

# TURISMO DIGITALE

Progetto per una nuova qualifica negli

## ISTITUTI TECNICI ECONOMICI



ITE F. SCARPELLINI FOLIGNO

KA3 DIGITAL TOURISM

*Project nr . 597875-EPP-1-2018-1-PT-EPPKA3-VET-JQ*



The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. Project number: 597875-EPP-1-2018-1-PT-EPPKA3-VET-JQ



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

*Meeting new trends*

## **TECNICO IN TURISMO DIGITALE**



### **FINALITA'**

Creare un nuovo profilo in uscita dalla scuola secondaria di secondo grado \*1

### **TARGET**

Studenti dai 16 ai 19 anni che hanno assolto all'obbligo scolastico e che svolgeranno il secondo biennio e il quinto anno in un Istituto Tecnico Economico.

### **NUOVE COMPETENZE**

La integra il corso di studi dell'indirizzo turismo con una forte specializzazione nelle competenze digitali e nelle nuove tendenze del mercato turistico.

### **ALTERNANZA SPECIALIZZATA**

Tirocini obbligatori in Italia o all'estero, dai 30 ai 90 giorni, in imprese digitali del settore turistico.

---

<sup>1</sup>EQF4 European Qualification Framework- Quadro Europeo delle Qualifiche

*Meeting new trends*

**TECNICO IN TURISMO DIGITALE**

## L'IDEA SPERIMENTALE



## Digital Tourism Technician Job Profile

Il diplomato in **Turismo con specializzazione in Turismo Digitale** di un **Istituto Tecnico Economico** avrà conoscenze sulle tematiche relative ai macrofenomeni economico-aziendali, nazionali ed internazionali, alla normativa civilistica e fiscale, ai sistemi aziendali, con particolare riferimento alla programmazione, organizzazione, conduzione, controllo, gestione e marketing dell'impresa turistica.

Sotto la supervisione del Direttore del Marketing e delle Vendite il Tecnico in Turismo digitale in turismo digitale sarà in grado di fare supporto a:

1. La definizione delle strategie aziendali sul web
2. l'implementazione delle strategie e politiche aziendali , tenendo presenti le norme legali che le regolano
3. la preparazione di prodotti online che facilitino una proficua relazione con i consumatori
4. la messa in atto di strategie di marketing e promozione turistica personalizzate in base ai Target e alla domanda, usando una vasta gamma di prodotti multimediali

Il diplomato contribuirà, attraverso il web, a svolgere trattative commerciali, sia con i fornitori che con i venditori al dettaglio, raccogliendo , analizzando e fornendo dati commerciali rilevanti per la sezione vendite, al fine di migliorare il profitto delle aziende in cui opera.

Il diplomato conosce tre lingue straniere Inglese a livello B2 e altre due lingue tra spagnolo/francese/tedesco. Il Tecnico in turismo digitale deve mostrare buone capacità comunicative in ambienti di lavoro nazionali e internazionali, essere creativo e propositivo. Avere doti organizzative e di trattazione con i clienti.

Compiti principali

- mostrare creatività nel creare testi da pubblicare on line

# Meeting new trends

## TECNICO IN TURISMO DIGITALE



- Usare gli strumenti informatici a livello intermedio: Ms office o similar , software per gestire operazione riferite al settore turistico, database e social media
- Contribuire al design, programmazione e gestione di prodotti servizi e destinazioni turistiche
- Promuovere e vendere on line in maniera creativa prodotti e servizio turistici in funzione degli interessi e delle esigenze dei clienti
- Promuovere on line eventi e attività di animazione turistica
- Collaborare nella progettazione del piano di marketing online dell'organizzazione, così come nella pianificazione e realizzazione di specifici eventi di marketing, in particolare nella raccolta e l'organizzazione dei dati richiesti
- Rendere operative on line le politiche di gestione del Marketing Mix effettuando analisi di vendita, stabilire i prezzi in base ai servizi offerti e valutarne l'impatto;
- Implementare sul web le politiche comunicative dell'impresa . In particolare contattare i cliente, fornitori o chiunque è collegato direttamente o indirettamente alle attività dell'impresa
- Partecipare alle trattative commerciali in ambito turistico con clienti e fornitori
- Contribuire al Servizio Clienti, per monitorare monitorare e fidelizzare il cliente
- Partecipare alle trattative commerciali con clienti e fornitori;
- Collaborare alla preparazione e realizzazione di studi di mercato online
- Saper gestire efficacemente
  - o i social media dal punto di vista aziendale;
  - o gli strumenti di comunicazione online
  - o motori di ricerca
  - o CRS (Computer Reservation Systems
  - o motori di ricerca aggiuntivi
  - o Concierge digitali
  - o Gestione delle relazioni con il cliente;
  - o strumenti di gestione della reputazione;
  - o Saper gestire efficacemente gestori dei canali;

# Meeting new trends

## TECNICO IN TURISMO DIGITALE



- Valutare uno script multimediale al fine di stabilire il percorso del progetto, sviluppo sinottico ed esecuzione storyboard
- Proporre e pianificare un progetto multimediale integrato, considerando il prodotto e il suo pubblico di riferimento.

