

Bando di selezione dei partecipanti al corso di Istruzione Tecnica Superiore: Tecnico Superiore per la promozione e il marketing delle filiere turistiche e delle attività culturali

indirizzo: Digital Business Travel Management

1_Titolo rilasciato

Diploma di Tecnico Superiore per la Promozione e il Marketing delle filiere turistiche e delle attività culturali ad indirizzo: *Digital Business Travel Management (V livello EQF - fig. naz. 5.1.1)*

2_Profilo professionale

Per **Digital Business Travel Management** si intende il nuovo modello di gestione del processo di promozione, prenotazione e fatturazione dei viaggi e delle esperienze turistiche, affiancando soluzioni e tecniche di gestione innovative a quelle tradizionali. La figura professionale che verrà formata si occuperà infatti di innovare il **Turismo** con nuovi modelli di business derivanti dalle opportunità che l'evoluzione del **mondo digitale**, dell'**Internet of Things (IoT)**, del **Web fisico** e dell'**App Economy** hanno offerto a molti mercati, incluso quello del turismo e della promozione e della valorizzazione del patrimonio storico, artistico, culturale dei territori. Il profilo formato innoverà la filiera turistica verso lo **Smart Tourism**, nell'ottica del nuovo scenario di sviluppo legato al modello tecnologico e sociale di Smart City. Il profilo professionale in uscita sarà in grado di progettare, gestire e promuovere in modo innovativo il territorio, di fidelizzare i flussi turistici tramite i nuovi strumenti del **Digital Business Travel Management**, di operare in agenzie di viaggio, ON LINE TRAVEL AGENCY (OLTA), tour operator, imprese di servizi turistici o in enti pubblici la cui mission è quella di innovare il sistema turistico territoriale; sarà in grado altresì di stimolare iniziative imprenditoriali che offrono servizi di consulenza legati all'implementazione di tecnologie digitali e smart applicate al turismo. La figura avrà competenze per supportare una corretta gestione dell'impresa turistica, coordinando le funzioni aziendali, analizzando e interpretando il mercato, interpretando i flussi turistici attraverso l'analisi dei **Big Data**, implementando tools del **Digital Destination Management** e strategie di **Marketing e Promozione** per lo sviluppo delle attività turistiche. Il Tecnico Superiore sarà in grado di padroneggiare strumenti di comprensione, analisi e prevenzione dei comportamenti dei turisti e cittadini "digitali", pianificando strategie di vendita efficaci e utilizzo di strumenti performanti per sincronizzare tariffe e disponibilità in tutti i canali di vendita del prodotto turistico, gestendo piattaforme integrate e interoperabili di offerte di servizi turistici, implementando innovazioni sul fronte dell'**IoT**, della **Block Chain**, del **Booking Engine** e del **Digital payment**.

3_Destinatari

Possono accedere al percorso ITS **giovani** tra i 18 e i 35 anni inattivi, inoccupati e disoccupati. I destinatari dovranno essere in possesso dei requisiti stabiliti dalla normativa nazionale di riferimento per l'accesso ai percorsi ITS (diploma di istruzione secondaria superiore oppure diploma quadriennale di istruzione e formazione professionale con frequenza di un corso annuale integrativo di istruzione e formazione tecnica superiore). Verranno selezionati 20 candidati.

4_Durata e articolazione del corso

Il corso ha una durata di due anni, per un monte complessivo di 1800 ore, erogate nell'arco di 4 semestri. È strutturato per Unità di Apprendimento. Gli studenti saranno impegnati dal mese di **Dicembre 2019** al mese di **Dicembre 2021**, con un impegno settimanale di 30/40 ore. È consentito un numero massimo di assenze non superiore al 20% del monte ore totale di ciascuna annualità. Gli studenti che supereranno tale limite saranno esclusi d'ufficio dal corso. Di seguito le aree in cui si svilupperà il piano formativo:

