerari turistici, interagendo e collaborando con le strutture ricettive del territorio e le compagnie di trasporti

CASI ESEMPLIFICATIVI:
Dimensione 1 - Escursioni: **2 casi**
Dimensione 2 - Viaggi incoming: **3 casi**
Dimensione 3 - Interazioni: **2 casi**
Dimensione 4 - Collocazione: **2 casi**

RISORSE A SUPPORTO DELLA VALUTAZIONE (RSV)

RISULTATO ATTESO 4 - Monitorare l'andamento di mercato dei prodotti/servizi realizzati, analizzando e valutando l'offerta turistica progettata e promossa

CASI ESEMPLIFICATIVI:
Dimensione 1 - Analisi: **3 casi**
Dimensione 2 - Valutazione: **2 casi**

RISORSE A SUPPORTO DELLA VALUTAZIONE (RSV)

ADA.23.03.01 - PROGETTAZIONE, PROGRAMMAZIONE E ORGANIZZAZIONE DI OFFERTE TURISTICHE TERRITORIALI

SCHEDA DI CASO

RISULTATO ATTESO 1 - Analizzare la domanda potenziale di servizi turistici, applicando tecniche di analisi di mercato e individuando le principali risorse geografiche, storiche, culturali, artistiche, socio-economiche e logistiche del territorio

1 - ANALISI

Grado di complessità 3

1.3 CARATTERISTICHE E POTENZIALITÀ DEL TERRITORIO

Analizzare le caratteristiche del territorio di riferimento in termini di risorse culturali, naturali ed enogastronomiche al fine di individuare i punti di forza per lo sviluppo di un'offerta turistica, in concerto con soggetti pubblici e privati

Grado di complessità 2

1.2 ANALISI DI MERCATO

Analizzare le principali offerte turistiche del territorio e le loro performance nel mercato di riferimento, al fine di individuare quelle che soddisfano le richieste del committente secondo i parametri stabiliti (es. risorse a disposizione, tempi di penetrazione nel mercato, durabilità del prodotto, necessità di infrastrutturazione dell'area)

Grado di complessità 1

1.1 RICHIESTA DEL COMMITTENTE

Analizzare la richiesta del committente, tenendo conto dei suoi interessi, preferenze, e risorse di spesa attraverso diversi tipi di canali informativi (colloquio, predisposizione di un formulario, analisi delle tendenze sul web, ecc.)

2 - RISORSE

Grado di complessità 3

2.3 SOCIO-ECONOMICHE E LOGISTICHE

Individuare infrastrutture, club, associazioni, consorzi e Pro Loco che operano nella promozione di risorse geografiche, storiche, culturali ed artistiche del territorio di riferimento organizzando manifestazioni, sagre tematiche, show, esposizioni ed escursioni tematiche. Verificare le risorse logistiche e infrastrutturali per il raggiungimento in autonomia con mezzi propri, pubblici e/o privati per raggiungere i luoghi d'interesse

ADA.23.03.01 - PROGETTAZIONE, PROGRAMMAZIONE E ORGANIZZAZIONE DI OFFERTE TURISTICHE TERRITORIALI

Grado di complessità 2

2.2 STORICHE, CULTURALI E ARTISTICHE

Individuare le principali risorse storiche e culturali e artistiche dei centri urbani ed extraurbani e di luoghi interessati da eventi storici (es. Grande Guerra)

2.2 ENOGASTRONOMICHE

Individuare le risorse enogastronomiche del territorio in particolare per quanto concerne aziende vitivinicole, caseifici, produzione di miele e altri prodotti tipici della zona. Individuare la presenza di presidi Slow Food, prodotti DOC, DOP e IGT nonché servizi di ristorazione che danno valore ai prodotti locali

Grado di complessità 1

2.1 GEOGRAFICHE

Individuare le caratteristiche geografiche del territorio al fine di determinare le potenzialità turistiche locali per i settori mare, montagna, città d'arte, turismo attivo ed escursionistico

ADA.23.03.01 - PROGETTAZIONE, PROGRAMMAZIONE E ORGANIZZAZIONE DI OFFERTE TURISTICHE TERRITORIALI

SCHEDA RISORSE A SUPPORTO DELLA VALUTAZIONE DEL RISULTATO ATTESO 1

RISORSE FISICHE ED INFORMATIVE TIPICHE (IN INPUT E/O PROCESS ALLE ATTIVITÀ)

