

ISTRUZIONE E FORMAZIONE TECNICA SUPERIORE
SETTORE TURISMO

**TECNICO SUPERIORE PER
L'ORGANIZZAZIONE E IL MARKETING
DEL TURISMO INTEGRATO**

STANDARD MINIMI DELLE
COMPETENZE TECNICO PROFESSIONALI

TECNICO SUPERIORE PER L'ORGANIZZAZIONE E IL MARKETING DEL TURISMO INTEGRATO

DESCRIZIONE DELLA FIGURA PROFESSIONALE

Il Tecnico superiore per l'organizzazione e il marketing del turismo integrato gestisce i rapporti con soggetti pubblici e privati e con associazioni di settore, ai fini della realizzazione dell'offerta turistica integrata.

Si caratterizza prevalentemente per l'implementazione di attività di natura progettuale, con particolare attenzione rivolta all'analisi dei contesti territoriali di riferimento, in una logica di integrazione e valorizzazione dello sviluppo turistico del territorio.

ATTIVITA' FONDAMENTALI

1. analizzare le tendenze del mercato ed il sistema di offerta del territorio attraverso la ricerca delle fonti normative ed informative e l'applicazione delle tecniche di elaborazione delle informazioni;
2. definire con i soggetti pubblici l'immagine turistica del territorio, i piani di qualificazione ed articolazione dell'offerta turistica integrata e le azioni di miglioramento e sviluppo della stessa;
3. promuovere la costruzione di un sistema partecipativo di orientamento e di informazione all'impresa e agli enti erogatori dei servizi pubblici;
4. sviluppare azioni di promozione, in Italia e all'estero, di Turismo integrato;
5. utilizzare le tecniche di *marketing* proprie del sistema turismo, con particolare riferimento alla *customer care* e *customer satisfaction*;
6. contribuire ad individuare i sistemi di indirizzo e di controllo dei piani di sviluppo turistico ed effettuare monitoraggi sui servizi erogati dal sistema di offerta turistica integrata;
7. utilizzare specifici strumenti e metodologie di controllo delle attività a carattere economico-finanziario e statistico;
8. organizzare l'attività secondo la normativa generale del settore turistico e specifica del comparto.

UNITA' CAPITALIZZABILE N. 1

1 - Studiare ed analizzare il territorio.**A- STANDARD MINIMO DELLE COMPETENZE****Il soggetto è in grado di:**

1. ricercare ed elaborare le informazioni relative alle caratteristiche e alle valenze geografico-ambientali, paesaggistiche, storiche, artistiche, culturali, socio-economiche, logistiche e strutturali del territorio di riferimento;
2. acquisire ed interpretare le fonti normative del settore;
3. acquisire ed interpretare le informazioni relative ai sistemi di offerta turistica;
4. analizzare la domanda turistica e le tendenze del mercato;
5. analizzare l'offerta turistica del territorio.

1. Per ricercare ed elaborare le informazioni relative alle caratteristiche e alle valenze geografico-ambientali, paesaggistiche, storiche, artistiche, culturali, socio-economiche, logistiche e strutturali del territorio di riferimento, **il soggetto ha bisogno di sapere come:**

- effettuare la ricerca delle fonti;
- identificare le informazioni utilizzabili;
- applicare le tecniche di elaborazione delle informazioni.

2. Per acquisire ed interpretare le fonti normative del settore, **il soggetto ha bisogno di sapere come:**

- orientarsi tra le fonti normative;
- individuare le fonti normative di settore;
- utilizzare le tecniche interpretative delle norme giuridiche.

3. Per acquisire ed interpretare le informazioni relative ai sistemi di offerta turistica, **il soggetto ha bisogno di sapere come:**

- entrare in relazione con i soggetti economici del territorio;
- ricercare le fonti informative;
- utilizzare sistemi interpretativi pertinenti.

4. Per analizzare la domanda turistica e le tendenze del mercato, **il soggetto ha bisogno di sapere come:**

- leggere ed interpretare i dati statistici del fenomeno turistico;
- cogliere le tendenze del mercato;
- individuare i segmenti di domanda.