**1° ANNO classe III**  
**1056 ORE + 75 EXTRA CURRICOLARI – 120 ORE ASL AZIENDE SPECIALIZZATE**  
**3 ESAMI ECDL**

	<b><u>MAXIMUM</u></b>	<b><u>400</u></b>	
	<b><u>TOTAL</u></b>	<b><u>350</u></b>	
<b><u>Code</u></b> <b><u>LSU</u></b>	<b><u>LEARNING SUB UNITS</u></b>	<b><u>HOUR</u></b> <b><u>S</u></b>	<b><u>SUGGESTED</u></b> <b><u>SCHOOL YEAR</u></b>
<b><u>01.1</u></b>	<b><u>Tourism sector organizations and operations</u></b>	<b><u>50</u></b>	<b><u>1</u></b>
<b><u>01.2</u></b>	<b><u>Tourism Geography</u></b>	<b><u>25</u></b>	<b><u>1</u></b>
<b><u>01.3</u></b>	<b><u>Inclusive Tourism</u></b>	<b><u>25</u></b>	<b><u>1</u></b>
<b><u>01.4</u></b>	<b><u>Tourism demand and offer</u></b>	<b><u>50</u></b>	<b><u>1</u></b>
<b><u>02.1</u></b>	<b><u>Information and promotion of thematic tourism products</u></b>	<b><u>50</u></b>	<b><u>1</u></b>
<b><u>02.2</u></b>	<b><u>Design and organization of tourism programs</u></b>	<b><u>50</u></b>	<b><u>1</u></b>
<b><u>03.1</u></b>	<b><u>Tourism Marketing</u></b>	<b><u>50</u></b>	<b><u>1</u></b>
<b><u>04.1</u></b>	<b><u>Team Management</u></b>	<b><u>25</u></b>	<b><u>1</u></b>
<b><u>04.2</u></b>	<b><u>Safety, Hygiene and Health in Tourism</u></b>	<b><u>25</u></b>	<b><u>1</u></b>

**DELLE 350 ORE OBBLIGATORIE, 275 ORE SONO GIA' INCLUSE NEL CURRICULUM SCOLASTICO DEL CORSO TURISMO – TERZO ANNO RIMANGONO FUORI 75 ORE DI TOURISM MARKETING E TEAM MANAGEMENT DA REALIZZARE IN ORE EXTRACURRICOLARI – CIRCA 3 ORE ALLA SETTIMANA PER L'INTERO ANNO SCOLASTICO**

To Apply Marketing Principles to Tourism	03.1	<b><u>Tourism Marketing:</u></b> * Marketing; * Tourism Marketing; * Positioning; * Promotion tools; * Design of a tourism marketing strategy; * Marketing mix; * Segmentation.
--	------	--

# Meeting new trends

## TECNICO IN TURISMO DIGITALE



To Manage the Human Environment in Tourism Organization	03.1	<p><b>Team Management:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Teamwork organization;</li> <li>* Effective communication within the team;</li> <li>* Focus on results and people;</li> <li>* Motivation techniques and team dynamization;</li> <li>* Conflict management</li> <li>* Team orientation for change;</li> <li>* Leadership.</li> </ul>
---	------	---

**2° ANNO classe IV 1056 ORE + 200 EXTRA CURRICOLARI – 120 ORE ASL AZIENDE SPECIALIZZATE  
4 ESAMI ECDL**

			<b>MAXIMUM</b>	<b>400</b>	
			<b>TOTAL</b>	<b>350</b>	
<b>Cod e LU</b>	<b>LEARNING UNIT</b>	<b>Cod e LSU</b>	<b>LEARNING SUB UNITS</b>	<b>HOUR S</b>	<b>SUGGESTE D SCHOOL YEAR</b>
05		05.1	Tourism planning and tourism impacts	50	2
		05.2	Sustainable tourism	25	2
06		06.1	Tourism services negotiation and sale techniques	25	2
		06.2	Tourism destination information and promotion	50	2
07		07.1	E-Marketing - general principles	50	2
		07.2	Digital Marketing	50	2
		07.3	Digital Marketing applied to Tourism	50	2
08		08.1	Creativity in Communication	50	2

