REPERTORIO DEI TITOLI E DELLE QUALIFICAZIONI DELLA REGIONE CAMPANIA

QUALIFICAZIONE PROFESSIONALE	
Denominazione qualificazione	**Tecnico della progettazione turistica locale**
Livello EQF	5
Settore Economico Professionale	SEP 23 - Servizi turistici
Area di Attività	ADA.23.03.01 - Progettazione, programmazione e organizzazione di offerte turistiche territoriali
Processo	Servizi di viaggio e accompagnamento
Sequenza di processo	Sviluppo di piani di promozione turistica
Descrizione sintetica della qualificazione	Il Tecnico della progettazione turistica locale si occupa della progettazione di prodotti, itinerari ed iniziative turistiche integrate fra beni materiali e immateriali con potenzialita' turistica, valorizzando, in tal modo, risorse di tipo culturale, enogastronomico e naturale. Partendo dall'analisi di mercato, promuove la valorizzazione turistica di paesi e territori, costruendo pacchetti e organizzando itinerari alla scoperta delle attrattive artistiche, culturali, enogastronomiche unendo, all'interno di un unico prodotto, servizi di diverso tipo (dal trasporto all'alloggio, dalla visita guidata alla ristorazione). In ragione delle attivita' che e' chiamato a svolgere, si relaziona tanto con agenzie di promozione e pubblicita' quanto con fornitori di servizi turistici, creando sinergie e partnership. Puo' operare sia in ambito pubblico per Enti Locali, Aziende di turismo locale, Agenzie di sviluppo, IAT regionali o comunali, che in ambito privato per Agenzie di Viaggio o Tour Operator. Lavora prevalentemente come consulente esterno, con un alto livello di autonomia e di responsabilita'. Risponde alla direzione della funzione progettazione e marketing turistico. Si relaziona sia con i propri collaboratori che, soprattutto, con i propri fornitori.
Referenziazione ATECO 2007	N.79.11.00 - Attività delle agenzie di viaggio N.79.12.00 - Attività dei tour operator N.79.90.11 - Servizi di biglietteria per eventi teatrali, sportivi ed altri eventi ricreativi e d'intrattenimento N.79.90.19 - Altri servizi di prenotazione e altre attività di assistenza turistica non svolte dalle agenzie di viaggio nca
Referenziazione ISTAT CP2011	3.4.1.1.0 - Tecnici delle attività ricettive e professioni assimilate

ELENCO DELLE UNITA' DI COMPETENZA

1. Analisi del mercato (9)
2. Promozione dell'offerta turistica (365)
3. Cura degli aspetti organizzativi e amministrativi dell'attività (1658)
4. Progettazione e organizzazione di iniziative ed itinerari turistici (3057)
5. Creazione di sinergie con operatori di settore e partner territoriali (3058)

DETTAGLIO UNITA' DI COMPETENZA n.1	
Denominazione unità di competenza	**Analisi del mercato**
Livello EQF	4
Risultato formativo atteso	Mercato obiettivo analizzato e valutato
Oggetto di osservazione	Le operazioni di analisi del mercato.
Indicatori	Raccolta ed elaborazione dei dati del mercato obiettivo; analisi e valutazione delle caratteristiche del mercato obiettivo.
Abilità	1. Applicare metodi e tecniche di ricerca ed analisi dei dati relativi al mercato obiettivo (vendite, prezzi, canali di distribuzione, qualità dei prodotti, ecc.) 2. Individuare bisogni e desideri dei consumatori 3. Individuare e valutare i punti di forza e di debolezza aziendali 4. Individuare e valutare le opportunità e le minacce presenti nel mercato obiettivo
Conoscenze	1. Elementi di marketing operativo 2. Elementi di marketing strategico 3. Elementi di matematica e statistica 4. Metodologie di ricerca ed analisi dei dati 5. Tecniche di benchmarking 6. Tecniche e strumenti di fidelizzazione del cliente
Referenziazione ISTAT CP2011	2.1.1.3.2 - Statistici 2.5.1.5.4 - Analisti di mercato 3.1.1.3.0 - Tecnici statistici 3.3.3.1.0 - Approvvigionatori e responsabili acquisti 3.3.3.5.0 - Tecnici del marketing