5. Per analizzare l'offerta turistica del territorio, **il soggetto ha bisogno di sapere come:**

- individuare gli elementi costitutivi del sistema di offerta turistica;
- individuare gli aspetti critici dell'offerta;
- individuare i vantaggi competitivi dell'offerta.

TECNICO SUPERIORE PER L'ORGANIZZAZIONE E IL MARKETING DEL TURISMO
INTEGRATO

B - DECLINAZIONE DI LIVELLO

Per essere in grado di:

1. ricercare ed elaborare le informazioni relative alle caratteristiche e alle valenze geografico-ambientali, paesaggistiche, storiche, artistiche, culturali, socio-economiche, logistiche e strutturali del territorio di riferimento;
2. acquisire ed interpretare le fonti normative del settore;
3. acquisire ed interpretare le informazioni relative ai sistemi di offerta turistica;
4. analizzare la domanda turistica e le tendenze del mercato;
5. analizzare l'offerta turistica del territorio,

Il soggetto deve dimostrare di:	Gli indicatori sono:
<p>1.</p> <ul style="list-style-type: none"> • saper reperire, in maniera organica e funzionale, le fonti informative relative agli aspetti geografico-ambientali, paesaggistici, storici, artistici, culturali, socio-economici, logistici e strutturali del territorio; • saper identificare correttamente le informazioni utilizzabili; • comprendere ed applicare le tecniche di elaborazione delle informazioni. 	<ul style="list-style-type: none"> • L'ampia conoscenza delle principali fonti informative relative agli attrattori turistici del territorio; • l'efficacia e correttezza nell'utilizzo delle informazioni; • l'utilizzo delle più comuni tecniche di elaborazione delle informazioni.
<p>2.</p> <ul style="list-style-type: none"> • sapersi orientare tra le fonti normative; • saper indicare le principali fonti normative di settore; • saper interpretare le principali fonti normative di settore. 	<ul style="list-style-type: none"> • L'abilità nel riconoscimento delle fonti normative; • l'individuazione corretta delle principali fonti della legislazione turistica; • la descrizione sintetica della natura delle diverse fonti.
<p>3.</p> <ul style="list-style-type: none"> • saper stabilire relazioni con i soggetti economici finalizzate al reperimento di informazioni e dati sui sistemi di offerta turistica; • saper descrivere, a grandi linee, i sistemi di offerta turistica; • saper descrivere brevemente i metodi interpretativi utilizzati. 	<ul style="list-style-type: none"> • La conoscenza dei sistemi di offerta turistica; • l'analisi dei sistemi di offerta turistica; • l'utilizzo dei più comuni metodi interpretativi.

TECNICO SUPERIORE PER L'ORGANIZZAZIONE E IL MARKETING DEL TURISMO
INTEGRATO

Il soggetto deve dimostrare di:	Gli indicatori sono:
<p>4.</p> <ul style="list-style-type: none">• saper analizzare le informazioni relative al fenomeno turistico;• saper individuare le principali tendenze della domanda turistica;• saper analizzare i bisogni della domanda turistica;	<ul style="list-style-type: none">• La valutazione delle opportunità e dei vincoli del mercato turistico;• la decodifica delle tendenze del mercato turistico;• la corretta individuazione dei diversi segmenti della domanda turistica.
<p>5.</p> <ul style="list-style-type: none">• conoscere gli aspetti caratterizzanti il sistema di offerta turistica del territorio;• saper analizzare i punti di forza e di debolezza del sistema di offerta turistica del territorio;• saper cogliere le tendenze dell'offerta turistica del territorio.	<ul style="list-style-type: none">• L'individuazione delle principali valenze del sistema di offerta turistica del territorio;• l'individuazione dei principali punti di forza e di debolezza del sistema turistico territoriale;• l'individuazione della congruenza tra le tendenze della domanda e la capacità di adeguamento dell'offerta.