# Meeting new trends

## TECNICO IN TURISMO DIGITALE



DELLE 350 ORE OBBLIGATORIE, 150 ORE SONO GIÀ INCLUSE NEL CURRICOLO SCOLASTICO DEL CORSO TURISMO – QUARTO ANNO

RIMANGONO FUORI 200 ORE DI

- E-Marketing - general principles
- Digital Marketing
- Digital Marketing applied to Tourism
- Creativity in Communication

DA REALIZZARE IN ORE EXTRACURRICOLARI –

- 30 ORE PRIMA SETTIMANA DI SETTEMBRE
- 80 ORE DURANTE L'ANNO SCOLASTICO (CIRCA 3 ORE ALLA SETTIMANA)
- 90 ULTIME TRE SETTIMANE DI GIUGNO

07	To design Digital Marketing strategies	07.1	<b>E-Marketing - general principles:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>* Marketing - general principles;</li><li>* Marketing - key variables;</li><li>* Marketing plan;</li><li>* Digital marketing;</li><li>* Social media marketing.</li></ul>	50
		07.2	<b>Digital Marketing:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>* Internet and distribution channels;</li><li>* Portals, sites, search engines, virtual shopping centers / virtual shops;</li><li>* IT and customer relationship;</li><li>* E-consumer;</li><li>* E-commerce.</li></ul>	50
		07.3	<b>Digital Marketing applied to Tourism:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>* Integration of digital marketing into traditional marketing;</li><li>* Impact of digital media on marketing mix;</li><li>* 360° Marketing;</li><li>* Tourism distribution channels;</li><li>* Web scripts;</li><li>* Social Media as a Tourism Marketing strategy;</li><li>* Mobile marketing and mobile commerce;</li><li>* Digital Marketing metrics.</li></ul>	50

# Meeting new trends

## TECNICO IN TURISMO DIGITALE



08	To think out of the box	08.1	<b><u>Creativity in Communication:</u></b> <ul style="list-style-type: none"><li>* Briefing and Ad Brief;</li><li>* Communication axis;</li><li>* Creative concept or idea;</li><li>* Creativity and inspiration;</li><li>* Creative process;</li><li>* Creativity Stimulation Methods;</li><li>* Idea evaluation.</li></ul>	50
----	-------------------------	------	--	----



# Meeting new trends

## TECNICO IN TURISMO DIGITALE

3° ANNO classe V- 1056 ORE CON 264 ORE IN COPRESENZA CON ESPERTO INFORMATICO – 5 SETTIMANE DI WBL IN AZIENDE EUROPEE SPECIALIZZATE NEL DIGITALE. 30 ORE DI MATERIE OPZIONALI DAL POOL -



			<u>MAXIMUM</u>	<u>300</u>	
			TOTAL	300	
Code LU	LEARNING UNIT	Code LSU	LEARNING SUB UNITS	HOURS	SUGGESTED SCHOOL YEAR
09		09.1	Digital media	25	3
		09.2	Digital content management	25	3
10		10.1	Communication plans and campaigns - virtual sales	50	3
11		11.1	Digital Marketing techniques and social networks management	50	3
		11.1	Social networks applications	25	3
12		12.1	Digital Law	25	3
13		13.1	Database development	25	3
		13.2	CRM - Customer Relationship Management	25	3
14		14.1	Multimedia project management and methodology	50	3

NON E' POSSIBILE MODIFICARE IL PIANO DI STUDI DELL'ULTIMO ANNO POICHE' NON SAREBBE POSSIBILE SOSTENERE L'ESAME DI STATO FINALE CHE DA' ACCESSO AL DIPLOMA.

LE 300 ORE DEL CORSO DEVONO ESSERE SVOLTE IN COPRESENZA TRA I DOCENTI DELLE DISCIPLINE TECNICHE E UN ESPERTO INFORMATICO OTTENUTO GRAZIE ALLA COLLABORAZIONE CON LA REGIONE UMBRIA O PROVENIENTE DA ESPERTI DIGITALI DEL SETTORE TURISTICO CHE POTREBBERO CONTRIBUIRE ALLA FORMAZIONE DEGLI STUDENTI E AVERE RISORSE OPPORTUNAMENTE FORMATE PER LAVORARE NEL SETTORE.

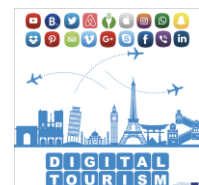
L'IDEA GENERALE E' DI DISTRIBUIRE LA COPRESENZA NELLE SEGUENTI MATERIE

- 1 ORA DI ECONOMIA DEL TURISMO + ESPERTO INFORMATICO
- 1 ORA DI LEGISLAZIONE TURISTICA+ ESPERTO INFORMATICO
- 2 ORE DI INGLESE + EPERTO INFORMATICO
- 1 ORA DI SPAGNOLO + ESPERTO INFORMATICO
- 1 ORA DI MATEMATICA + ESPERTO INFORMATICO
- 1 ORA DI SCIENZE MOTORIE
- 1 ORA DI STORIA DELL'ARTE

