



GIOVANI SÌ



Regione Toscana



RIAPERTURA AVVISO DI SELEZIONE

per l'ammissione al Corso di Istruzione Tecnica Superiore per

TECNICO SUPERIORE PER IL TURISMO 4.0

(ESPERTO IN MARKETING E COMUNICAZIONE DIGITALE)

Area Tecnologica: Tecnologie innovative per i Beni e le Attività Culturali - Turismo

Ambito: Turismo e attività culturali

Figura Nazionale: **Tecnico Superiore per la comunicazione per la promozione e il marketing delle filiere turistiche e delle attività culturali** (Ambito 5 Turismo e attività culturali - Figura 5.1.1. dell'allegato E - Decreto Interministeriale 05/02/2013) - Biennio 2021 - 2023

Corso cofinanziato dal POR FSE 2014-2020, ASSE A Occupazione, approvato con D.D. 7069 del 27/04/2021, inserito nell'ambito di Giovanisì (www.giovanisi.it), il progetto della Regione Toscana per l'autonomia dei giovani.

La Fondazione **Istituto Tecnico Superiore Turismo, Arte e Beni Culturali (ITS TAB)** **riapre l'Avviso** per l'ammissione al Corso di Istruzione Tecnica Superiore **TECNICO SUPERIORE PER IL TURISMO 4.0 (ESPERTO IN MARKETING E COMUNICAZIONE DIGITALE) - Acronimo T.E.S.T. 4.0**

Il corso intende formare Tecnici Superiori con conoscenze e competenze tecniche e tecnologiche, altamente specialistiche e con elevato livello professionale, nell'area delle tecnologie innovative, per le attività culturali ed il turismo, tali da consentire, un loro efficace e rapido inserimento nel mercato del lavoro locale, nazionale ed internazionale.

Il termine per la presentazione delle domande di ammissione è fissato nel giorno 25 febbraio 2022, e comunque entro e non oltre il raggiungimento del 10% delle ore previste dal percorso.

Art. 1 - Destinatari e requisiti di ammissione

Il bando è riaperto per completare il numero degli allievi del corso.

Il corso è rivolto a 25 allievi, di età compresa tra i 18 e i 30 anni (non compiuti alla data di scadenza dell'avviso), che:

- siano in possesso di un diploma di scuola secondaria superiore oppure che abbiano frequentato un percorso quadriennale di Istruzione e Formazione tecnica Professionale (IeFP) integrato da un percorso di Istruzione e Formazione tecnica Superiore (IFTS) della durata di un anno;
- siano in possesso di buone competenze nell'uso della lingua inglese e dell'informatica.

I cittadini non comunitari dovranno, inoltre, essere in possesso di regolare permesso di soggiorno in corso di validità.

Art. 2 - Profilo professionale e sbocchi occupazionali

Il Tecnico superiore per il turismo 4.0 in esito al percorso:

- Gestisce e promuove le relazioni e i rapporti con soggetti pubblici e privati del settore per definire un'adeguata offerta dei prodotti turistici del territorio, delle sue peculiarità turistiche ed enogastronomiche, ivi comprese le nuove tipologie di servizi per i turismi;
- Opera per la valorizzazione del territorio in una logica di offerta turistica integrata ed ha gli strumenti per garantire una migliore e più rapida integrazione tra attività turistiche (vettori, aziende di trasporto, strutture ricettive, attrazioni);
- Possiede ampia conoscenza dei mercati e dei comportamenti dei consumatori tramite un'efficiente capacità di raccolta e gestione di dati;
- Provvede alla ricerca delle fonti informative e alla elaborazione dei dati sia per individuare nuovi filoni narrativi sia per pianificare e gestire progetti che ottimizzino la qualità dei servizi nel settore turistico, nell'ideazione di eventi, nelle aree della comunicazione e della commercializzazione;
- Pianifica, gestisce e controlla le azioni di marketing, pianifica e coordina attività di monitoraggio degli esiti delle azioni di promozione e marketing intraprese;
- Possiede competenze innovative in direzione di un turismo poliedrico e intersettoriale (big data analytics, web marketing, brand identity, networking, storytelling, virtual tour, revenue management, ecc); sa promuovere lo sviluppo di particolari attività esperienziali avvalendosi della realtà virtuale e dell'arricchimento delle informazioni; sa declinare l'offerta turistica garantendo ai viaggiatori la sicurezza di vivere esperienze sicure, uniche, all'insegna della sostenibilità della libertà e dell'equità.