UNITA' CAPITALIZZABILE N. 2

2 - Definire l'immagine del territorio.

A-STANDARD MINIMO DELLE COMPETENZE

Il soggetto è in grado di:

1. interagire con i soggetti pubblici per la definizione dell'immagine turistica del territorio;
2. favorire accordi ed intese finalizzati alla predisposizione di piani per l'offerta turistica integrata;
3. individuare strategie di sviluppo del turismo integrato.

1. Per interagire con i soggetti pubblici per la definizione dell'immagine turistica del territorio, **il soggetto ha bisogno di sapere come:**

- identificare i tratti distintivi del contesto territoriale di riferimento;
- individuare, insieme ai partner, gli elementi che definiscono l'immagine turistica del territorio;
- favorire una definizione condivisa dell'immagine turistica del territorio.

2. Per favorire accordi ed intese finalizzati alla predisposizione di piani per l'offerta turistica integrata, **il soggetto ha bisogno di sapere come:**

- individuare le variabili che definiscono gli elementi di specificità dei possibili *partner* ;
- definire l'idea guida del piano e presentarla a ciascun *partner*;
- schematizzare l'articolazione generale del piano, identificando il ruolo di ciascun *partner* ed il valore aggiunto dallo stesso apportato.

3. Per individuare strategie di sviluppo del turismo integrato, **il soggetto ha bisogno di sapere come:**

- formulare un'ipotesi di strategia di sviluppo del turismo integrato a partire dalla definizione condivisa dell'immagine turistica del territorio;
- organizzare incontri tra i *partner* per la definizione delle strategie di sviluppo del turismo integrato;
- organizzare incontri tra i *partner* per la condivisione dei principali stati di avanzamento e per la predisposizione di azioni di miglioramento e sviluppo.

TECNICO SUPERIORE PER L'ORGANIZZAZIONE E IL MARKETING DEL TURISMO INTEGRATO

B - DECLINAZIONE DI LIVELLO

Per essere in grado di:

1. interagire con i soggetti pubblici per la definizione dell'immagine turistica del territorio;
2. favorire accordi ed intese finalizzati alla predisposizione di piani per l'offerta turistica integrata;
3. individuare strategie di sviluppo del turismo integrato.

Il soggetto deve dimostrare di:	Gli indicatori sono:
<p>1.</p> <ul style="list-style-type: none"> • saper individuare, nel confronto con i <i>partner</i>, gli attrattori turistici del territorio; • saper far emergere, nel confronto tra i <i>partner</i>, gli aspetti fondamentali dell'immagine turistica del territorio; • saper portare a compimento, insieme ai <i>partner</i>, la definizione condivisa dell'immagine turistica del territorio. 	<ul style="list-style-type: none"> • L'elaborazione di un prospetto articolato, contenente i principali aspetti caratterizzanti l'immagine turistica del territorio; • la conduzione efficace della discussione con i <i>partner</i>; • l'orientamento propositivo della discussione verso la definizione condivisa dell'immagine turistica del territorio.
<p>2.</p> <ul style="list-style-type: none"> • saper definire una strategia di azione per affrontare il problema; • saper negoziare e concordare soluzioni e risorse; • saper adottare modalità cooperative nella predisposizione dei piani per l'offerta turistica integrata. 	<ul style="list-style-type: none"> • La definizione di un'adeguata strategia d'azione; • l'utilizzo di tecniche adeguate di negoziazione e concertazione; • la definizione di un piano articolato per l'offerta turistica integrata.
<p>3.</p> <ul style="list-style-type: none"> • saper individuare possibili strategie di sviluppo del turismo integrato; • saper concordare la definizione delle strategie di sviluppo del turismo integrato; • saper definire specifiche azioni di miglioramento e sviluppo. 	<ul style="list-style-type: none"> • L'attivazione di una strategia di sviluppo del turismo integrato; • l'articolazione di piani strategici applicabili al contesto territoriale di riferimento; • la compilazione di <i>report</i> sulle azioni di miglioramento e sviluppo.

