

Tecnico del marketing turistico

 **SETTORE 23. Servizi turistici**

REPERTORIO - Lazio

AdA associate alla Qualificazione

ADA.23.03.01 (ex ADA.19.19.42) - Progettazione, programmazione e organizzazione di offerte turistiche territoriali

Tabelle di equivalenza AdA

Programmatore turistico	Liguria
Tecnico del marketing turistico e della promozione del territorio	Liguria
ESPERTO DI SVILUPPO TURISTICO TERRITORIALE	Lombardia
Tecnico del marketing turistico	Marche
Tecnico della progettazione, definizione e promozione di piani di sviluppo turistico e promozione del territorio	Puglia
Responsabile della gestione, promozione e valorizzazione delle destinazioni turistiche - Destination Manager	Toscana

Tabelle delle Qualificazioni dell'ADA

Qualificazioni che coprono tutti i RA dell'ADA

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2	RA3	RA4
TECNICO PER LO SVILUPPO TURISTICO TERRITORIALE	Abruzzo	4	X	X	X	X

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2	RA3	RA4
Tecnico esperto per lo sviluppo turistico territoriale	Basilicata	4	X	X	X	X
Tecnico della progettazione turistica locale	Campania	4	X	X	X	X
STRATEGIE PER PROMUOVERE E COMMERCIALIZZARE UN PRODOTTO TURISTICO	Friuli Venezia Giulia	4	X	X	X	X
Tecnico per la valorizzazione dei prodotti territoriali e delle produzioni tipiche	Liguria	4	X	X	X	X
Programmatore turistico	Liguria	4	X	X	X	X
Tecnico del marketing turistico e della promozione del territorio	Liguria	4	X	X	X	X
ESPERTO DI SVILUPPO TURISTICO TERRITORIALE	Lombardia	4	X	X	X	X
Tecnico del marketing turistico	Marche	4	X	X	X	X
Tecnico della progettazione, definizione e promozione di piani di sviluppo turistico e promozione del territorio	Puglia	4	X	X	X	X
ESPERTO IN DESTINATION MANAGEMENT	Veneto	4	X	X	X	X
Qualificazioni che coprono uno o più RA dell'ADA						

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2	RA3	RA4
Tecnico esperto nella progettazione di itinerari turistici esperienziali e sostenibili	Basilicata	3	X		X	X
Tecnico di marketing turistico	Basilicata	2	X		X	
Tecnico della progettazione turistica locale	Basilicata	3	X	X	X	
Tecnico della progettazione, definizione e promozione di piani di sviluppo turistico e promozione del territorio	Calabria	3		X	X	X
Tecnico esperto nella progettazione di itinerari turistici esperienziali e sostenibili	Calabria	1	X			
PREDISPOSIZIONE DELL'OFFERTA DI UN PACCHETTO TURISTICO IN PAESI EXTRA-EU	Friuli Venezia Giulia	1			X	
ADDETTO AI SERVIZI DI PROMOZIONE E ACCOGLIENZA TURISTICA	Friuli Venezia Giulia	1			X	
Tecnico del marketing turistico	Lazio	2	X	X		
Tecnico per la progettazione e la promozione di itinerari turistico-enogastronomici	Sardegna	2	X			X
Responsabile della gestione, promozione e valorizzazione delle destinazioni turistiche - Destination Manager	Toscana	3		X	X	X

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2	RA3	RA4
TECNICO SPECIALIZZATO IN TURISMO ENOGASTRONOMICO	Veneto	1	X			
Qualificazioni che coprono una o più attività dell'ADA						
Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2	RA3	RA4
Tecnico della progettazione di prodotti turistico esperienziali	Sardegna	0				
Tecnico del digital marketing turistico	Sardegna	0				
Tecnico della valorizzazione di aree naturali protette e altri siti di pregio ambientale	Sardegna	0				
IFTS - Tecniche per la promozione di prodotti e servizi turistici con attenzione alle risorse, opportunità ed eventi del territorio	Sicilia	0				
Tecnico superiore per la promozione e il marketing delle filiere turistiche e delle attività culturali	Sicilia	0				
TECNICO DI COMUNICAZIONE TERRITORIALE	Veneto	0				

Competenze

Titolo: Analisi dell'offerta turistica

Descrizione: Analisi dell'offerta turistica

Obiettivo: Individuazione delle caratteristiche dell'offerta turistica esistente e dei competitors presenti sul mercato di riferimento

Attività associate alla Competenza

Attività dell' AdA ADA.23.03.01 (ex ADA.19.19.42) - Progettazione, programmazione e organizzazione di offerte turistiche territoriali associate:

Risultato atteso:RA1: 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

Analisi della domanda potenziale rispetto alle caratteristiche del territorio di riferimento

Individuazione delle principali risorse potenziali del territorio, culturali, naturali ed enogastronomiche da valorizzare

CONOSCENZE

Elementi base di geografia turistica

Elementi di base di statistica ed economia

Il mercato del turismo e le sue tendenze

Le politiche e le strategie turistiche: nuove tendenze

Le norme di diritto nazionale, comunitario e regionale del turismo

Le tecniche di analisi e di ricerca di mercato: variabili da rilevare, fonti, strumenti, etc.