SBOCCHI OCCUPAZIONALI

Il **Tecnico superiore per la promozione ed il marketing delle filiere turistiche e delle attività culturali** può trovare occupazione coerente presso le seguenti tipologie di imprese rappresentative del tessuto imprenditoriale delle aree territoriali di ricaduta dell'intervento:

- DMC – Destination Management Company, - Tour Operator e agenzie di viaggio e di intermediazione specializzate nell'incoming e/o nel turismo esperienziale;
- Promoter, Web agency ed altre società di comunicazione e marketing turistico, operanti a supporto di singole imprese, sistemi territoriali o network;
- Costruttori di network territoriali di risorse turistiche (volti a gestire la complessità del sistema);
- Enti e/o consorzi di promozione turistica, consorzi di tutela e marchi di qualità;
- Agenzie di organizzazione/promozione eventi (manifestazioni, fiere, congressi, ecc);
- Dimore storiche e Luxury hotels – Strutture ricettive e catene alberghiere – Strutture termali;
- Agriturismi e imprese di produzioni tipiche;
- Imprese di ricerca socio-economica e di mercato;
- Imprese di servizi per attività culturali e museali;
- Aziende informatiche specializzate in prodotti e servizi ad alto valore tecnologico, nell'ambito della promozione turistica (piattaforme, app, allestimenti multimediali, virtual tour, ecc).

Tali tipologie di imprese trovano pieno riscontro nella realtà territoriale di ricaduta del progetto e nelle aziende coinvolte nella realizzazione della fase di stage.

Può inoltre operare come libero professionista.

Art. 3 – Competenze tecniche in esito al percorso

I partecipanti che concluderanno con esito positivo il percorso formativo saranno in grado di:

- Analizzare la domanda potenziale di servizi turistici, applicando tecniche di analisi di mercato e individuando le principali risorse geografiche, storiche, culturali, artistiche, socio-economiche, logistiche ed enogastronomiche del territorio;
- 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;
- Sviluppare il piano operativo di marketing (marketing mix), definendo gli strumenti operativi (politica di brand management, prezzo, canali distributivi e comunicazione) per il raggiungimento degli obiettivi delineati;
- Sviluppare soluzioni di trade marketing rivolte alla rete distributiva commerciale (es. visual merchandising, promozioni);
- Definire e proporre servizi di hospitality, adeguati sulle esigenze del target di riferimento, con particolare attenzione ai servizi di accoglienza ed informazione, alla gestione della relazione con il cliente, ai differenti parametri di qualità, alle richieste ed alla gestione di eventuali imprevisti;
- Collocare l'offerta turistica, organizzando iniziative ed itinerari turistici, interagendo e collaborando con le strutture ricettive del territorio e le compagnie di trasporti;
- Stabilire le politiche di customer satisfaction nei servizi di ricettività, a partire dall'individuazione dei fabbisogni della clientela, definendo strategie e modalità operative finalizzate a massimizzare la soddisfazione del cliente;
- Progettare il lancio del prodotto/servizio, sulla base del target selezionato, analizzando il piano di marketing strategico e le caratteristiche del prodotto/servizio;
- Monitorare l'andamento di mercato dei prodotti/servizi realizzati, analizzando e valutando l'offerta turistica progettata e promossa.

I diplomati acquisiranno anche competenze di carattere più generale e trasversale, di tipo linguistico, comunicativo e relazionale, giuridico ed economico, organizzativo e gestionale utili per un rapido e più efficace inserimento occupazionale.

Art. 4 - Percorso didattico

Il percorso didattico sarà strutturato in 4 Semestri per un totale di **2000 ore tra lezioni frontali, attività laboratoriali e stage**. Le attività formative si svolgeranno dal lunedì al venerdì con moduli didattici della durata giornaliera compresa tra 4 e 8 ore.