UNITA' CAPITALIZZABILE N. 3

3 - Orientare all'impresa.

A-STANDARD MINIMO DELLE COMPETENZE

Il soggetto è in grado di:

1. agevolare l'orientamento e l'informazione all'impresa e agli enti erogatori di servizi pubblici nei contesti locali di riferimento;
2. individuare le strategie necessarie alla promozione di un sistema partecipativo orientato all'impresa e agli enti erogatori dei servizi pubblici.

1. Per agevolare l'orientamento e l'informazione all'impresa e agli enti erogatori di servizi pubblici nei contesti locali di riferimento, **il soggetto ha bisogno di sapere come:**

- predisporre strumenti di orientamento e informazione adeguati;
- concertare con le imprese e gli enti le opportune azioni di orientamento e di informazione.

2. Per individuare le strategie necessarie alla promozione di un sistema partecipativo orientato all'impresa e agli enti erogatori dei servizi pubblici, **il soggetto ha bisogno di sapere come:**

- orientarsi tra diverse tecniche di promozione;
- selezionare adeguate strategie di promozione;
- sviluppare le azioni progettuali in partenariato con le imprese e gli enti erogatori di servizi pubblici.

TECNICO SUPERIORE PER L'ORGANIZZAZIONE E IL MARKETING DEL TURISMO
INTEGRATO

B - DECLINAZIONE DI LIVELLO

Per essere in grado di:

1. agevolare l'orientamento e l'informazione all'impresa e agli enti erogatori di servizi pubblici nei contesti locali di riferimento;
2. individuare le strategie necessarie alla promozione di un sistema partecipativo orientato all'impresa e agli enti erogatori dei servizi pubblici.

Il soggetto deve dimostrare di:	Gli indicatori sono:
<p>1.</p> <ul style="list-style-type: none">• conoscere i contesti locali di riferimento;• relazionarsi con i diversi soggetti operanti nei contesti locali di riferimento;• saper stimolare l'esigenza dell'orientamento e dell'informazione all'impresa e agli enti erogatori di servizi pubblici nei contesti territoriali di riferimento.	<ul style="list-style-type: none">• L'illustrazione del territorio e dell'interazione tra imprese ed enti erogatori di servizi pubblici;• il coinvolgimento efficace dei <i>partner</i> nell'azione di orientamento e di informazione;• la creazione di forme di partenariato tra enti pubblici e privati per la realizzazione di servizi comuni.
<p>2.</p> <ul style="list-style-type: none">• saper individuare le opportune strategie per il conseguimento dell'obiettivo;• conoscere le tecniche basilari di orientamento e informazione;• saper costruire un modello di strategia di promozione dell'orientamento e dell'informazione all'impresa e agli enti erogatori di servizi pubblici nei contesti territoriali di riferimento.	<ul style="list-style-type: none">• L'elaborazione di piani integrativi;• l'applicazione mirata delle tecniche di orientamento ed informazione;• la creazione di modelli di intesa (ad esempio: dichiarazione di intenti, protocollo di intesa, convenzione, etc.).

UNITA' CAPITALIZZABILE N. 4

4 - Promuovere il turismo integrato.

A - STANDARD MINIMO DELLE COMPETENZE

Il soggetto è in grado di:

2. individuare forme di promozione adeguate ai diversi mercati, sulla base delle risorse disponibili;
3. utilizzare strategie di *marketing* per la promozione del prodotto e dell'immagine turistica del territorio in Italia e all'estero.

1. Per individuare forme di promozione adeguate ai diversi mercati, sulla base delle risorse disponibili, **il soggetto ha bisogno di sapere come:**

- identificare ed interpretare il mercato di riferimento;
- valorizzare le risorse locali disponibili;
- strutturare un paniere turistico adatto alle caratteristiche della domanda.

2. Per utilizzare strategie di *marketing* per la promozione del prodotto e dell'immagine turistica del territorio in Italia e all'estero, **il soggetto ha bisogno di sapere come:**

- orientarsi tra diverse tecniche di promozione;
- selezionare le strategie di marketing in relazione ai prodotti turistici;
- sviluppare le azioni funzionali ad una strategia di *marketing*.

