

## FONDAZIONE ITS TAB

### POTENZIAMENTO DELL'OFFERTA FORMATIVA ITS ACADEMY – 2023-2025

#### AREA CITTA' METROPOLITANA DI FIRENZE

AMBITO	FIGURA	CORSO
9.1 Turismo e Attività culturali	9.1.2 Tecnico superiore per lo sviluppo dei processi di gestione dell'offerta delle filiere turistiche e culturali	<b>Tour Operating Manager - TOM</b>

#### SOGGETTI PARTNER

1	CENTRO STUDI TURISTICI
2	ITT MARCO POLO
3	CONFINDUSTRIA TOSCANA SERVIZI
4	CONVENTION BUREAU FIRENZE
5	UNIFI
6	APAB
7	ISTITUTO BUONTALENTI

DURATA ORE	ORE AULA/LABORATORIO	ORE STAGE
2000	1000	1000

#### FIGURA E FABBISOGNI

I dati IRPET (Novembre 2023) relativi ai flussi regionali nei primi 8 mesi del 2023 rilevano un sensibile incremento di arrivi e presenze in Toscana trainato dalla componente internazionale extraeuropea. Tuttavia si rilevano cali significativi dei flussi dall'Italia e dalla stessa Toscana rispetto al 2022 e in generale un gap da colmare rispetto al 2019 del -2% che aumenta al -7,7% per la componente nazionale. L'analisi dei flussi per Ambiti turistici specifici rileva l'aumento significativo di alcuni Ambiti collinari, segno evidente dell'efficacia di politiche mirate alla promozione e valorizzazione della destinazione turistica omogenea. Proprio per potenziare questa tendenza si evidenzia l'esigenza di competenze specifiche nell'attività di predisposizione di pacchetti e servizi incoming e la necessità di incrementare sostanzialmente l'efficacia della promozione in Italia e all'estero. Il Tour Operating Manager è in grado di pianificare l'offerta incoming per aree e prodotti omogenei, predisponendo offerte integrate di prodotti e servizi turistici capaci di valorizzare territori, risorse turistiche, culturali, artigianali del territorio. Coordinerà inoltre le strategie di marketing operativo e strategico utilizzando le tecnologie digitali più recenti (Metaverso, Realtà Aumentata, Intelligenza Artificiale) per intercettare la domanda internazionale ed interna.

**PIANO DEGLI STUDI**

<b>TOUR OPERATING MANAGER</b>		
<b>AMBITI DI BASE</b>	<b>PRIMO SEMESTRE</b>	<b>ORE</b>
<b>Ambito linguistico-comunicativo e relazionale</b>	Lingua Inglese Professionale (Livello B2)	120
	La gestione delle relazioni interne: tecniche di comunicazione (lingua inglese)	20
	La gestione delle relazioni esterne : Tecniche di negoziazione e comunicazione (IN LINGUA INGLESE)	20
	Gestire la situazione problematica e conflittuale (lingua inglese)	20
<b>Ambito Giuridico ed Economico</b>	Legislazione del settore	20
	Fiscalità e impresa	20
	Pari Opportunità, Legislazione del lavoro, Igiene, prevenzione e Sicurezza sui luoghi di lavoro	20
<b>Ambito organizzativo e gestionale</b>	Organizzazione aziendale, gestione del personale, controllo qualità	10
	Statistiche e analisi previsionali applicate al turismo	10
<b>Ambito scientifico e Innovazione tecnologica</b>	Strategie e tecniche di marketing aziendale e content marketing	30
	Turismo e tecnologie abilitanti Industria 4.0	20
<b>AMBITI DI SPECIALIZZAZIONE</b>		
<b>Aziende, mercati, territori</b>	Fiere, mercati, eventi	10
	La gestione commerciale - L'intermediazione turistica - T.O. - OTA	20
	Le risorse regionali e mercati di sbocco	10
<b>Competenze in materia di Sostenibilità</b>	Gestione sostenibile dello sviluppo turistico	20
	I Marchi di Qualità Ambientale	10
<b>Competenze gestionali e manageriali</b>	Incoming e Outgoing turistico	20
	Centri di costo e budgeting	30
	Tecniche di programmazione dell'offerta aziendale	10
<b>Life Competence</b>	Gestire empatia e lavoro di gruppo	10
	Formazione del personale e crescita continua	10
<b>Competenze Digitali</b>	Realtà Aumentata e promozione dell'offerta	20
	Big Data e turismo	20
<b>TOTALE PRIMO SEMESTRE</b>		<b>500</b>
<b>AMBITI DI SPECIALIZZAZIONE</b>		
<b>SECONDO SEMESTRE</b>		<b>ORE</b>
<b>Competenze Digitali</b>	SOCIAL MEDIA MARKETING	20
	Mataverso e turismo esperienziale	30
	Customer Relationship Management e Reputazione aziendale	20
<b>Project Work</b>	<b>Programmazione : Risorse regionali e destinazioni</b>	<b>100</b>