Il percorso didattico sarà strutturato come di seguito sintetizzato:

B.2.1 Piano formativo I anno (descrizione sintetica del piano formativo del I anno)

UF	TITOLO UNITÀ FORMATIVA	ORE
01	INFORMATICA	24
02	LINGUA INGLESE	32
03	STRUMENTI INFORMATICI E MULTIMEDIALITÀ PER IL TURISMO	24
04	BUSINESS ENGLISH	32
05	PSICOLOGIA DEL TURISMO E COMUNICAZIONE CLIENT ORIENTED	24
06	GESTIONE DELLE RELAZIONI (Gestire le relazioni interne ed esterne all'ambiente lavorativo)	16

07	TRAINING AL TEAM WORKING E ALLA NEGOZIAZIONE	16
08	ELEMENTI DI STATISTICA	32
09	LEGISLAZIONE E NORMATIVE DI RIFERIMENTO	20
10	SICUREZZA SUI LUOGHI DI LAVORO (Settore turistico)	16
11	PIANIFICAZIONE, CONTROLLO DI GESTIONE E BUDGETING	36
12	TECNICHE DI MONITORAGGIO E VALUTAZIONE	12
13	SISTEMA TURISTICO TOSCANO (CON FOCUS SUL TERRITORIO SENESE): PRODOTTI, MERCATI, NUOVI SCENARI E IMPRESE 4.0	24
14	TIPICITÀ PAESAGGISTICHE, ARTISTICHE, CULTURALI E ENOGASTRONOMICHE TERRITORIALI (Provincia di Siena e aree limitrofe) – UF erogata in lingua inglese	72
15	TOURISM SUSTAINABILITY	24
16	HOSPITALITY MANAGEMENT (Sistema di accoglienza e Customer Satisfaction) –UF erogata in lingua inglese	28
17	MARKETING & SALES PER IL TURISMO	24
18	NEW TECHNOLOGIES LAB FOR TOURISM, CULTURE AND ART CITIES	24
19	WEB E SOCIAL MEDIA MARKETING TURISTICO -TECNICHE SEO	52
20	NEUROWEBMARKETING	16
21	REVENUE MANAGEMENT	24
22	DESTINATION MANAGEMENT E STRATEGIE DI PROMOZIONE	28

FORMAZIONE IN AULA	600
STAGE IN AZIENDA	400
TOTALE PRIMA ANNUALITÀ	1000

B.2.2 Piano formativo II anno (descrizione sintetica del piano formativo del II anno)

UF	TITOLO UNITÀ FORMATIVA	ORE
01	ANALISI DEI DATI E RICERCHE DI MERCATO - BIG DATA ANALYSIS	48
02	SOCIOLOGIA DELL'AMBIENTE E DEL TERRITORIO (Laboratori di ricerca in esterna)	36
03	PROJECT MANAGEMENT	32
04	DEFINIZIONE DELL'OFFERTA INTEGRATA	36
05	SVILUPPO DEL PIANO OPERATIVO DI MARKETING	40
06	WEB COMMUNICATION (CONTENT & DESIGN)	32
07	VISUAL & BRAND IDENTITY	20
08	STORYTELLING, PROGETTAZIONE MUSEOGRAFICA, VISUAL STORY TELLING	48
09	VIRTUAL TOUR PLATFORM ED ELABORAZIONE DEI CONCEPT DI ALLESTIMENTO	68
10	LANCIO DEL PRODOTTO/SERVIZIO	32
11	MARKETING PERFORMANCE MEASUREMENT, WEB REPUTATION & CUSTOMER SATISFACTION	24
12	CULTURA D'IMPRESA E START UP	24
TOTALE		440

FORMAZIONE IN AULA	440
STAGE IN AZIENDA	560
TOTALE SECONDA ANNUALITÀ	1000

Le attività di stage saranno realizzate per 960 ore presso aziende del settore. I partecipanti al corso potranno realizzare una parte di Stage in aziende di altre regioni.

Tutti gli ambiti disciplinari si svolgeranno in massima parte in laboratori tecnologici appositamente attrezzati.

Il corso si avvarrà di docenti qualificati che, per oltre il 90% del monte ore del corso, provengono dal mondo del lavoro e delle professioni con esperienza specifica di almeno 5 anni. Saranno coinvolti anche docenti provenienti dall'Università, dai Centri di Ricerca e dalla Formazione tecnica e professionale.