TECNICO SUPERIORE PER L'ORGANIZZAZIONE E IL MARKETING DEL TURISMO
INTEGRATO

B - DECLINAZIONE DI LIVELLO

Per essere in grado di:

1. individuare forme di promozione adeguate ai diversi mercati, sulla base delle risorse disponibili;
2. utilizzare strategie di *marketing* per la promozione del prodotto e dell'immagine turistica del territorio in Italia e all'estero,

Il soggetto deve dimostrare di:	Gli indicatori sono:
<p>1.</p> <ul style="list-style-type: none">• conoscere ed interpretare la realtà territoriale di riferimento;• saper identificare i punti di forza e le risorse disponibili dell'area di interesse;• sapersi relazionare con i diversi soggetti, locali e non, coinvolti nel prodotto turistico.	<ul style="list-style-type: none">• L'illustrazione analitica del territorio e delle sue peculiarità;• il collegamento coerente tra gli obiettivi turistici e le risorse del territorio;• la promozione di opportune forme di <i>marketing mix</i> spendibili nei mercati di riferimento.
<p>2.</p> <ul style="list-style-type: none">• saper analizzare e selezionare le opportunità offerte dai diversi canali promozionali;• saper implementare i mercati interni ed internazionali con le tecniche del <i>marketing</i>;• saper monitorare l'attuazione delle campagne promozionali.	<ul style="list-style-type: none">• L'adeguata definizione dei canali promozionali;• l'utilizzo di appropriate tecniche di <i>marketing</i>;• la costruzione di indicatori di efficacia.

UNITA' CAPITALIZZABILE N. 5

5 - Implementare il marketing turistico.

A - STANDARD MINIMO DELLE COMPETENZE

Il soggetto è in grado di:

1. avvalersi di tecniche di comunicazione turistica nell'organizzazione e promozione del turismo integrato;
2. sviluppare metodologie di rilevazione e monitoraggio della *Customer Care* e della *Customer Satisfaction*.

1. Per avvalersi di tecniche di comunicazione turistica nell'organizzazione e promozione del turismo integrato, **il soggetto ha bisogno di sapere come:**

- analizzare e prevedere scelte e comportamenti dei turisti – consumatori;
- impostare strategie di sviluppo del prodotto e dei servizi;
- realizzare strategie di comunicazione integrata di *marketing*;
- misurare l'efficacia della comunicazione pubblicitaria.

2. Per sviluppare metodologie di rilevazione e monitoraggio della *Customer Care* e della *Customer Satisfaction*, **il soggetto ha bisogno di sapere come:**

- sviluppare e mantenere relazioni durature con i clienti;
- misurare i rapporti tra il soddisfacimento del cliente, la fedeltà e la redditività;
- impostare studi, rilevazioni e sondaggi per misurare la *Customer Satisfaction*.

TECNICO SUPERIORE PER L'ORGANIZZAZIONE E IL MARKETING DEL TURISMO INTEGRATO

B - DECLINAZIONE DI LIVELLO

Per essere in grado di:

1. avvalersi di tecniche di comunicazione turistica nell'organizzazione e promozione del turismo integrato;
2. sviluppare metodologie di rilevazione e monitoraggio della *Customer Care* e della *Customer Satisfaction*,

