

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

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

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 1

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

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

FONTI

Qualificazioni presenti nell'atlante

Repertorio delle qualificazioni 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>