Completeranno il percorso attività seminari, testimonianze di protagonisti del settore e visite didattiche a fiere, manifestazioni, aziende di particolare interesse.

La frequenza è obbligatoria: un numero di assenze pari o superiore al 20% delle ore totali determina l'esclusione dal corso. Lo stage deve essere frequentato per l'intero ammontare delle ore previste (960).

Art. 5 - Diploma e certificazione finale

Sono ammessi all'esame finale gli studenti che avranno frequentato il percorso per almeno l'80% dell'attività

formativa, del 100% delle ore di stage, valutati positivamente dai docenti dei percorsi medesimi e dal tutor aziendale, a conclusione delle attività formative e degli stage.

Al termine del percorso, superato l'esame finale, viene rilasciato un diploma relativo alla figura nazionale di riferimento di Tecnico Superiore per la comunicazione per la promozione e il marketing delle filiere turistiche e delle attività culturali.

Il diploma conseguito corrisponde al **V livello** del Quadro Europeo delle qualifiche per l'apprendimento permanente (EQF) e costituisce titolo per l'accesso ai pubblici concorsi ai sensi dell'articolo 5, comma 7, del D.P.C.M. 25 gennaio 2008.

Art. 6 - Sede di svolgimento

Il corso si terrà principalmente presso l'**Istituto Professionale Giovanni Caselli in Via Roma 67 - Siena**. Parte delle attività potranno tuttavia tenersi occasionalmente presso strutture di interesse didattico o scientifico situate altrove. Gli stage si svolgeranno in aziende ubicate nel territorio regionale/nazionale.

Art. 7 - Periodo di realizzazione

Il corso ha preso avvio il **29 Ottobre 2021** e avrà una durata complessiva di 4 semestri per totali 2000 ore.

Con esclusione dei periodi di interruzione delle attività didattiche per festività, vacanze estive e invernali o per consentire la preparazione di esami e prove di verifica, l'attività formativa sarà articolata in cinque giorni settimanali. Durante i periodi di stage l'orario sarà quello dell'azienda presso la quale si svolge l'attività.

Art. 8 - Termini e modalità di iscrizione

L'ammissione alla selezione di partecipazione al corso Superiore "**TECNICO SUPERIORE PER IL TURISMO 4.0 (ESPERTO IN MARKETING E COMUNICAZIONE DIGITALE) - Acronimo Test 4.0**" prevede:

- domanda di ammissione redatta sull'apposito modulo (allegato A del presente bando) reperibile sul sito web di ITS TAB (www.fondazionetab.it);
- copia fronte/retro di un documento di identità e copia del Codice Fiscale;
- curriculum vitae firmato, redatto secondo il modello europeo;
- copia del diploma di Scuola Secondaria di Secondo grado con relativa valutazione o attestazione sostitutiva di diploma rilasciato dall'Istituto Scolastico (se il diploma fosse momentaneamente indisponibile è possibile effettuare una dichiarazione sostitutiva di certificazione redatta nelle forme di cui al D.P.R. 445/2000, recante l'esatta denominazione del titolo di studio, la votazione riportata, l'anno e l'Istituto scolastico presso il quale è stato conseguito);
- eventuale altra documentazione necessaria per la valutazione di altri titoli posseduti, dichiarati nella domanda di iscrizione e nel curriculum (certificato di conoscenza della Lingua Inglese, esperienze lavorative, competenze informatiche, ecc.).

La domanda firmata in originale, con tutti i documenti allegati, dovrà essere inviata secondo una delle seguenti modalità:

- **a mezzo raccomandata A/R** all'indirizzo sotto indicato, e in tal caso farà fede il timbro di spedizione;
- **consegnata a mano, in busta chiusa**, presso la sede amministrativa della Fondazione TAB, Via di Capaccio, 1 - 50123 Firenze (dal lunedì al venerdì dalle ore 9.00 alle ore 13.00 e dalle 14.00 alle 16.00)
- **mediante l'invio di una mail, con conferma di ricezione**, all'indirizzo info@fondazionetab.it

I documenti, inviati per posta o consegnati a mano, dovranno essere contenuti in busta chiusa indirizzata al Presidente della Fondazione Istituto Tecnico Superiore Turismo, Arte e Beni Culturali - Via del Capaccio, 1 - 50123

Firenze.

