

PROGETTO FORMATIVO E DI ORIENTAMENTO

(Convenzione stipulata in data _____)

NOMINATIVO DEL TIROCINANTE	
DATA E LUOGO DI NASCITA	
RESIDENZA	
TELEFONO	
CODICE FISCALE	

ATTUALE CONDIZIONE (segnare con una x la casella corrispondente)	
<input type="checkbox"/>	Studente scuola secondaria superiore
<input type="checkbox"/>	Universitario
<input type="checkbox"/>	Frequentante corso post-diploma
<input type="checkbox"/>	Frequentante corso post laurea
<input type="checkbox"/>	Allievo della formazione professionale
<input type="checkbox"/>	Disoccupato/ in mobilità
<input type="checkbox"/>	Inoccupato
<input type="checkbox"/>	Portatore di handicap

AZIENDA OSPITANTE	
NUMERO DIPENDENTI	
NUMERO TIROCINANTI IN CORSO	
SETTORE DI ATTIVITA'	
SEDE DEL TIROCINIO	
TEMPI e ORARIO DI ACCESSO AI LOCALI AZIENDALI	
ORE SETTIMANALI PREVISTE	
PERIODO DI TIROCINIO	<i>(l'inizio del Tirocinio Formativo è comunque subordinato alla nomina da parte dell'Ufficio Provinciale del Lavoro territorialmente competente del Tutor Didattico-Formativo).</i>
TUTOR INDICATO DALL'ENTE PROMOTORE	
TUTOR AZIENDALE E QUALIFICA	
RESPONSABILE SERVIZIO DI PREVENZIONE E PROTEZIONE	
MEDICO COMPETENTE	
POLIZZA ASSICURATIVA: INFORTUNI SUL LAVORO INAIL POSIZIONE N.	
POLIZZA ASSICURATIVA: RESPONSABILITA' CIVILE N. POLIZZA E COMPAGNIA	

OBIETTIVI E MODALITA' DEL TIROCINIO

ESPERTO DI MARKETING TURISTICO

Il mercato turistico è uno dei settori di attività che ha assistito in questi ultimi anni ad evidenti processi di cambiamento, indotti soprattutto dalla crescita di complessità della domanda turistica sotto il profilo quantitativo e qualitativo.

Tali trasformazioni hanno portato alla richieste di nuove competenze, in grado di decodificare la domanda turistica e partecipare alla ideazione e produzione di un servizio - quello turistico appunto -, sempre più personalizzato e differenziato, che esige a monte scelte strategiche realizzate in accordo con i produttori del servizio stesso.

A tali esigenze risponde l'esperto di marketing turistico, una figura professionale nuova nata con lo scopo di svolgere una funzione di mediazione tra l'azienda turistica e il mercato, definendo le azioni promozionali e di vendita del prodotto verso segmenti di mercato sempre più individuali.

Tale attività può essere svolta sia in forma autonoma, da libero professionista, o dipendente, presso strutture alberghiere, aziende di soggiorno, aziende di promozione turistica, tours operator.

Le competenze dell'esperto di marketing turistico richiedono lo svolgimento di tutta una serie di attività, che vanno dalla individuazione delle caratteristiche della domanda turistica (attraverso indagini di mercato, sondaggi), alla elaborazione di strategie ad ampio raggio di sviluppo del prodotto, fino alla cura del processo di vendita del prodotto, che richiede in sé conoscenze e competenze nell'ambito del marketing, della comunicazione e della formazione. In particolare, le funzioni svolte dall'esperto di marketing turistico sono:

- analisi della domanda di mercato, attraverso la lettura di ricerche statistiche ed economiche sui fenomeni di vendita, sopralluogo sui luoghi di soggiorno turistico, progettazione di indagini di mercato (sondaggi, test, focus group), finalizzate all'individuazione dei gusti di mercato;
- progettazione e definizione del servizio turistico e dei relativi prezzi, in stretto coordinamento con i produttori del servizio;
- pianificazione del marketing, attraverso interventi promozionali, l'elaborazione di materiale pubblicitario, campagne di comunicazione e informazione del pubblico;
- organizzazione della rete di vendita, attraverso partecipazione a workshop e fiere e contatti diretti con gli organizzatori turistici;
- organizzazione della selezione e formazione del personale