PER UN TOTALE DI 264 ORE

# Meeting new trends

## TECNICO IN TURISMO DIGITALE



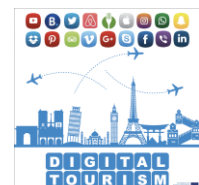
RIMANGONO FUORI 36 ORE DA SVOLGERE IN ORE EXTRACURRICULARI

SI INTEGRA CON 25 ORE OPZIONALI DAL POOL

			<b>MAXIMUM</b>	<b>300</b>
			TOTAL	300
Code LU	LEARNING UNIT	Code LSU	LEARNING SUB UNITS	HOURS
09	To adapt Tourism activity to the Digital Era	09.1	<b>Digital media:</b> * Online communication; * New online consumer habits; * Online communication tools; * New communication tools; * New communication channels / social media; * The importance of social media in the communication.	25
		09.2	<b>Digital content management:</b> * Viral Marketing; * Digital content platforms; * Web contents; * The brand and digital contents; * Digital information; * Strategies and trends.	25
10	To communicate and sell online	10.1	<b>Communication plans and campaigns - virtual sales:</b> * Advertising rules and regulations and promotion through interactive and digital tools; * Communication plans and campaigns; * Services information system; * Messaging.	50
11	To virtually connect Tourism organizations and Customers	11.1	<b>Digital Marketing techniques and social networks management:</b> * Search engines; * Blogs relevance and reputations; * Social media and blogues; * Automation tools; * Social marketing platforms; * Communication and digital marketing plans.	50
		11.1	<b>Social networks applications:</b> * Objects and activities of a social network; * Comparison between different social networks; * IT applications from different social networks; * Development tools; * Social app creation; * Cookie management and authentication; * Data and File Service; * Security and privacy; * Location and other features.	25

# Meeting new trends

## TECNICO IN TURISMO DIGITALE



12	To regulate the Digital World	12.1	<p><b>Digital Law:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Copyright and multimedia - legal regulations for internet and emailing;</li> <li>* Intellectual property;</li> <li>* Advertising and marketing laws;</li> <li>* Online sales laws;</li> <li>* Databases: security, criptography and data protection.</li> </ul>	25
13	To build a database that strenghtens the relationship with Customers	13.1	<p><b>Database development:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Need for databases;</li> <li>* Systems Analysis;</li> <li>* Models used in database management;</li> <li>* Entity-Relationship Model and relational databases;</li> <li>* Table, fields, records, indexes, keys, relations concepts;</li> <li>* Data integrity and consistency;</li> <li>* Database Management Systems;</li> <li>* Database Query Language;</li> <li>* Entity creation, alteration and deletion;</li> <li>* Data entry, modification, search and deletion;</li> <li>* Transactions, privileges, and access control.</li> </ul>	25
		13.2	<p><b>CRM - Customer Relationship Management:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Customer Relationship Management;</li> <li>* Customer information / relationship management;</li> <li>* CRM strategies;</li> <li>* PRM - Partner Relationship Management strategies.</li> </ul>	25
14	To create a Tourism oriented project using multimedia tools.	14.1	<p><b>Multimedia project management and methodology:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Communication process;</li> <li>* Multimedia communication template;</li> <li>* Design / Production process;</li> <li>* Project methodology;</li> <li>* Project phases;</li> <li>* Human resources, relationships and skills;</li> <li>* Human resources involved in a multimedia project team;</li> <li>* Web production team;</li> <li>* Information organization;</li> <li>* State of the art analysis;</li> <li>* Benchmarking analysis;</li> <li>* User profile analysis;</li> <li>* Multimedia proposal;</li> <li>* Task analysis;</li> <li>* Resource analysis;</li> <li>* Budgeting;</li> <li>* Schedule - time line;</li> <li>* Script and writing forms for multimedia;</li> <li>* Content organization and optimization;</li> <li>* Script Production;</li> <li>* Documentary or literary script;</li> <li>* Interactive script (information architecture);</li> <li>* Graphic style script;</li> <li>* Technical script;</li> <li>* Dynamic sites (back office system planning - CMS);</li> <li>* Compatibility - Web Standards;</li> <li>Accessibility;</li> <li>Multimedia Product Evaluation Methods;</li> <li>Planning a multimedia product.</li> </ul>	50

*Meeting new trends*

# **TECNICO IN TURISMO DIGITALE**



www.



@



/Digital\_Tourims

**insignare**  
ASSOCIAÇÃO DE  
ENGENHEIROS E FORMADORES



**aciso**  
ASSOCIAÇÃO  
EMPRESAS DE  
QUALIFICAÇÃO



**2Welfare  
Work**  
Dutch Foundation of Innovation