- Richiesta/vision/mission committente
- Caratteristiche geografiche del territorio
- Risorse storiche, culturali e artistiche
- Risorse enogastronomiche
- Risorse socio-economiche e logistiche
- Offerte turistiche del territorio e le loro performance nel mercato di riferimento
- Amministrazioni e stakeholder locali

TECNICHE TIPICHE DI REALIZZAZIONE/CONDUZIONE DELLE ATTIVITÀ

- Metodi e tecniche di analisi del mercato/territorio
- Metodi e tecniche di elaborazione dei dati

OUTPUT TIPICI DELLE ATTIVITÀ

- Individuazione delle risorse turistiche del territorio da valorizzare

INDICAZIONI A SUPPORTO DELLA SCELTA DEL METODO VALUTATIVO E DELLA PREDISPOSIZIONE DELLE PROVE

ESTENSIONE SUGGERITA DI VARIETÀ PRESTAZIONALE

1. L'insieme delle tecniche di analisi di mercato/territorio e di elaborazione dei dati

DISEGNO TIPO DELLA VALUTAZIONE

1. Prova prestazionale: sviluppo di un'analisi di mercato, su un territorio dato, finalizzata all'individuazione delle principali risorse oggetto di sviluppo di un'offerta turistica
2. Colloquio tecnico relativo alle modalità di analisi della richiesta di un committente

ADA.23.03.01 - PROGETTAZIONE, PROGRAMMAZIONE E ORGANIZZAZIONE DI OFFERTE TURISTICHE TERRITORIALI

SCHEDA DI CASO

RISULTATO ATTESO 2 - Elaborare il piano/progetto integrato di sviluppo turistico del territorio, stabilendo contatti e relazioni utili per la promozione dell'offerta, individuando strumenti e canali di diffusione efficaci

1 - PROGETTAZIONE

Grado di complessità 4

1.4 PIANO DI PROMOZIONE TURISTICA

Progettare un piano integrato di qualificazione o sviluppo promozionale del territorio identificando iniziative ed itinerari turistici per la fruizione di beni e prodotti del territorio coerenti con gli obiettivi definiti dal committente

Grado di complessità 3

1.3 EVENTO SPECIFICO INTEGRATO

Progettare la promozione di un evento specifico integrato (es. congressi, meeting, exhibition, entertainment, ecc.) coordinando i diversi attori coinvolti nella sua organizzazione e realizzazione

Grado di complessità 2

1.2 PACCHETTO TURISTICO

Progettare la vendita di un pacchetto turistico territoriale (alloggio, ristorazione, trasporto e luoghi d'interesse), calcolando le relative marginalità dell'agenzia e del TO e identificando modalità per la massimizzazione della vendita (es. sviluppo servizi ancillari)

Grado di complessità 1

1.1 EVENTO SPECIFICO

Progettare un'azione di marketing per promuovere un evento al fine di valorizzare le risorse ambientali, culturali ed enogastronomiche, nel rispetto del budget previsto

2 - COMUNICAZIONE

Grado di complessità 3

2.3 CAMPAGNA PROMOZIONALE

Progettare una campagna di promozione del prodotto turistico, selezionando azioni e strumenti

maggiormente funzionali alla penetrazione nel mercato individuato e tenendo conto degli obiettivi e vincoli posti dal committente (es. budget di spesa, target prefissati)

Grado di complessità 2

2.2 SOCIAL MEDIA

Individuare, a seconda del prodotto e delle richieste del committente, le azioni da svolgere sulla comunicazione digitale suddividendole nelle varie tipologie (campagne social, sviluppo portali dedicati, sistemi di prenotazione online, sistemi di couponing, email marketing, bannering e adwords, media marketing)

Grado di complessità 1

2.1 CARTACEA

Identificare i prodotti cartacei da produrre (es. flyer, promo, cataloghi) a seconda del tipo di prodotto da promuovere, rispettando le richieste del committente (es. vincoli di budget, utilizzo di lingue straniere)

ADA.23.03.01 - PROGETTAZIONE, PROGRAMMAZIONE E ORGANIZZAZIONE DI OFFERTE TURISTICHE TERRITORIALI

SCHEDA RISORSE A SUPPORTO DELLA VALUTAZIONE DEL RISULTATO ATTESO 2

RISORSE FISICHE ED INFORMATIVE TIPICHE (IN INPUT E/O PROCESS ALLE ATTIVITÀ)

- Eventi specifici o integrati
- Risorse ambientali, culturali ed enogastronomiche
- Beni e prodotti del territorio
- Servizi di intrattenimento
- Strutture ricettive
- Mezzi di trasporto
- Amministrazioni locali e stakeholder
- Budget