DETTAGLIO UNITA' DI COMPETENZA n.2	
Denominazione unità di competenza	**Promozione dell'offerta turistica**
Livello EQF	5
Risultato formativo atteso	Piani di comunicazione e promozione dell'offerta turistica efficaci rispetto al target di utenza individuato giusto mix di canali e contenuti promozionali e comunicativi
Oggetto di osservazione	Le operazioni di promozione dell'offerta turistica.
Indicatori	Ideazione di piani di promozione e comunicazione dell'offerta turistica; identificazione dei diversi canali e delle diverse tecniche promozionali; individuazione di un mix di canali e contenuti promozionali, tali da garantire la massima penetrazione del mercato.
Abilità	1. Definire piani di marketing turistico: offerte, prodotti, progetti, azioni, strategie 2. Determinare la tipologia di piano di comunicazione e il mix promozionale più adeguati al raggiungimento del target di utenza individuato 3. Identificare i canali comunicativi più efficaci per la promozione dell'offerta turistica anche in lingua straniera 4. Individuare tecniche e strumenti di promozione appropriati alle esigenze del target di utenza (new media, marketing on line, soluzioni e-commerce, ecc.) 5. Strutturare attività promozionali e pubblicitarie specifiche (comunicati stampa, dépliant, cataloghi, manifesti, articoli...) secondo il tipo di offerta da promuovere
Conoscenze	1. Caratteristiche del servizio offerto 2. Elementi di marketing dei servizi turistici 3. Geografia turistica e storia del territorio 4. Metodologie e strumenti di marketing turistico 5. Strategie di comunicazione del prodotto 6. Strumenti di pubblicità e comunicazione 7. Strumenti e tecniche di costruzione ed utilizzo di veicoli comunicativi (cartacei, audio, video, telematici, ecc.) 8. Tecniche di promozione e vendita 9. Terminologia di settore in lingua straniera
Referenziazione ISTAT CP2011	1.2.2.5.0 - Direttori e dirigenti generali di aziende nel settore dei servizi di alloggio e ristorazione 3.3.3.5.0 - Tecnici del marketing 3.4.1.1.0 - Tecnici delle attività ricettive e professioni assimilate 3.4.1.4.0 - Agenti di viaggio 5.2.1.1.0 - Esercenti nelle attività ricettive

DETTAGLIO UNITA' DI COMPETENZA n.3	
Denominazione unità di competenza	**Cura degli aspetti organizzativi e amministrativi dell'attività**
Livello EQF	3
Risultato formativo atteso	Aspetti organizzativi e amministrativi adeguatamente curati.
Oggetto di osservazione	Le operazioni di cura degli aspetti organizzativi e amministrativi per la gestione di un'attività.
Indicatori	Espletamento degli adempimenti amministrativi e fiscali connessi alla gestione di un'attività.
Abilità	1. Provvedere all'approvvigionamento dei materiali e degli strumenti necessari allo svolgimento dell'attività 2. Espletare adempimenti amministrativi e burocratici 3. Tenere i rapporti con istituti di credito e bancari 4. Organizzare l'attività dei collaboratori e stabilirne i carichi di lavoro 5. Occuparsi degli aspetti assicurativi legati all'esercizio dell'attività 6. Espletare gli adempimenti contabili prescritti 7. Adempiere agli obblighi tributari
Conoscenze	1. Adempimenti contabili 2. Adempimenti tributari 3. Nozioni di base di contrattualistica e di disciplina previdenziale 4. Nozioni di base su prodotti e servizi assicurativi business 5. Nozioni di base di organizzazione e pianificazione del lavoro 6. Nozioni di base su prodotti e servizi bancari business 7. Contesti di esercizio della professione, configurazione e tendenze dei mercati di riferimento
Referenziazione ISTAT CP2011	4.1.1.1.0 - Addetti a funzioni di segreteria 4.1.1.2.0 - Addetti agli affari generali 4.1.1.4.0 - Addetti alla gestione del personale 4.3.1.1.0 - Addetti alla gestione degli acquisti 4.3.1.2.0 - Addetti alla gestione dei magazzini e professioni assimilate 4.3.2.1.0 - Addetti alla contabilità 4.3.2.2.0 - Addetti alle buste paga 4.4.1.1.0 - Personale addetto a compiti di controllo, verifica e professioni assimilate

