



REGIONE
PUGLIA



Programma MiFormoeLavoro

Avviso pubblico per la concessione di un voucher formativo e voucher di servizio per l'accompagnamento al lavoro in favore di disoccupati - POR PUGLIA 2014-2020 Asse VIII - Promuovere la sostenibilità e la qualità dell'occupazione e il sostegno alla mobilità professionale. Azione 8.2 - "Interventi rivolti ai disoccupati" (FSE)

Percorso Formativo: Esperto Del Turismo Internazionale (Inglese Turistico)

<p>Percorso Formativo</p>	<p>Esperto Del Turismo Internazionale (Inglese Turistico)</p>
<p>Descrizione Della figura</p>	<p>L'Esperto Del Turismo Internazionale elabora e gestisce progetti di sviluppo turistico internazionale, volti a promuovere l'immagine e le attività turistiche di una determinata o più aree geografiche. Cura la valorizzazione turistica dei territori, utilizzando metodologie di marketing per "vendere" le zone turistiche oltre che per pianificare e gestire attività turistiche. Effettua l'analisi del contesto al fine di individuare risorse di interesse turistico, valutando i fattori ambientali, economici, sociali locali da poter integrare nell'offerta turistica; elabora una strategia di promozione del prodotto turistico; pianifica un piano di commercializzazione del territorio, coinvolgendo le imprese turistiche locali, stimolandone lo sviluppo e promuovendo partnership pubblico/private; coordina le attività di promozione dell'offerta turistica, monitorandone lo svolgimento e verificandone i risultati.</p>
<p>Obiettivi del modulo</p>	<p>Partendo da un'approfondita conoscenza delle risorse di un territorio, il percorso formativo sviluppa le competenze necessarie per sviluppare un'accoglienza turistica che sia veramente competitiva sul mercato globale. Ampia rilevanza viene data all'analisi del mercato globale e alle tecniche di comunicazione relative alla promozione dei sistemi turistici. Tali competenze rafforzano le capacità di gestire le imprese turistiche e di organizzazione di campagne di marketing territoriale. Le elevate competenze linguistiche consentono di operare nei contesti internazionali. Il corso intende fornire ai partecipanti gli strumenti, il linguaggio tecnico appropriato e la fluidità linguistica adeguata a tutte le professioni che operano nel settore del turismo.</p> <p>Conoscenze. Conoscere:</p> <ul style="list-style-type: none"> • principali metodologie della ricerca di mercato per svolgere indagini di scenario, ricerche sui comportamenti d'acquisto, analisi banche dati specifiche • specificità del territorio per sviluppare proposte coerenti con gli aspetti peculiari del contesto di riferimento • metodologie di analisi e programmazione per strutturare percorsi di studio e programmazioni di attività specifici del territorio • metodologie e tecniche di diffusione e promozione delle diverse iniziative, dei progetti e delle attività • tecniche di vendita per meglio promuovere il territorio • marketing operativo per utilizzarne in maniera efficace i modelli e gli strumenti: meccanismi e strategie di comunicazione pubblicitaria, leva promozionale • leve del marketing mix: prodotto, prezzo, distribuzione, pubblicità • il funzionamento di tour operator, agenzie di viaggi e compagnie di trasporti per poter integrare al meglio i vari attori coinvolti nella promozione • il vocabolario specifico per il Turismo e gli argomenti particolari per le richieste di lavoro