TECNICHE TIPICHE DI REALIZZAZIONE/CONDUZIONE DELLE ATTIVITÀ

- Metodi e tecniche di progettazione di servizi turistici territoriali
- Tecniche gestione delle relazioni con stakeholder e istituzioni
- Tecniche di marketing turistico (promozione e comunicazione)

OUTPUT TIPICI DELLE ATTIVITÀ

- Relazione/reti (amministrazioni locali, aziende ricettive/ristorative, fondazioni culturali, associazioni sportive, ecc.) costruite
- Piano di sviluppo turistico territoriale sviluppato
- Pacchetti turistici territoriali progettati
- Strategie promozionali (campagna promozionale con relativi canali e modalità: promozione diretta-cartacea, social media marketing) realizzate

INDICAZIONI A SUPPORTO DELLA SCELTA DEL METODO VALUTATIVO E DELLA PREDISPOSIZIONE DELLE PROVE

ESTENSIONE SUGGERITA DI VARIETÀ PRESTAZIONALE

1. L'insieme delle tecniche di pianificazione e progettazione di servizi turistici territoriali (città o regione)
2. L'insieme delle tecniche di marketing turistico

DISEGNO TIPO DELLA VALUTAZIONE

1. Prova prestazionale: impostazione di un piano di sviluppo territoriale attraverso valorizzazione di risorse (di un territorio dato), in termini di obiettivi, temi, contenuti, modalità e risorse
2. Colloquio tecnico relativo all'impostazione di una campagna promozionale: risorse, canali, ecc.

ADA.23.03.01 - PROGETTAZIONE, PROGRAMMAZIONE E ORGANIZZAZIONE DI OFFERTE TURISTICHE TERRITORIALI

ADA.23.03.01 - PROGETTAZIONE, PROGRAMMAZIONE E ORGANIZZAZIONE DI OFFERTE TURISTICHE TERRITORIALI

SCHEDA DI CASO

RISULTATO ATTESO 3 - Collocare l'offerta turistica, organizzando iniziative ed itinerari turistici, interagendo e collaborando con le strutture ricettive del territorio e le compagnie di trasporti

1 - ESCURSIONI

Grado di complessità 2

1.2 ESCURSIONI GIORNALIERE IN REGIONE

Elaborare, sulla base della richiesta del committente, un programma di escursione giornaliera sul territorio regionale, combinando mezzo di trasporto, servizi di guida e/o accompagnatori e visite alle attrazioni turistiche tenendo conto della normativa vigente in materia di trasporti. Alla luce del programma definito, calcolare il costo dell'escursione e fissarne il prezzo di vendita

Grado di complessità 1

1.1 ESCURSIONI GIORNALIERE IN CITTÀ

Elaborare, sulla base della richiesta del committente, un programma di escursione giornaliera sul territorio cittadino, combinando mezzo di trasporto, servizi di guida e/o accompagnatori e visite alle attrazioni turistiche. Calcolare, alla luce del programma definito, il costo dell'escursione e fissarne il prezzo di vendita

2 - VIAGGI INCOMING

Grado di complessità 3

2.3 PROGRAMMA SOCIALE

Elaborare, sulla base della richiesta del committente, un programma sociale nel territorio (es. per manifestazioni fieristiche o eventi congressuali), in lingua italiana e inglese, con date fisse di arrivo e partenza, creando momenti collaterali d'interesse, combinando mezzi di trasporto, servizi di guida e/o accompagnatori e visite e definendo costi e prezzo di vendita

Grado di complessità 2

2.2 STAGIONALI

Elaborare, sulla base della richiesta del committente, un itinerario nel territorio d'interesse e nel periodo richiesto, combinando mezzi di trasporto, servizi di guida e/o accompagnatori e visite alle attrazioni turistiche, stipulando assicurazioni di viaggio e definendo costi e prezzo di vendita

ADA.23.03.01 - PROGETTAZIONE, PROGRAMMAZIONE E ORGANIZZAZIONE DI OFFERTE TURISTICHE TERRITORIALI

Grado di complessità 1

2.1 A CATALOGO

Elaborare un itinerario sul territorio per una vendita a catalogo, combinando mezzi di trasporto, servizi di guida e/o accompagnatori e visite alle attrazioni turistiche calcolando, alla luce del programma definito, il costo del viaggio e fissando il prezzo di vendita

3 - INTERAZIONI

Grado di complessità 2

3.2 PER EVENTI DI DIMENSIONE NAZIONALE O INTERNAZIONALE

Programmare, sulla base della richiesta del committente, i servizi turistici collaterali ad eventi di grande interesse (es. fiere, eventi sportivi, mostre), combinandoli con attività e/o servizi dedicati, verificando che i tempi siano compatibili