DETTAGLIO UNITA' DI COMPETENZA n.4	
Denominazione unità di competenza	**Progettazione e organizzazione di iniziative ed itinerari turistici**
Livello EQF	5
Risultato formativo atteso	iniziative ed itinerari turistici completi di servizi elementari ed accessori, accattivanti e rispondenti alle tendenze del mercato
Oggetto di osservazione	le operazioni di progettazione e organizzazione di iniziative ed itinerari turistici
Indicatori	individuazione degli attrattori turistici locali e dei servizi presenti sul territorio; benchmarking dell'offerta dei concorrenti; ideazione di itinerari e iniziative e loro collocazione in reti escursionistiche
Abilità	1. Applicare tecniche di analisi dei costi 2. Applicare tecniche di analisi della concorrenza 3. Analizzare i servizi presenti sul territorio 4. Applicare modalià di tariffazione dei servizi turistici 5. Delineare le caratteristiche dell'iniziativa turistica (itinerari, attività, animazione) in funzione del target di riferimento 6. Individuare e realizzare percorsi didattici e reti escursionistiche, collaborando con gli enti preposti alla promozione del turismo 7. Individuare le principali risorse potenziali del territorio (culturali, naturali, enogastronomiche, ...) da valorizzare 8. Analizzare le risorse territoriali: gli aspetti storico culturali, le tradizioni, le risorse artigianali, artistiche ed enogastronomiche, i servizi culturali esistenti 9. Monitorare andamento e qualità dell'offerta turistica progettata e dei servizi erogati
Conoscenze	1. Elementi di archeologia 2. Elementi di geografia turistica 3. Elementi di marketing turistico e territoriale 4. Elementi di storia e cultura del territorio 5. Offerta turistica locale 6. Tecniche e strumenti di monitoraggio e valutazione 7. Tipologie di itinerari turistici e tecniche di organizzazione degli stessi (determinazione tipologica degli itinerari; itinerari turistici classici; itinerari tematici: archeologici, eno-gastronomici, artistici, itinerari didattici, etc.) 8. Tecniche di analisi della domanda di servizi turistici
Referenziazione ISTAT CP2011	3.4.1.1.0 - Tecnici delle attività ricettive e professioni assimilate 3.4.1.4.0 - Agenti di viaggio 3.4.1.5.2 - Guide turistiche

DETTAGLIO UNITA' DI COMPETENZA n.5	
Denominazione unità di competenza	**Creazione di sinergie con operatori di settore e partner territoriali**
Livello EQF	5
Risultato formativo atteso	instaurazione di reti e forme di collaborazione di tipo equity e non finalizzate alla creazione di un'offerta sistemica
Oggetto di osservazione	le operazioni di creazione di sinergie con operatori di settore e partner territoriali
Indicatori	creazione di un database di fornitori, stakeholder e attori locali; impiego di modelli per la valutazione dei fornitori; creazione di reti con gli attori del territorio
Abilità	1. Negoziare e curare accordi contrattuali 2. Promuovere la costituzione di reti e forme di cooperazione 3. Contattare i fornitori di servizi utili al confezionamento dell'offerta 4. Curare le relazioni con fornitori, stakeholders e attori locali pubblici/privati 5. Individuare stakeholders e attori locali strategici per la definizione dell'offerta turistica locale 6. Stimolare la partecipazione attiva degli attori locali (pubblici e privati) alla definizione di un piano di sviluppo turistico del territorio, valorizzando lo specifico contributo ed i potenziali "ritorni" per ciascuno
Conoscenze	1. Normativa del settore turistico 2. Offerta turistica globale e territoriale 3. Tecniche di negoziazione per negoziare accordi con imprese, enti ed istituzioni 4. Funzionamento di tour operator, agenzie di viaggi e compagnie di trasporti 5. Forme di partenariato e networking 6. Sistema turistico locale: risorse ed attori 7. Contrattualistica di settore
Referenziazione ISTAT CP2011	3.3.3.5.0 - Tecnici del marketing 3.4.1.1.0 - Tecnici delle attività ricettive e professioni assimilate 3.4.1.4.0 - Agenti di viaggio