

Programma Formativo

Titolo: Touring Operator Specialist (60 ore)

Il sistema legislativo del turismo a livello regionale, nazionale, europeo ed internazionale; (20 ore)

- Gli aspetti normativi riguardanti le imprese del sistema turistico: tour operator, agenzie di viaggio, strutture ricettive, mezzi di trasporto e della ristorazione;
- Il turismo ecosostenibile (La carta di Lanzarote 1995, il Libro Verde della Commissione Europea 29.06.2008)
- Le norme di sicurezza e di igiene alimentare nelle strutture turistiche e della ristorazione;
- Le figure professionali nel mondo del turismo;
- Certificazione ambientale dei processi aziendali (EMAS);

Marketing del Territorio e Destination Management (20 ore)

- I fattori che determinano la vocazione turistica del territorio
- Le specificità del marketing del territorio
- L'applicazione del marketing ai sistemi territoriali
- Destination management: definizioni e motivi
- Gli obiettivi del destination management
- Il ruolo del marchio territoriale
- Tipologia delle destinazioni: destinazioni di tipo corporate e destinazioni di tipo community
- Promozione della collaborazione tra gli attori locali
- Qualità dell'offerta della destinazione
- Il comportamento di scelta dei turisti
- Comunicazione, notorietà e immagine della destinazione turistica
- Portali e Destination Management System
- L'azione di destination marketing rivolta agli ospiti della destinazione durante la vacanza
- La creazione, l'organizzazione e la promozione di eventi

Web Marketing Per il Turismo (20 ore)

- Perché il prodotto turistico si vende on line

- Gli utenti on line e l'e-commerce
- Il sito web aziendale e/o territoriale come strumenti di promozione e vendita
- Le caratteristiche del sito web aziendale e/o di promozione territoriale
- L'analisi della concorrenza on line
- Search Engine Marketing (SEM) e Search Engine Optimization (SEO)
- Geo marketing
- Brand Reputation on line;
- L'importanza dei sistemi di prenotazione on line;
- L'importanza dei social networks e la loro gestione;

Titolo: Tourism Quality Management (60 ore)

Aspetti economici e finanziari di una attività turistica (20 ore)

- Le interrelazioni fra prezzi e costi nelle aziende turistiche;
- La classificazione dei costi;
- La determinazione dei prezzi sulla base dei costi;
- Prezzi e Mercato;
- Il Break even Analysis
- La differenziazione dei prezzi e la tecnica dello yield management;
- La segmentazione dei prezzi nell'azienda alberghiera: l'up grading e il down grading come politica di marketing;

Le Aziende Alberghiere (20 ore)

- L'offerta e la dimensione alberghiera;
- Il processo produttivo, erogativo e l'assetto organizzativo di un albergo
- La struttura dei costi e dei ricavi: l'analisi dei costi, ricavi principali ed aggiuntivi;
- Controllo di gestione e gli indici alberghieri;

Front Office Management

- Il ruolo del Front office: il cuore di un albergo;
- La gestione del cliente: la prenotazione: preventivo, conferma, creazione listino e assegnazione camera
- L'arrivo del cliente: le fasi del check in (privacy, documenti di identità, comunicazione pubblica sicurezza, comunicazione statistica SPOT, imposta di soggiorno, il conto)
- La gestione del cliente in casa: servizi di arricchimento, dotazione del ricevimento, gestione corretta delle lamentele, gestione addebiti extra;
- La partenza del cliente: le fasi del check out (recensioni e schede giudizi)
- Gestione Operativa altri reparti e housekeeping

- Il dizionario "tecnico"
- Conoscenza delle principali agenzie on line e del loro corretto utilizzo;
- Conoscenza dei servizi tecnologici per la distribuzione on line;
- I contratti di A.D.V. e T.O. (caso pratico di compilazione)
- Creazione di offerte e pacchetti turistici

I Tour Operator

- Differenza tra tour operator e tour organizer;
- L'Attività dei T.O.
- L'organizzazione aziendale di un tour operator;
- Il Processo produttivo e distributivo dei t.o.;
- I contratti connessi all'acquisizione dei servizi ricettivi e di trasporto;
- La struttura dei costi e dei ricavi;
- I principali indici;

Le Agenzie di Viaggio

- Differenza tra Adv e T.O.;
- Organizzazione aziendale/gestionale di un'agenzia di viaggio.

Food and Beverage Management (20 ore)

- L'importanza del marketing nel mondo della Ristorazione;
- Il Ruolo del Food and Beverage Management
- Il Menù come strategia di marketing e posizionamento del ristorante;
- Visual Menu-Merchandising;
- Menù Engineering;
- L'indice di valutazione: Menù Scoring
- Illustrazione dei costi fissi e i costi variabili nel reparto FOOD & BEVERAGES;
- Metodologie professionali d'imputazione dei costi diretti e allocazione dei costi indiretti;
- La ricetta standard: elaborazione di una scheda tecnica di produzione;
- Definizioni di FOOD-COST e Calcolo del FOOD-COST
- Analisi dei costi di un Evento di banqueting;
- Il Profit & Loss di un Banchetto.
- Esercitazione Pratica.

Docenti:



Generiamo soluzioni per il turismo

Avv. Marta Galluzzi
Dott.ssa Marelda Basile
Dott. Leonardo Palmisano
Dott. Giuseppe Ancona