COMPETENZE DI BASE

Sapere:

- Utilizzare la lingua inglese per orientarsi all'interno del mercato del lavoro "globale", individuando le opportunità professionali di interesse, a scopo formativo e/o occupazionale (looking out);
- Utilizzare in modo consapevole un computer e i principali programmi applicativi;
- Comunicare con strumenti informatici nel proprio ambiente di lavoro e all'esterno;
- Ricercare informazioni funzionali alla sua attività lavorativa;
- Analizzare, elaborare e rappresentare informazioni;
- Interpretare dati utilizzando indicatori di sintesi e di variabilità;
- Studiare connessioni e correlazioni;
- Analizzare le caratteristiche e le proprietà di una variabile aleatoria;
- Le norme di diritto nazionale, comunitario, internazionale;
- Distinguere le principali fonti normative e il loro ambito di applicazione;
- Identificare i principali vincoli normativi che regolano la vita dell'impresa;
- Orientarsi nel sistema giudiziario ed extragiudiziario per la gestione delle controversie;
- La sicurezza e la prevenzione;
- Utilizzare il sistema della sicurezza nell'ambiente di lavoro;
- Applicare i principi fondamentali di prevenzione;
- Affrontare le principali situazioni di emergenza;
- Collaborare al mantenimento delle condizioni di sicurezza nel luogo di lavoro;
- Rapporto di lavoro;
- Identificare le diverse forme contrattuali previste per il rapporto di lavoro;
- Orientarsi nel mercato del lavoro;
- Descrivere gli elementi essenziali di un documento retributivo;
- L'impresa e la sua organizzazione;
- Individuare le caratteristiche del settore e dei mercati in cui opera un'impresa;
- Descrivere i principali elementi che contribuiscono al funzionamento dell'impresa;
- Descrivere i più comuni modelli organizzativi;
- Mettere in relazione le scelte organizzative dell'impresa con le caratteristiche del suo mercato e del territorio d'insediamento;
- Individuare i fattori che concorrono a produrre i risultati dell'impresa;
- La realizzazione dell'idea di impresa;
- Identificare un'idea di business;
- Sviluppare un piano di realizzazione del progetto di business (business plan);
- Sviluppare le linee essenziali di un piano di finanziamento;
- Orientarsi tra le forme d'impresa;
- Valutare la fattibilità e convenienza del progetto complessivo.

Saper fare:

- Disporre di una buona proprietà di linguaggio, ottime capacità comunicative unite a doti di gentilezza e cortesia;
- Parlare e comprendere vocaboli ed espressioni idiomatiche relativi al servizio erogato ed al contesto operativo, in almeno due lingue straniere (inglese obbligatorio più almeno un'altra lingua prescelta in relazione alla vocazione turistica del territorio).

Saper essere:

- Gestire la comunicazione (cultura dell'accoglienza ed abilità sociali, immagine personale, tipologia di clienti);
- Essere imprenditivi rispetto al proprio contesto lavorativo.

COMPETENZE TRASVERSALI

- Evidenziare le proprie motivazioni principali in relazione al personale progetto professionale di sviluppo;
- Riconoscere e valutare situazioni e problemi di lavoro di diversa natura: tecnico-operativi, relazionali, organizzativi;
- Potenziare l'autoapprendimento" ovvero migliorare le proprie strategie di apprendimento e di azione e le proprie prestazioni lavorative;
- Affrontare e risolvere problemi" ovvero pianificare strategie di azione per fronteggiare situazioni e risolvere problemi di diversa natura (tecnico-operativi, relazionali, organizzativi) tenendo conto anche delle logiche di contesto;
- Gestire variazioni organizzative" ovvero impostare, decidere su progetti e piani di azione in condizioni non routinarie;
- Comunicare in un contesto organizzativo e di lavoro" ovvero comunicare con altri nel contesto di lavoro, in situazioni di interazione diretta o mediata da strumenti di diversa natura (cartacei, informatici, telematici);
- "Lavorare in gruppo" ovvero operare attivamente nel gruppo di lavoro per affrontare problemi, progettare soluzioni, produrre risultati collettivi "Negoziare" ovvero concertare e negoziare con altri soluzioni e risorse, in situazione interpersonale e di gruppo.