Il soggetto deve dimostrare di:	Gli indicatori sono:
<p>1.</p> <ul style="list-style-type: none"> • comprendere significato e implicazioni del <i>marketing concept</i>; • saper definire strategie di sviluppo del prodotto e dei servizi; • saper individuare e descrivere le fasi dello sviluppo di una strategia pubblicitaria e di comunicazione; • saper dimensionare gli investimenti nel <i>marketing</i> e valutarne l'efficacia. 	<ul style="list-style-type: none"> • La definizione di una gerarchia di obiettivi; • la produzione di <i>report</i>; • la produzione di <i>screening</i> della coerenza tra <i>mix</i> di comunicazione e strategia di <i>marketing</i>; • la gestione della pubblicità e della comunicazione.
<p>2.</p> <ul style="list-style-type: none"> • comprendere i principi della <i>customer loyalty</i> e della <i>customer satisfaction</i>; • saper individuare e descrivere i <i>customer services</i>; • saper misurare la Qualità Totale. 	<ul style="list-style-type: none"> • La misurazione ponderata del valore economico della fedeltà del cliente; • la costruzione di scale di misurazione della <i>customer satisfaction</i>; • la descrizione della catena del valore e del sistema di distribuzione del valore.

UNITA' CAPITALIZZABILE N. 6

6 - Sviluppare azioni di monitoraggio e controllo.

A - STANDARD MINIMO DELLE COMPETENZE

Il soggetto è in grado di:

1. rilevare e monitorare il funzionamento del sistema di offerta turistica integrata;
2. attivare azioni di sensibilizzazione finalizzate alla soluzione dei problemi individuati ed al superamento delle carenze riscontrate.

1. Per rilevare e monitorare il funzionamento del sistema di offerta turistica integrata, **il soggetto ha bisogno di sapere come:**

- scegliere ed utilizzare i metodi statistici idonei alla raccolta ed elaborazione dei dati del turismo integrato;
- raccogliere ed elaborare i dati e le informazioni necessari;
- individuare le eventuali disfunzioni e/o anomalie nell'ambito dell'offerta del turismo integrato.

2. Per attivare azioni di sensibilizzazione finalizzate alla soluzione dei problemi individuati ed al superamento delle carenze riscontrate, **il soggetto ha bisogno di sapere come:**

- divulgare i risultati della elaborazione dei dati, evidenziando le disfunzioni e/o anomalie riscontrate nel sistema;
- individuare i correttivi necessari alla soluzione dei problemi individuati ed al superamento delle carenze riscontrate;
- illustrare e suggerire le soluzioni necessarie alla ottimizzazione del sistema di offerta turistica integrata.

B - DECLINAZIONE DI LIVELLO**Per essere in grado di:**

1. rilevare e monitorare il funzionamento del sistema di offerta turistica integrata;
2. attivare azioni di sensibilizzazione finalizzate alla soluzione dei problemi individuati ed al superamento delle carenze riscontrate,

Il soggetto deve dimostrare di:	Gli indicatori sono:
<p>1.</p> <ul style="list-style-type: none"> • comprendere la funzione delle tecniche di rilevazione statistica nell'ambito del sistema dell'offerta turistica integrata; • saper applicare le tecniche statistiche per la raccolta ed elaborazione dei dati necessari; • saper individuare le disfunzioni del sistema di offerta turistica integrata. 	<ul style="list-style-type: none"> • La descrizione delle tecniche di rilevazione statistica idonee; • la raccolta ed elaborazione puntuali dei dati in relazione alla realtà da analizzare; • la catalogazione dei punti di criticità del sistema.
<p>2.</p> <ul style="list-style-type: none"> • saper produrre <i>report</i>, rispetto al tipo di destinatario e alla finalità comunicativa, atti alla divulgazione nel territorio delle informazioni e dei dati elaborati; • saper produrre <i>report</i> atti alla sensibilizzazione degli operatori del settore presenti nel territorio di competenza; • saper illustrare e suggerire soluzioni. 	<ul style="list-style-type: none"> • La strutturazione di <i>report</i> completi, pertinenti ed efficaci; • la realizzazione di <i>report</i> completi, pertinenti ed efficaci; • la produzione di <i>report</i> .

UNITA' CAPITALIZZABILE N. 7

7 - Gestire gli aspetti economico-finanziari.

A - STANDARD MINIMO DELLE COMPETENZE

Il soggetto è in grado di:

1. rilevare ed interpretare i dati relativi alla situazione economico-finanziaria e statistica del sistema di offerta turistica integrata del territorio;
2. avvalersi dei dati per sviluppare metodologie di controllo delle attività economiche e finanziarie.