La busta dovrà avere come mittente il cognome e il nome del candidato e recare la dizione: "Domanda di partecipazione al bando di selezione del corso **“TECNICO SUPERIORE PER IL TURISMO 4.0 (ESPERTO IN MARKETING E COMUNICAZIONE DIGITALE) - Acronimo Test 4.0”**”.

Le domande dovranno pervenire inderogabilmente alla Fondazione ITS TAB **entro e non oltre il giorno venerdì 25 febbraio 2022**. Le domande pervenute dopo tale termine non saranno ammesse alla selezione per la partecipazione al corso.

Art. 9 - Modalità di selezione e graduatoria

I candidati saranno ammessi al percorso formativo a seguito di un'analisi documentale, che evidenzia la loro idoneità in base ai requisiti previsti dal presente bando. Le domande di ammissione saranno esaminate da apposita Commissione, entro tre giorni dalla loro presentazione.

Sarà inoltre effettuato un colloquio orale tendente a verificare motivazione, attitudine, conoscenze e competenze per consentire la valutazione anche in merito alle capacità relazionali, decisionali e più in generale interdisciplinari.

Accertati i predetti requisiti, gli aspiranti allievi saranno ammessi alla partecipazione al corso, nel limite dei posti disponibili.

Su specifica richiesta dei candidati ammessi al corso, è previsto il riconoscimento di crediti formativi che saranno valutati dal Comitato tecnico scientifico del progetto. In caso di valutazione positiva saranno attribuiti in termini di ore formative per le quali il richiedente è esonerato dalla frequenza su specifiche Unità Formative.

Art. 10 - Quota di partecipazione

I candidati ammessi al percorso ITS, a seguito della selezione, dovranno versare una quota complessiva di € **1.000,00** a titolo di contributo per le spese di materiale didattico e di consumo (fotocopie, dispositivi individuali di protezione, visite didattiche ecc.). Le modalità di versamento verranno comunicate prima dell'inizio delle attività formative dalla Fondazione TAB. Per gli allievi che risiedono a più di 50 km di distanza dalla sede del corso sono previsti contributi per le spese documentate di vitto e alloggio.

Art. 11 - Esclusioni

Saranno esclusi dall'accesso alla procedura di selezione i candidati non in possesso dei requisiti previsti da questo bando. I requisiti devono essere posseduti alla data di scadenza prevista per la presentazione della domanda.

Art. 12 - Tutela della riservatezza dei dati personali

Tutti i dati raccolti in occasione dell'espletamento del presente avviso saranno trattati da ITS TAB, per i propri fini istituzionali, nel rispetto del Regolamento UE 2016/679, normativa nazionale e regionale vigente nonché del D.Lgs. n. 101/2018 "Codice in materia di protezione dei dati personali" e ss.mm.ii.

I dati personali forniti dai candidati, obbligatori per le finalità connesse all'espletamento della selezione, saranno trattati sia con mezzi informatici che cartacei da ITS TAB in conformità alle disposizioni contenute nella legge medesima ed esclusivamente per la gestione della procedura comparativa di cui al presente avviso e di tutte le attività successive all'eventuale prosecuzione del rapporto.

I dati personali quali nome, cognome luogo e data di nascita dei candidati, potranno, per motivi di trasparenza,

comparire sul sito web dell'ITS.

Art. 13 - Riserve

La Fondazione ITS TAB si riserva la facoltà, a proprio insindacabile giudizio e senza obbligo di darne motivazione alcuna, di prorogare, sospendere, revocare o modificare, in tutto o in parte, il presente avviso, senza che i candidati possano vantare diritti acquisiti.

Art. 14 - Ulteriori informazioni

Il presente bando è pubblicato sul sito web ufficiale della Fondazione ITS TAB (www.fondazionetab.it). Ulteriori informazioni possono essere richieste a:

Fondazione ITS TAB

Via del Capaccio, 1

50123 Firenze

Tel. 055 2616051

e-mail: info@fondazionetab.it

sito web: <http://fondazionetab.it>

Firenze, 28 gennaio 2022

La Presidente Fondazione TAB

Sonia Nebbiai