	Strategie di comunicazione e vendita del Prodotto	150
	Gestione : Pacchetti e turismo esperienziale	90
<b>Learning on the job</b>	Stage	90
<b>TOTALE SECONDO SEMESTRE</b>		<b>500</b>
<b>AMBITI DI SPECIALIZZAZIONE</b>	<b>TERZO SEMESTRE</b>	<b>ORE</b>
<b>Competenze Imprenditoriali</b>	Business Plan di Start up turistica	40
<b>Learning on the job</b>	Stage	460
<b>TOTALE TERZO SEMESTRE</b>	-	<b>500</b>
<b>AMBITI DI SPECIALIZZAZIONE</b>	<b>QUARTO SEMESTRE</b>	<b>ORE</b>
<b>Learning on the job</b>	Stage	440
<b>Project Work</b>	Gestione : Pacchetti e turismo esperienziale	60
<b>TOTALE QUARTO SEMESTRE</b>	-	<b>500</b>
<b>TOTALE AULA/LABORATORI</b>		<b>1010</b>
<b>TOTALE STAGE</b>		<b>990</b>

#### COSA IMPARERA'

- Utilizzare la comunicazione linguistica interculturale per promuovere l'accoglienza e il soggiorno dei turisti in Toscana
- Conoscere le risorse territoriali allo scopo di presentare un'offerta capace di valorizzare le eccellenze paesaggistiche, artistiche, storiche, culturali
- Gestire la programmazione dell'offerta turistica interpretando le aspettative del cliente nel rispetto della sostenibilità ambientale
- Analizzare e interpretare il mercato sia in termini di concorrenza che di domanda effettiva e potenziale
- Organizzare e gestire le relazioni funzionali tra i diversi reparti d'impresa secondo parametri di efficienza, efficacia e qualità
- Operare le scelte organizzative ottimali ai fini dell'efficienza aziendale e delle vendite
- Programmare pacchetti incoming capaci di valorizzare le risorse regionali nella logica di turismo esperienziale
- Applicare strategie di digital marketing allo scopo di promuovere l'offerta aziendale e incrementare le vendite
- Gestire gli elementi di pianificazione economica e finanziaria dell'azienda

#### CHE COMPETENZE AVRA'

- Gestirà le strategie commerciali con i principali player dell'intermediazione tradizionale ed online valorizzando appieno l'offerta dell'azienda
- Saprà negoziare e gestire le relazioni commerciali con intermediari nei contesti delle manifestazioni nazionali ed internazionali di settore
- Selezionerà aree e prodotti della Toscana per elaborare un'offerta capace di valorizzare le migliori occasioni di turismo esperienziale
- Utilizzerà Big Data e Intelligenza Artificiale per interpretare dati, formulare offerte, individuare mercati di acquisizione e sbocco

- Utilizzerà le strategie di Content marketing per migliorare la comunicazione aziendale ed incrementare le vendite
- Elaborerà strategie di mercato e di prodotto proponendo pacchetti incoming ed outgoing
- Gestirà i Piani di sviluppo aziendale utilizzando strumenti di budgeting economico e finanziario
- Utilizzerà le strategie di Social Media Communication e di Metaverso per migliorare l'efficacia della promozione e la fidelizzazione del cliente
- Saprà operare in una logica di networking utilizzando tutti gli strumenti pratici utili alla creazione di network di valore e gestione della leva relazionale
- Gestirà le relazioni interne ed esterne con logiche di collaborazione e negoziazione anche in contesti di relazioni internazionali

### **CHE LAVORO FARA'**

- Opererà principalmente presso Tour Operator ricettivisti con funzioni di programmazione di breve e medio termine
- Si relazionerà con il Direttore e con lo Staff di programmazione per definire le strategie, individuare i mercati di acquisizione, formulare le offerte relative ai prodotti e servizi dell'azienda
- Opererà in stretto contatto con gli Staff di promozione con i quali definirà le strategie di vendita e l'utilizzo dei canali e degli strumenti web più idonei alle vendite
- Elaborerà proposte di viaggio e soggiorno gestendo le relazioni con i fornitori dei servizi, con i quali definirà i costi di acquisizione valutandone la compatibilità economica
- Sarà in grado di effettuare la programmazione di viaggi e pacchetti outgoing, sia nel contesto di imprese di viaggi Tour Operator che Tour Organizer

### **DOVE LAVORERA'**

- Imprese di viaggi Tour Operator specializzate nell'incoming turistico a livello regionale e nazionale
- Imprese di viaggi Tour Operator operanti sia nel mercato incoming che outgoing
- Imprese di viaggi Intermediarie con attività di Tour Organizer
- Imprese Congressuali e di Eventi per le quali gestirà il trasferimento, la ricettività e l'accoglienza dei clienti
- Destination Management Company per le quali gestirà gli elementi logistici dell'accoglienza dei clienti
- Catene alberghiere nazionali ed internazionali per l'organizzazione delle attività promozionali, di accoglienza e la Convention Division