REGIONE
PUGLIA



	<ul style="list-style-type: none">la terminologia specifica inglese del settore turistico e di tutti i servizi che ruotano intorno alla figura professionale. <p>Capacità. Saper:</p> <ul style="list-style-type: none">analizzare varie fonti di informazioni (orari, tariffari, libri, cataloghi, banche dati..) estrapolandoli da supporti informatici e cartaceidecodificare i feedback provenienti dal mercato di riferimento per poter strutturare interventi di promozione miratirealizzare attività di studio e di analisi del mercato e della concorrenza per strutturare offerte specifiche e contestualizzateidentificare le priorità di intervento di un territorio per strutturare la promozione più efficacefacilitare la collaborazione con istituzioni, enti, soggetti economici e imprenditoriali per la realizzazione degli interventi progettatiinteragire con compagnie di trasporti, strutture ricettive e turistiche in genere per il loro coinvolgimento all'interno di iniziative specifiche di promozionestrutturare attività promozionali e pubblicitarie specifiche (comunicati stampa, depliant, cataloghi, manifesti, articoli...) secondo il tipo di attività individuatasviluppare la scioltezza generale dell'inglese con lo scopo di poter esprimerti più precisamente con i colleghi stranieri e con i clientirealizzare una conversazione efficace con il cliente in lingua inglese, sia in presenza che telefonicamenteleggere e comprendere testi e guide turistiche in lingua inglesesostenere una conversazione in ambito turistico in lingua ingleseformulare ed esporre itinerari locali di interesse turistico in lingua inglese
Durata (in ore)	210
Prerequisiti d'ingresso	Titolo di istruzione secondaria superiore o almeno 3 anni di esperienza lavorativa nell'attività professionale di riferimento
Contenuti minimi	<p>Il percorso formativo permetterà di formare una figura professionale in grado di gestire il rapporto con strutture ricettive turistiche, anche in ambito internazionale, Tour Operator e agenzie di viaggio per l'offerta di servizi di accoglienza avvalendosi di strumenti e competenze per lavorare negli ambiti del marketing analitico, strategico e operativo: ricerche e analisi di mercato, brand e product management, trade marketing, comunicazione, sales management, e nelle nuove professioni digitali: Web Marketing, Social Media Marketing, Content Management, E-commerce, Digital Strategic Planning. Sarà data molta importanza allo sviluppo delle competenze linguistiche soprattutto relativamente al settore turistico.</p> <p>Argomenti saranno:</p> <ul style="list-style-type: none">➤ INGLESE TURISTICO (60 ore)• Modulo 1: Elementi di grammatica inglese• Modulo 2: Conoscenza del vocabolario del settore turistico: In hotel - In aeroporto - Alla stazione - In aereo- All'ufficio del turismo - Al ristorante - Turismo in città - Chiedere informazioni - Avvisi - Banca e cambio monete• Modulo 3: Glossario tecnico e fraseologia tipica dell'accoglienza - Terminologia specifica e termini chiave; - Approfondimento di vocaboli, frasi e dialoghi attinenti a situazioni lavorative; - Gestione delle fasi di accoglienza del cliente (front-office)• Modulo 4: Geografia turistica - Descrivere luoghi di interesse, edifici storici e itinerari artistici; - Descrivere paesaggi naturali e il clima di un luogo; - Descrivere eventi di interesse artistico - culturale, - Presentare proposte di

viaggio e pacchetti turistici e orientare le scelte del cliente - Descrivere prodotti tipici locali e tradizioni popolari - Pianificare un itinerario turistico

- **Modulo 5:** Marketing del turismo - Parlare al telefono - rispondere a richieste di informazioni - Scrittura di lettere commerciali - Ricerca e gestione della clientela (tipologie di clienti per professione, fasce di età)

- **RELAZIONI, PUBBLICHE RELAZIONI E STRUMENTI DI COMUNICAZIONE INTEGRATA (40 ore)**
 - Le Relazioni Pubbliche;
 - Il ruolo strategico delle relazioni pubbliche;
 - Le sponsorizzazioni;
 - Convegno, tavola rotonda, seminario, convention, annual meeting, visite aziendali, manifestazioni, eventi;
 - Comunicazione: istituzionale e di prodotto
 - Concetti e definizione di immagine e di identità d'impresa
 - La comunicazione istituzionale e i suoi strumenti (marchio, identità visiva e immagine, marca, identità di marca, creazione e gestione della marca, strategie di marca)
 - Efficacia del piano di comunicazione
 - Definizione dei risultati attesi e criteri di analisi quantitativi e qualitativi
 - Risultati a breve, medio, lungo periodo

- **ELABORAZIONE DI PACCHETTI TURISTICI INTEGRATI (60 ore)**
 - L'analisi del territorio
 - Marketing turistico e territoriale
 - L'analisi SWOT del territorio e strutture ricettive
 - Analisi dell'accoglienza turistica: le strutture ricettive tradizionali
 - Analisi SWOT delle strutture ricettive
 - Arricchimento dell'offerta turistica
 - Le fattorie didattiche
 - I momenti esperienziali
 - Le degustazioni
 - Le visite
 - I mercatini
 - Le sagre
 - I percorsi
 - La progettazione del pacchetto turistico

- **MARKETING DEL TURISMO INTEGRATO E IL PIANO DI MARKETING (50 ore)**
 - Cosa è il marketing
 - Il concetto di marketing
 - Marketing di prodotto e servizio
 - Marketing di prodotto e di servizi
 - L'analisi SWOT
 - La pianificazione operativa

Attestazione
finale

Attestato di Frequenza con profitto