Metodologie e tecniche di elaborazione dei dati

ABILITÀ/CAPACITÀ

Analizzare l'offerta turistica attraverso: ricerche documentarie, visite dei luoghi, analisi delle risorse della struttura e indagini di mercato

Individuare le caratteristiche del mercato della concorrenza e quello potenziale

Identificare punti di forza, debolezza, opportunità e rischi della struttura/servizio turistico

Valutare i vincoli e le opportunità della legislazione esistente in ambito turistico

Titolo: Individuazione della domanda turistica

Descrizione: Individuazione della domanda turistica

Obiettivo: Individuazione del target di riferimento e delle relative caratteristiche/preferenze

Attività associate alla Competenza

Attività dell' AdA ADA.23.03.01 (ex ADA.19.19.42) - Progettazione, programmazione e organizzazione di offerte turistiche territoriali associate:

Risultato atteso:RA1: 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

Analisi della domanda potenziale rispetto alle caratteristiche del territorio di riferimento

Individuazione delle principali risorse potenziali del territorio, culturali, naturali ed enogastronomiche da valorizzare

CONOSCENZE

Metodologie e tecniche di elaborazione dei dati

Modalità di definizione di un target di utenza

Usi e costumi dei potenziali target di riferimento

ABILITÀ/CAPACITÀ

Riconoscere i fattori che influiscono sulla scelta delle strutture da parte della clientela: componenti, caratteristiche, tassonomia degli acquisti ecc.

Prevedere i comportamenti di acquisto e consumo del turista

Identificare gli elementi caratteristici e rilevanti della domanda turistica per ricavarne informazioni qualitative e quantitative sull'affluenza

Definire il target di utenza che si desidera attrarre, coerentemente con l'infrastruttura turistica esistente

Titolo: Definizione e posizionamento dell'offerta turistica

Descrizione: Definizione e posizionamento dell'offerta turistica

Obiettivo: Composizione dell'offerta di servizi in relazione al target individuato ed al mercato di riferimento

Attività associate alla Competenza

Attività dell' AdA ADA.23.03.01 (ex ADA.19.19.42) - Progettazione, programmazione e organizzazione di offerte turistiche territoriali associate:

Risultato atteso:RA2: 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

Definizione dei piani di comunicazione e promozione dell'offerta turistica attraverso vari canali, media, mercati, ecc.

Elaborazione delle strategie generali di promozione

Individuazione con soggetti pubblici e/o privati delle potenziali sinergie di settore e dell'immagine turistica del territorio

Progettazione di piani integrati di qualificazione e/o riqualificazione dell'offerta turistica e dei relativi servizi

Risultato atteso:RA3: Collocare l'offerta turistica, organizzando iniziative ed itinerari turistici, interagendo e collaborando con le strutture ricettive del territorio e le compagnie di trasporti

Collocazione dell'offerta turistica nei circuiti organizzati

Organizzazione di iniziative ed itinerari turistici per la fruizione di beni/prodotti del territorio

CONOSCENZE

Le leve del marketing mix (brand management, politiche tariffarie e revenue management, distribuzione e comunicazione)

Metodologie e strumenti di marketing turistico

Norme e disposizioni a tutela della sicurezza dell'ambiente di lavoro

Tecniche di progettazione e implementazione di piani e programmi di lavoro

Tecniche di marketing

ABILITÀ/CAPACITÀ

Individuare indicatori di costo per la realizzazione del servizio turistico

Interpretare i bisogni espressi dalla domanda e tradurli in offerte reali

Identificare servizi primari e complementari ad integrazione e completamento

dell' offerta turistica

Stabilire immagine e prodotto turistico da veicolare all'esterno in relazione al target di utenza individuato

Definire piani di marketing turistico: offerte, prodotti, progetti, azioni, strategie

Titolo: Promozione dell'offerta turistica

Descrizione: Promozione dell'offerta turistica

Obiettivo: Elaborazione del messaggio e dello stile comunicativo per la promozione dei servizi e individuazione dei relativi canali tradizionali o new media

Attività associate alla Competenza

Attività dell' AdA ADA.23.03.01 (ex ADA.19.19.42) - Progettazione, programmazione e organizzazione di offerte turistiche territoriali associate:

Risultato atteso:RA2: 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

Definizione dei piani di comunicazione e promozione dell'offerta turistica attraverso vari canali, media, mercati, ecc.

Elaborazione delle strategie generali di promozione

Individuazione con soggetti pubblici e/o privati delle potenziali sinergie di settore e dell'immagine turistica del territorio

Progettazione di piani integrati di qualificazione e/o riqualificazione dell'offerta turistica e dei relativi servizi

CONOSCENZE

Funzionamento dei principali strumenti di booking on line

I motori di ricerca

I social network

Le regole dell'e-commerce

SEO (Search Engine Optimization)

Strumenti e linguaggi della web communication e del web marketing

Web marketing applicato al settore turistico

Le tecniche comunicative relazionali

Tecniche di comunicazione promozionale e pubblicitaria

ABILITÀ/CAPACITÀ

Individuare le tecniche e gli strumenti di promozione più attuali e di impatto rispetto al target individuato

Identificare i canali comunicativi più efficaci per la promozione del prodotto/servizio turistico

Determinare lo stile comunicativo più adeguato per raggiungere il target di utenza individuato

Individuare, distinguere e definire le modalità di comunicazione web

Codici ISTAT CP2021 associati

Codice	Titolo
---------------	---------------

3.4.1.1.0	Tecnici delle attività ricettive e professioni assimilate
-----------	---

Codici ISTAT ATECO associati

Codice Ateco	Titolo Ateco
---------------------	---------------------

79.90.19	Altri servizi di prenotazione e altre attività di assistenza turistica non svolte dalle agenzie di viaggio nca
----------	--

79.90.11	Servizi di biglietteria per eventi teatrali, sportivi ed altri eventi ricreativi e d'intrattenimento
----------	--

Copyright 2025 INAPP | All Rights Reserved