Grado di complessità 1

3.1 PER TEMA

Elaborare, sulla base delle richieste e delle caratteristiche del committente, un itinerario tematico (es. shopping, enogastronomico, economico), contattando operatori del territorio che offrano servizi di trasporto e strutture ricettive che corrispondano alle richieste del committente

4 - COLLOCAZIONE

Grado di complessità 2

4.2 VENDITA ONLINE

Realizzare azioni di vendita online del prodotto turistico e/o collocare il prodotto in circuiti organizzati di vendita sul web, identificando il mercato target adatto al prodotto (locale, nazionale, estero)

Grado di complessità 1

4.1 VENDITA DIRETTA

Realizzare azioni di vendita diretta del prodotto turistico e/o collocare il prodotto in circuiti organizzati di vendita, identificando il mercato-target adatto al prodotto (locale, nazionale, estero)

ADA.23.03.01 - PROGETTAZIONE, PROGRAMMAZIONE E ORGANIZZAZIONE DI OFFERTE TURISTICHE TERRITORIALI

ADA.23.03.01 - PROGETTAZIONE, PROGRAMMAZIONE E ORGANIZZAZIONE DI OFFERTE TURISTICHE TERRITORIALI

SCHEDA RISORSE A SUPPORTO DELLA VALUTAZIONE DEL RISULTATO ATTESO 3

RISORSE FISICHE ED INFORMATIVE TIPICHE (IN INPUT E/O PROCESS ALLE ATTIVITÀ)

- Richiesta committente
- Attrazioni turistiche del territorio (città, regione)
- Manifestazioni ed eventi sul territorio
- Attività di intrattenimento pubblico sul territorio
- Attrazioni enogastronomiche
- Ricettività territoriale
- Risorse umane: accompagnatori, guide
- Mezzi di trasporto
- Normativa sul trasporto
- Siti dedicati alla vendita on line
- Circuiti organizzati di vendita (diretta e on line)

TECNICHE TIPICHE DI REALIZZAZIONE/CONDUZIONE DELLE ATTIVITÀ

- Tecniche di progettazione e programmazione di iniziative, escursioni e itinerari turistici
- Tecniche di pricing
- Tecniche di vendita (diretta e on line)

OUTPUT TIPICI DELLE ATTIVITÀ

- Programma escursioni giornaliere in città o in regione sviluppato
- Programma sociale turistico per manifestazioni ed eventi specifici sviluppati
- Itinerari sul territorio per la vendita a catalogo e per specifici periodi dell'anno sviluppati
- Itinerari tematici (es. shopping, enogastronomico, economico) sviluppati
- Proposte di servizi turistici collaterali ad eventi di grande interesse (es. fiere, eventi sportivi, mostre) elaborate
- Prodotto turistico collocato in canali di vendita diretta/on line

INDICAZIONI A SUPPORTO DELLA SCELTA DEL METODO VALUTATIVO E DELLA PREDISPOSIZIONE DELLE PROVE

ESTENSIONE SUGGERITA DI VARIETÀ PRESTAZIONALE

1. L'insieme delle tecniche di progettazione e programmazione di escursioni e itinerari turistici per almeno due tipologie di itinerari (es. tematico, standard, ecc.)
2. L'insieme delle tecniche di vendita (diretta/on line)

DISEGNO TIPO DELLA VALUTAZIONE

1. Prova prestazionale: impostazione di un programma di escursione e relativo itinerario (a partire da input dati), da redigere anche in una seconda lingua
2. Colloquio tecnico relativo a modalità di vendita di prodotti turistici territoriali

ADA.23.03.01 - PROGETTAZIONE, PROGRAMMAZIONE E ORGANIZZAZIONE DI OFFERTE TURISTICHE TERRITORIALI

SCHEDA DI CASO

RISULTATO ATTESO 4 - Monitorare l'andamento di mercato dei prodotti/servizi realizzati, analizzando e valutando l'offerta turistica progettata e promossa

1 - ANALISI

Grado di complessità 3

1.3 ANALISI POSIZIONAMENTO

Analizzare la propria offerta turistica in funzione dei bisogni del proprio mercato target e individuare l'eventuale necessità di modificarla nel tempo per adeguarla ai cambiamenti dei bisogni dei consumatori e delle strategie dei competitors

Grado di complessità 2

1.2 ANALISI DEI COMPETITORS

Analizzare la presenza di competitors e individuare i vantaggi competitivi dell'offerta turistica progettata e promossa evidenziandone i benefici unici e i punti di differenziazione rispetto le concorrenza