Denominazione Unità di Apprendimento (UA)	
I ANNO (900 ore)	
1. ORIENTED AREA	66
UDA 1 ITS Experience I orientamento al percorso formativo	6
UDA 2 Design Thinking Experience I <i>innovazione nel pensiero per cambiare la realtà</i>	15
UDA 3 Consapevolezza del sé e del progetto professionale <i>life & career coaching</i>	15
UDA 4 Soft skills e Tecniche di comunicazione I <i>competenze trasversali e strategie di comunicazione</i>	30
2. BASIC TOURISM MANAGEMENT AREA	246
UDA 5 Travel Management I <i>programmazione viaggi, costi e ricavi, determinazione prezzi</i>	36
UDA 6 Tourist & Economic Geography <i>fattori geografici ed economici per lo sviluppo delle attività turistiche</i>	27
UDA 7 Travel Agent Professional <i>lavorare nelle OLTA, nelle agenzie di viaggio e nei tour operator</i>	30
UDA 8 Destinazione Turistica <i>evoluzione normativa del comparto turistico a livello comunitario, nazionale e regionale</i>	27
UDA 9 Destination Quality & Strategic Tourism Management I <i>decisioni strategiche, organizzative e operative per gestire il processo di definizione, promozione e commercializzazione di servizi e prodotti turistici</i>	30
UDA 10 Marketing Turistico <i>tecniche di promozione, vendite e prenotazioni di prodotti e servizi turistici</i>	42
UDA 11 Business English for Tourism I <i>language vocabulary and useful phrases for Business Tourism</i>	54
3. SMART AREA	138
UDA 12 Tourist Digital Marketing Management - I <i>strategie sul web e sui social media per garantire lo sviluppo del territorio, delle strutture e delle attività imprenditoriali nel settore culturale e turistico</i>	27
UDA 13 Sistemi informativi di gestione aziendale I <i>piattaforme tecnologiche e software di settore innovativi per il turismo</i>	27
UDA 14 Big Data Analytics <i>studio dei Big Data e conoscenza degli algoritmi che regolano il comparto turistico per rilevazioni e analisi di e modelli</i>	30
UDA 15 Tecnologia Blockchain <i>smart contract, ID digitale e criptovaluta per il comparto turistico</i>	27
UDA 16 E-Travel Management <i>business online turistico: programmazione viaggi, costi e ricavi, determinazione prezzi</i>	27
4. SPECIALISTIC MANAGEMENT AREA: STAGE	450
UDA 17 Stage I	450
TOTALE	900
II ANNO (900 ore)	
1. ORIENTED AREA	36
UDA 18 ITS Experience II <i>orientamento al percorso formativo</i>	9
UDA 19 Soft skills e Tecniche di comunicazione II <i>competenze trasversali e strategie di comunicazione</i>	15
UDA 20 Design Thinking Experience II <i>innovazione nel pensiero per cambiare la realtà</i>	12
2. BASIC TOURISM MANAGEMENT AREA	258
UDA 21 Travel Management II <i>programmazione viaggi, costi e ricavi, determinazione prezzi</i>	30
UDA 22 Marketing Turistico II <i>obiettivi di vendita, strategie di mercato, promozione e vendita viaggi</i>	30
UDA 23 Revenue Management <i>gestione di ricavi che massimizza occupazione, ottimizza tariffazione e aumenta il fatturato</i>	30
UDA 24 Brand Reputation <i>definizione di strategie e riposizionamenti della brand identity di imprese turistiche</i>	30
UDA 25 Destination Quality & Strategic Tourism Management II <i>decisioni strategiche, organizzative e operative per gestire il processo di definizione, promozione e commercializzazione di servizi e prodotti turistici</i>	30
UDA 26 Business English for Tourism II <i>language vocabulary and useful phrases for Business Tourism</i>	54
UDA 27 Customer Relationship Management <i>gestione efficace dei rapporti con i clienti B2B e B2C</i>	24
UDA 28 Sales Management <i>gestire la Sales Strategy, la Sales Operations, la Sales Analysis</i>	30
3. SMART AREA	156
UDA 29 Sistemi informativi di gestione aziendale II <i>piattaforme tecnologiche e software di settore innovativi per il turismo</i>	24
UDA 30 Smart Tour Operator: Trends & Technology <i>conoscenza delle tendenze e innovazioni smart nell'industria travel</i>	24
UDA 31 Channel Management <i>dialogare con il booking engine per sincronizzare tariffe e disponibilità in tutti i canali di vendita</i>	27
UDA 32 Tourist Digital Marketing Management - II <i>strategie sul web e sui social media per garantire lo sviluppo del territorio, delle strutture e delle attività imprenditoriali nel settore culturale e turistico</i>	27
UDA 33 Selling Platform Connect <i>gestire piattaforme di prenotazione e completamento di nuova generazione basate su cloud</i>	27
UDA 34 Big Data Analytics <i>studio dei Big Data e conoscenza degli algoritmi che regolano il comparto turistico per rilevazioni e analisi di e modelli</i>	27
4. SPECIALISTIC MANAGEMENT AREA: STAGE	450
UDA 35 Stage II	450
TOTALE	900

5_Sede delle attività

Le sessioni formative si svolgeranno presso la **sede della Fondazione ITS BACT** in via A. Diaz 58—80134 NAPOLI, e presso le sedi dei partner e delle aziende del cluster. Si coinvolgeranno aziende ed enti che operano nel settore turistico-ricettivo. Le attività laboratoriali e di stage potranno svolgersi sia in tutta Italia che all'estero. Grazie alla carta E.C.H.E. la Fondazione potrà attivare esperienze attraverso il programma di mobilità

studentesca Erasmus+ PON 2014-2020 per lo svolgimento di una parte dello stage all'estero.