1. Per rilevare ed interpretare i dati relativi alla situazione economico-finanziaria e statistica del sistema di offerta turistica integrata del territorio, **il soggetto ha bisogno di sapere come:**

- raccogliere ed elaborare i dati economici e finanziari;
- classificare e analizzare i costi e i ricavi secondo la loro funzione;
- confrontare e valutare i dati raccolti;
- articolare il *budget* aziendale nelle sue diverse componenti : *budget* delle vendite, dei costi commerciali e di *marketing* , del costo del lavoro e dei flussi finanziari (*cash flow*).

2. Per avvalersi dei dati per sviluppare metodologie di controllo delle attività economiche e finanziarie, **il soggetto ha bisogno di sapere come:**

- applicare e implementare tecniche di controllo di gestione nell'attività di *reporting*;
- implementare sistemi di controllo interno per il monitoraggio delle attività;
- analizzare e segnalare gli scostamenti rispetto agli obiettivi programmati.

B - DECLINAZIONE DI LIVELLO**Per essere in grado di:**

1. rilevare ed interpretare i dati relativi alla situazione economico-finanziaria e statistica del sistema di offerta turistica integrata del territorio;
2. avvalersi dei dati per sviluppare metodologie di controllo delle attività economiche e finanziarie,

Il soggetto deve dimostrare di:	Gli indicatori sono:
<p>1.</p> <ul style="list-style-type: none"> • saper organizzare i dati raccolti e redigere schede e rapporti; • saper leggere e interpretare documenti di bilancio; • saper indicare le differenze tra i diversi dati raccolti ed attribuire il relativo significato; • saper inserire i dati negli schemi di <i>budget</i>; • saper impostare e illustrare <i>budget</i> relativi ai casi proposti; • saper distinguere le diverse forme di <i>budget</i> e rilevarne analogie e differenze. 	<ul style="list-style-type: none"> • L'aggregazione sistematica dei dati; • la puntuale identificazione delle voci; • l'adeguata interpretazione e comparazione dei dati; • l'inserimento corretto e preciso dei dati; • l'illustrazione precisa e congruità delle soluzioni proposte; • la corretta comparazione tra le varie forme di <i>budget</i>.
<p>2.</p> <ul style="list-style-type: none"> • saper utilizzare tecniche proprie del controllo di gestione; • saper individuare gli errori, le omissioni e proporre le correzioni in una simulazione di procedure di controllo di gestione; • saper predisporre schede di rilevamento di informazioni finalizzate al monitoraggio di attività; • saper impostare rapporti articolati relativi agli obiettivi ed agli scostamenti, dal risultato economico programmato, proponendo interventi correttivi. 	<ul style="list-style-type: none"> • La corretta applicazione delle tecniche; • l'efficacia delle correzioni proposte; • la precisione nella predisposizione delle schede di rilevamento; • la corretta individuazione dei punti di forza e di debolezza dell'attività; • la completezza dei <i>report</i> e precisione delle rilevazioni; • l'efficacia dei correttivi proposti.

UNITA' CAPITALIZZABILE N. 8

8 - Utilizzare la normativa di settore.

A - STANDARD MINIMO DELLE COMPETENZE

Il soggetto è in grado di:

1. applicare le normative regionali, nazionali, comunitarie ed internazionali all'interno del contesto di riferimento con particolare riguardo alle norme preposte alla tutela del consumatore;
2. applicare gli atti normativi rilevanti nell'organizzazione e nel *marketing* del turismo integrato.

1. Per applicare le normative regionali, nazionali, comunitarie ed internazionali all'interno del contesto di riferimento con particolare riguardo alle norme preposte alla tutela del consumatore, **il soggetto ha bisogno di sapere come:**

- reperire, interpretare ed analizzare le principali fonti giuridiche di regolamentazione del settore (ad es. legge quadro, leggi nazionali, regionali, convenzioni internazionali, CCNL di settore, etc.);
- analizzare la fisionomia organizzativa e le funzioni che assumono le istituzioni competenti alla regolazione ed alla gestione amministrativa dell'attività turistica (Enti istituzionali, nazionali e locali, preposti al turismo);
- reperire informazioni sulle competenze e sui principali atti di intervento dell'Unione Europea in campo turistico e sull'organizzazione delle più importanti istituzioni internazionali del turismo.