Grado di complessità 1

1.1 ANALISI SERVIZI REALIZZATI

Predisporre una scheda dati della destinazione turistica proposta aggiornando e integrando, a scadenza regolare, i dati riguardanti mezzi di trasporto, servizi guida e/accompagnatori, servizi di ristorazione e strutture ricettive, stagionalità e orari di accesso alle attrazioni turistiche proposte e costi

2 - VALUTAZIONE

Grado di complessità 2

2.2 VALUTAZIONE DEL PRODOTTO OFFERTO

Valutare i risultati raggiunti e le criticità incontrate nella commerciabilità del prodotto offerto e verificarne la scomposizione in componenti per comprenderne le relative consistenze e marginalità

Grado di complessità 1

2.1 CUSTOMER SATISFACTION

Predisporre un questionario relativo al committente al fine di valutare il suo gradimento del servizio, sue possibili proposte di miglioramento e l'interesse per altri prodotti di questo tipo

ADA.23.03.01 - PROGETTAZIONE, PROGRAMMAZIONE E ORGANIZZAZIONE DI OFFERTE TURISTICHE TERRITORIALI

SCHEDA RISORSE A SUPPORTO DELLA VALUTAZIONE DEL RISULTATO ATTESO 4

RISORSE FISICHE ED INFORMATIVE TIPICHE (IN INPUT E/O PROCESS ALLE ATTIVITÀ)

- Servizi turistici realizzati sul territorio (mezzi di trasporto, servizi guida e/accompagnatori, servizi di ristorazione e strutture ricettive, stagionalità e orari di accesso alle attrazioni turistiche proposte, costi, ecc.)
- Offerte turistiche dei competitor
- Domanda turistica e nuovi trend
- Dati della customer satisfaction

TECNICHE TIPICHE DI REALIZZAZIONE/CONDUZIONE DELLE ATTIVITÀ

- Metodi e tecniche di analisi del prodotto offerto (per tutte le sue componenti)
- Metodi e tecniche di analisi dei competitor
- Metodi e tecniche di analisi del posizionamento
- Metodi e tecniche di valutazione del servizio offerto

OUTPUT TIPICI DELLE ATTIVITÀ

- Vantaggi competitivi dell'offerta individuati
- Modifiche da apportare, per miglioramento e riposizionamento, individuate

INDICAZIONI A SUPPORTO DELLA SCELTA DEL METODO VALUTATIVO E DELLA PREDISPOSIZIONE DELLE PROVE

ESTENSIONE SUGGERITA DI VARIETÀ PRESTAZIONALE

1. L'insieme delle tecniche di analisi e valutazione del servizio offerto

DISEGNO TIPO DELLA VALUTAZIONE

1. Prova prestazionale: Analisi di caso: a partire da un insieme di input forniti, relativi a servizi turistici di un territorio dato, analizzare il posizionamento dell'offerta turistica sul mercato nazionale (o internazionale)
2. Colloquio tecnico relativo alla descrizione delle possibili azioni di miglioramento per il riposizionamento della propria offerta, a partire da quanto emerso nell'analisi oggetto della prova prestazionale

FONTI

Qualificazioni presenti nell'atlante

Repertorio delle qualificazione della Regione FVG

Codice del turismo (DL 23 maggio 2011 n. 79) - Codice della normativa statale in tema di ordinamento e mercato del turismo

Legge regionale FVG 9 dicembre 2016, n. 21, Disciplina delle politiche regionali nel settore turistico e dell'attrattività del territorio regionale, nonché modifiche a leggi regionali in materia di turismo e attività produttive

Legge quadro FVG sul turismo (LR 2/2002)

Altre leggi regionali che disciplinano l'accesso alla professione di accompagnatore turistico

Articolo “L'accesso alla professione di guida turistica specialistica disciplinato dal decreto del ministero dei beni culturali n° 565 del 2015" (www.diritto.it)

Kotler P., Bowen John T., Makens James C., “Marketing del turismo”, Ed. Pearson, 2010 V edizione

SITOGRAFIA

http://gritti.provincia.venezia.it/turismo/turismo_sostenibile.htm

http://gritti.provincia.venezia.it/turismo/il_marketing_nel_turismo.htm

http://www.federagit.it/

http://www.lavoroturismo.it

http://www.beniculturali.it/mibac/export/MiBAC/sito-MiBAC/MenuPrincipale/Turismo/Assistenza-al-Turista/Professioni-Turistiche/index.html