COMPETENZE TECNICO PROFESSIONALI

Sapere:

Progettare un pacchetto turistico
 Programmare e gestire attività di turismo culturale
 Programmare e gestire attività di turismo enogastronomico
 Programmare e gestire attività di turismo naturalistico
 Creare e organizzare reti di operatori del settore turistico
 Ideare, progettare, realizzare e gestire itinerari e pacchetti turistici integrati
 Riconoscere e valorizzare la qualità degli esercizi del settore turistico
 Impostare, interpretare ed utilizzare una ricerca di mercato
 Individuare modalità di promozione e commercializzazione del prodotto/servizio
 Ideare e realizzare una campagna promozionale
 Comunicare tramite strumenti pubblicitari
 Promuovere un prodotto e/o un servizio tramite un sito web
 Ottimizzare le pagine web e posizionare i siti sui principali motori di ricerca internazionali
 Conoscere il codice HTML e utilizzare i principali "tag" per la creazione, gestione e aggiornamento di pagine Web
 Ideare una iniziativa seguendo le logiche del project management
 Pianificare, gestire e controllare un'iniziativa/progetto secondo le logiche del project management
 Costruire un budget economico-finanziario
 Analizzare e promuovere le caratteristiche del territorio
 Individuare e definire il target di riferimento
 Analizzare customer care e customer satisfaction
 Ideare, organizzare e realizzare campagne promozionali, tradizionali e web-based, per la valorizzazione delle risorse del territorio e delle strutture e servizi collegati alla loro fruizione.
 Identificare e valorizzare le potenzialità turistiche di un territorio individuando i target dei possibili visitatori
 Individuare principali fonti di finanziamento comunitarie, nazionali, locali

Saper fare:

- Collaborare nell'organizzazione degli spazi di lavoro in modo razionale sia esteticamente che funzionalmente;
- Fornire competenze sulle prassi comunicative e sulle tecniche di vendita dei prodotti e dei servizi del settore

Saper essere:

- Sapersi rapportare ai servizi collegati;
- Stabilire con il cliente e con i suoi colleghi un rapporto relazionale orientato ai criteri di qualità nell'erogazione del servizio;
- Porsi in atteggiamento di continuo autoaggiornamento, riconoscendo e valorizzando le fonti e le occasioni di apprendimento;
- Possedere una discrezione assoluta e cura nel vestire e della propria igiene personale;

- Garantire stabilità delle prescrizioni in situazioni di stress e di conflitto;
- Lavorare in gruppo utilizzando ed integrando competenze diverse.

ESPERIENZE FORMATIVE COLLATERALI	Capacità di creare un buon canale comunicativo sia con i colleghi sia con i clienti
----------------------------------	---

MODALITA' DI VALUTAZIONE INIZIALE, IN ITINERE E FINALE	Attraverso colloqui individuali ed osservazioni sul campo. Somministrazione di specifica scheda di valutazione
--	--

MODALITA' DELLA TUTORSHIP INTERNA ED ESTERNA	L'attività di tutoring espletata per tutto il periodo di tirocinio ha la caratteristica di ottimizzare il processo di apprendimento. Le verifiche avverranno attraverso colloqui individuali ed osservazione sistematica.
--	---

FACILITAZIONI PREVISTE	
<input type="checkbox"/> RIMBORSO SPESE	
<input type="checkbox"/> INCENTIVI	
<input type="checkbox"/> ASSUNZIONE	
<input type="checkbox"/> ALTRO	

OBBLIGHI DEL TIROCINANTE

- Seguire le indicazioni dei tutor e fare riferimento ad essi per qualsiasi esigenza di tipo organizzativo od altre evenienze;
- Rispettare gli obblighi di riservatezza circa processi produttivi, prodotti od altre notizie relative all'azienda di cui venga a conoscenza, sia durante che dopo lo svolgimento del tirocinio;
- Rispettare i regolamenti aziendali e le norme in materia di igiene e sicurezza.

Consenso al trattamento dei dati personali del tirocinante da parte del soggetto ospitante, in applicazione Dlgs 196/03 e successive modifiche ed integrazione.

➤ **Barrare in caso di assenso**

Palermo,

Firma per presa visione ed accettazione del tirocinante _____

Firma tutor indicato dal soggetto promotore _____

Firma tutor aziendale _____

Firma e Timbro dell'Azienda

Firma e Timbro Soggetto promotore