6_Format innovativo

La Fondazione ITS BACT conduce le attività corsuali attraverso il cluster, un network di imprese, fornitori e istituzioni strettamente interconnesse. Tutte le attività, sia di teoria che di laboratorio e stage, saranno condotte in maniera operativa in aziende e strutture strategiche ricomprese nel partenariato della Fondazione. Il format prevede un apprendimento in situazione, ovvero in contesti lavorativi, pubblici e privati di potenziale inserimento degli allievi, prefigurando l'aggregazione in cluster di "teaching organisation" dove saranno gli esperti del mondo del lavoro, in qualità di "knowledge worker", a trasferire quanto appreso nel tempo e ad allenare (coaching) gli allievi allo svolgimento delle funzioni previste dalla figura professionale in uscita dal corso. Le giornate formative si svolgeranno secondo le disponibilità aziendali e secondo la tempificazione determinata in maniera unilaterale dall'ITS e dai partner coinvolti. Non sarà possibile né concordare né concedere alcuna facilitazione in termini di frequenza delle attività formative.

7_Modalità per l'iscrizione

La partecipazione al corso è completamente gratuita. Per trasporti e spostamenti non è previsto alcun rimborso spese. Il modulo per la domanda di partecipazione alle selezioni è scaricabile dal sito internet www.fondazioneitsbact.gov.it alla voce *domanda di iscrizione*. Il modulo di iscrizione per accedere alle selezioni dovrà essere compilato, firmato e consegnato a mano (dalle ore 09.00 alle ore 18.00 dal lunedì al venerdì) alla sede della Fondazione ITS BACT in via A. Diaz 58 — 80134 NA, oppure inviato via posta elettronica, formato PDF, all'indirizzo mail iscrizione.turismo@itsbact.it unitamente al documento di riconoscimento, alla copia del diploma e a tutti gli altri titoli valutabili (cfr *griglia Titoli preferenziali*). Le domande inviate telematicamente verranno sottoscritte con la dichiarazione di autenticità dei dati ai sensi del DPR 445/2000 durante l'identificazione in sede di esame. Le domande dovranno pervenire entro e non oltre il **04/12/2019 ore 18.00**.

8_Modalità di selezione

I partecipanti saranno selezionati da una Commissione attraverso la valutazione dei titoli, una prova scritta e una prova orale. Sono ammessi alle prove di selezione i candidati in possesso dei requisiti di cui al punto 3 del presente Bando e che avranno presentato le domande in ottemperanza al punto 7 del presente bando. Di seguito la griglia di valutazione dei titoli preferenziali, per i quali verranno attribuiti massimo 25 punti:

TITOLI PREFERENZIALI	max 25 punti
Voto diploma: Punti da 71-80=1; 81-90=2; 91-95=4; 96-100=8;	max 8 punti
Laurea correlata ai settori afferenti al corso (Aree disciplinari: Lingue, Informatica, Turismo, Economia, Beni culturali, Lettere, Sociologia e Comunicazione, Arte)	4 punti
Laurea non correlata ai settori afferenti al corso	2 punti
Competenze certificate in lingua inglese livelli QCER: B1=1; B2=2; C1=4	max 4 punti
Competenze certificate in altra lingua straniera	1 punto
Erasmus e/o tirocini e/o esperienze di lavoro all'estero certificate	max 2 punti
Attestazioni di competenze di settore certificate	max 3 punti
Esperienze lavorative congruenti documentate	max 3 punti

L'elenco degli ammessi alla selezione sarà affisso il giorno **05/12/2019** presso la sede della Fondazione ITS BACT in via Diaz n.58—80134 NA e consultabile sul sito www.fondazioneitsbact.gov.it. I candidati ammessi alla selezione dovranno presentarsi senza ulteriori avvisi e, a pena di esclusione, muniti di valido documento di riconoscimento, presso la medesima sede della Fondazione il giorno **10/12/2019** alle ore **09.00** per svolgere la prova scritta. La prova scritta sarà articolata in 30 domande a risposta multipla (con una sola risposta esatta), su argomenti di cultura generale e psico-attitudinale, su abilità linguistiche e su conoscenze tecnico professionali tendenti a accertare il livello di conoscenza del settore. A conclusione delle sessioni di selezione della prova scritta, verranno calendarizzate le prove orali che saranno pubblicate sul sito della Fondazione. La prova orale consisterà in un test di self assessment e in un colloquio individuale che valuterà la motivazione del candidato alla formazione, nonché le sue attitudini e l'interesse al profilo professionale in uscita. Di seguito la griglia di valutazione della prova scritta e della prova orale:

PROVA SCRITTA: test a risposta multipla svolto attraverso un software con valutazione automatica per accertare il livello di cultura generale, delle conoscenze di settore e di competenze linguistiche	max 30 punti
PROVA ORALE: self assessment test e colloquio motivazionale per valutare l'interesse, le aspirazioni e le competenze in ingresso del candidato per il profilo professionale oggetto del corso	max 45 punti

La graduatoria, che sarà a scorrimento, sarà pubblicata entro due settimane dall'ultima sessione di prova orale.