2. Per applicare gli atti normativi rilevanti nell'organizzazione e nel *marketing* del turismo integrato, **il soggetto ha bisogno di sapere come:**

- analizzare e descrivere l'organizzazione e le funzioni degli operatori privati del turismo (enti privati; imprese di trasporto ferroviario, stradale, marittimo ed aereo; strutture ricettive; agenzie di viaggio, *tour operator*, imprese di ristorazione etc);
- individuare ed analizzare i contratti che regolamentano i rapporti giuridici tra gli attori del processo di erogazione, vendita e consumo dei servizi turistici (ad es. contratti di intermediazione, il contratto di organizzazione di viaggio, i contratti per la creazione e la distribuzione dei pacchetti turistici, il contratto di assistenza turistica, contratto di albergo, etc);
- interpretare ed applicare gli specifici contratti di settore.

B - DECLINAZIONE DI LIVELLO**Per essere in grado di:**

1. applicare le normative regionali, nazionali, comunitarie ed internazionali all'interno del contesto di riferimento con particolare riguardo alle norme preposte alla tutela del consumatore;
2. applicare gli atti normativi rilevanti nell'organizzazione e nel *marketing* del turismo integrato.

Il soggetto deve dimostrare di:	Gli indicatori sono:
<p>1.</p> <ul style="list-style-type: none"> • saper reperire informazioni sulle principali fonti giuridiche di regolamentazione del settore e sulle normative specifiche di settore; • saper interpretare le fonti reperite e la normativa di settore ed analizzarle descrivendone in modo essenziale i contenuti; • saper identificare e consultare le fonti giuridiche per la risoluzione di problemi specifici; • saper descrivere l'organizzazione pubblica del turismo ed illustrare le principali caratteristiche degli enti pubblici preposti al turismo; • saper individuare le più importanti istituzioni internazionali del turismo ed illustrarne sinteticamente le funzioni e l'assetto organizzativo. 	<ul style="list-style-type: none"> • L'utilizzo efficace dei diversi strumenti per reperire informazioni; • la completezza delle informazioni raccolte • l'adeguata interpretazione ed illustrazione delle fonti reperite • la corretta correlazione tra fonte individuata e problema • la precisione nella descrizione ed illustrazione • la corretta identificazione e descrizione pertinente delle funzioni e dell'assetto

TECNICO SUPERIORE PER L'ORGANIZZAZIONE E IL MARKETING DEL TURISMO
INTEGRATO

Il soggetto deve dimostrare di:	Gli indicatori sono:
<p>2.</p> <ul style="list-style-type: none">• saper descrivere le tipologie, le caratteristiche strutturali, gli aspetti normativi e gestionali degli operatori privati del turismo;• saper interpretare i principali contratti privati di settore e dello specifico comparto;• saper illustrare i principali obblighi e diritti dell'organizzatore, del venditore e del consumatore dei servizi turistici in relazione a specifiche situazioni;• saper predisporre contratti con strutture ricettive e di ristorazione, compagnie di trasporto passeggeri, guide ed accompagnatori, corrispondenti, autonoleggi, altri fornitori di servizi (servizi it, servizi editoriali, <i>provider</i>, <i>webmaster</i>, fornitori di servizi <i>e-commerce</i>, gestione <i>content</i>).	<ul style="list-style-type: none">• La descrizione esaustiva delle tipologie;• la descrizione della peculiarità dei diversi contratti;• la corretta individuazione degli obblighi e dei diritti relativi alle parti di un contratto;• la completezza dell'<i>iter</i> procedurale adottato;• la comprensione degli elementi specifici e di diversificazione.