9_Misure di orientamento

Per l'accompagnamento dei corsisti selezionati saranno previste sessioni di orientamento, nelle quali sarà presentato il corso, il profilo formativo, i possibili sbocchi occupazionali, il clustering, i contesti lavorativi che ospiteranno i partecipanti nelle sessioni formative. Saranno verificate le reali motivazioni e aspirazioni. Saranno realizzati i bilanci delle competenze in ingresso e rilevati i fabbisogni di sviluppo professionale. Saranno inoltre rilevate le esigenze di eventuali azioni di supporto al superamento di gap di competenze.

10_Patto formativo e Ranking di valutazione

Sarà prevista, da parte dei corsisti, la sottoscrizione di un contratto formativo e di un manifesto deontologico. Durante le sessioni formative sarà utilizzato il sistema di valutazione elaborato dall'ITS BACT, sistema che prevede il Ranking REG (presenze in aula/azienda, superato al raggiungimento di un indice maggiore o uguale all'80%), il Ranking PID (parametri che valutano la professionalità, l'impegno e la deontologia, superato al raggiungimento di un indice maggiore o uguale all'80%), il Ranking EX (valutazioni delle esercitazioni e delle prove di fine modulo, superato al raggiungimento di un indice maggiore o uguale al 60%) e il Ranking PRO (valutazioni degli obiettivi professionali aziendali raggiunti, superato al raggiungimento di un indice maggiore o uguale all'80%).

11_Certificazione finale

Al termine del corso gli studenti che avranno frequentato un numero di ore pari ad almeno l'80% del monte ore complessivo, e che avranno superato gli esami finali, conseguiranno il Diploma di Istruzione Tecnica Superiore, rilasciato dal MIUR ai sensi del d.p.c.m. del 25 gennaio 2008, e valido sul territorio nazionale e all'interno della Unione Europea, raddoppiando così con il Quadro Europeo delle Qualifiche (V° livello EQF). Tale titolo costituisce titolo qualificante nei pubblici concorsi, e rilascia crediti formativi, ai sensi all'art.14 della legge n° 240 del 30.12.2010, presso le Università partner dell'ITS BACT, per il conseguimento della laurea triennale di settore.

12_Job Placement

Le competenze acquisite costituiranno vantaggi competitivi per i formati che potranno così spendere la professionalità e le skills acquisite in termini di occupabilità, considerato che il mercato del lavoro attuale pone a quasi tutti i settori le sfide dell'ICT e della digitalizzazione. Di seguito alcuni degli sbocchi professionali: Imprese Turistiche tradizionali; OLTA; Imprese del comparto alberghiero, extralberghiero, paralberghiero, ristorativo; Travel Management Company; Web Agency del settore culturale e turistico; Compagnie di navigazione e crociéristiche; Aziende di self booking; Agenzie di comunicazione ed eventi; Imprese di intermediazione turistica (tour operator e agenzie di viaggio specializzate); Strutture pubbliche e private di gestione di sistemi turistici locali; Pubblica amministrazione locale (comuni, comunità montane, province, regione), poli e distretti turistici; Consorzi/agenzie/pro loco di valorizzazione territoriale; Organismi delle CCIAA in Italia e italiane all'estero; industrie culturali e creative; mondo dei professionisti autonomi (es. Travel Manager, Travel Assistant, ecc.). La Fondazione ITS BACT faciliterà i processi di inserimento lavorativo per gli studenti, in base alle valutazioni emerse dal ranking PID e durante le attività formative e l'esame finale, considerando che l'analisi del fabbisogno formativo è emersa dall'esigenza reale del partenariato della Fondazione di assorbire profili specializzati nel settore del Digital Business Travel Management.

13_Informazioni

Per qualsiasi informazione sul corso e sulla Fondazione, rivolgersi a Fondazione ITS BACT, via Armando Diaz 58, 80134 — Napoli. Tel. 081.8799822, oppure consultare il sito internet www.fondazioneitsbact.gov.it e i canali social *Fondazione ITS BACT (Facebook)* e *its_bact (Instagram)*.



F.to Il Presidente
Aniello Di Vuolo