

ACCOGLIENZA E PRESENTAZIONE DEL PERCORSO FORMATIVO

C.2 Durata del modulo in ore

Durata complessiva	6	Teoria	6	Pratica	0	Stage	0
---------------------------	---	---------------	---	----------------	---	--------------	---

C.3 Obiettivi e contenuti

Per il modulo di stage specificare le aziende presso le quali è svolto.

OBIETTIVI:

- Fornire un'informazione chiara sul percorso formativo (finalità, motivazione, metodologia, articolazione didattica e temporale) ed i suoi obiettivi per consentire l'accoglienza e favorire l'esplicitazione di motivazioni ed aspettative;
- Promuovere la formazione e il "cambiamento" come strumenti della politica attiva del lavoro ed opportunità di crescita personale continua che favorisce il protagonismo in base ad una emancipazione della alterità individuale;
- Analizzare i principali mutamenti del mondo del lavoro con le annesse e innovative istanze professionali espresse dal settore opererà la figura professionale oggetto dell'intervento formativo;
- Esplicitare i diritti e i doveri dei partecipanti all'attività formativa.

CONTENUTI:

- Presentazione generale del docente, dei tutor e dei partecipanti
- Presentazione del percorso formativo;
- Le motivazioni dell'intervento;
- Le finalità e gli obiettivi del corso;
- I principali cambiamenti nel mondo del lavoro: l'Innovazione tecnologica e lo sviluppo della professionalità;
 - Il mondo delle professioni ed i "sistemi informativi" Isfol ed Excelsior;
- Le professioni più richieste in Italia: "regione che vai professione che trovi";
 - Le previsioni di assunzione nazionali e regionali e i nuovi campi di azione;
- La domanda di lavoro espressa dalle imprese del settore in cui opererà la figura professionale oggetto dell'intervento formativo: visione di tabelle e statistiche;
- La Life long learning: il significato e il valore della formazione nel contesto attuale:
 - La formazione come strumento della politica attiva del lavoro;
- I tempi e le modalità di realizzazione dell'attività formativa;
- I diritti e i doveri dei partecipanti all'attività formativa.

C.1 Titolo del Modulo

TECNICHE DI SOCIALIZZAZIONE E COMUNICAZIONE DI GRUPPO (UFC DI SINTESI: CT.01.01 - CT.01.02)

C.2 Durata del modulo in ore

Durata complessiva	12	Teoria	9	Pratica	3	Stage	0
---------------------------	----	---------------	----------	----------------	---	--------------	---

C.3 Obiettivi e contenuti

Per il modulo di stage specificare le aziende presso le quali è svolto.

OBIETTIVI:

- Identificare il significato e la centralità del processo di comunicazione, con orientamento sulle sue forme più ricorrenti, riconoscendo la sua applicazione 'efficace e congruente, rispetto ai diversi scopi o di informazione o di formazione;
- Avere conoscenza dei principali concetti, criteri e forme di comunicazione, indicando esempi di criticità e caratterizzando esemplificative situazioni di comunicazione inefficace;
- Saper adottare stili e strategie comunicative differenziate, adeguate al contesto e agli scopi della comunicazione;
- Definire la negoziazione come processo di comunicazione, riconoscendo le caratteristiche fondamentali del processo negoziale, esemplificando fattori di criticità, promuovendo relazioni assertive e propositive, orientamenti alla collaborazione tra ruoli e funzioni diverse;
- Saper concertare e negoziare con altri soluzioni e risorse, in situazione interpersonale e di gruppo;
- Descrivere i fenomeni di un gruppo, indicando gli elementi di criticità nella sua gestione, nonché i criteri per la preparazione e conduzione efficace di una riunione, segnatamente al corretto uso della comunicazione e dello stile di leadership in gruppi piccoli o grandi;
- Saper lavorare in gruppo per affrontare problemi, progettare soluzioni, produrre risultati collettivi.

CONTENUTI:

- Apertura del modulo: giro di tavolo per la conoscenza del nucleo classe;
- La comunicazione e i suoi strumenti:
 - Presupposti del processo di comunicazione: definizione, concetti e prassi;
 - Significato e la centralità del processo di comunicazione;
 - Il contenuto e la relazione nella comunicazione: relazione simmetrica/complementare;
 - La comunicazione interpersonale: l'importanza del feedback nella comunicazione;
 - La funzione informativa e formativa della comunicazione: le definizioni di informazione, formazione;
 - Forme differenti di comunicazione ed efficacia del messaggio: comunicazione "verbale/non verbale", "ad una/due vie";
 - Forme e caratteristiche più ricorrenti della comunicazione;
 - L'applicazione 'efficace e congruente, rispetto ai diversi scopi, della comunicazione;
 - Le barriere della comunicazione;
 - La comunicazione educativa;
 - Le condizioni e le caratteristiche specifiche di una comunicazione educativa, in ambito di formazione degli adulti;
 - Elementi di Public Speaking
 - Esercitazione e debriefing;
- I gruppi e gli stili di conduzione:
 - Cosa s'intende per gruppo: le diverse definizioni;
 - Caratteristiche/tipologie di gruppo;
 - Le principali fasi evolutive di un gruppo;
 - Fenomeni di un gruppo e gli elementi di criticità nella sua gestione;
 - Il lavoro e la decisione di gruppo;
 - Gli stili di conduzione: leadership "autoritaria", "democratica", "permissiva";
 - I criteri per la preparazione e conduzione efficace di una riunione;
 - Il corretto uso della comunicazione dello stile di leadership in gruppi piccoli o grandi;

- La negoziazione come processo di comunicazione:
 - La definizione di negoziazione;
 - La Concertazione;
 - Il processo delle relazioni duali ai fini del processo di negoziazione;
 - Conflitti interpersonali e conflitti tra gruppi;
 - Dinamiche intergruppo e conflittualità;
 - Processi di negoziazione;
 - Metodi e tecniche per negoziare;
 - Argomentazione e persuasione;
 - Processi di accomodamento e risoluzione dei conflitti
 - Esercitazione e debriefing;

C.1 Titolo del Modulo

ORIENTAMENTO E BILANCIO DELLE COMPETENZE

C.2 Durata del modulo in ore

Durata complessiva	12	Teoria	9	Pratica	3	Stage	0
---------------------------	----	---------------	----------	----------------	---	--------------	---

C.3 Obiettivi e contenuti

Per il modulo di stage specificare le aziende presso le quali è svolto.

OBIETTIVI:

Dei formatori:

- Monitorare e valutare inizialmente, in itinere e alla fine del percorso formativo gli apprendimenti acquisiti dai soggetti in formazione;
- Fornire una panoramica del processo di valutazione e delle sue logiche ed illustrare agli allievi gli strumenti di valutazione ed auto - valutazione prescelti relativi alle prove cognitive e a quelle di gruppo da realizzare;
- valutare all'inizio dell'attività quali sono i saperi d'ingresso degli allievi intorno alle tematiche concernenti la professionalità ed il settore in cui opererà la figura professionale oggetto dell'intervento formativo;
- Identificare e ricostruire l'insieme di conoscenze, abilità e risorse psico-sociali possedute dai singoli corsisti;
- Valutare il livello di conoscenze e competenze posseduto dai corsisti al termine dell'attività formativa;
- Stimare sia i cambiamenti intervenuti negli atteggiamenti, sia il livello di gradimento sugli aspetti generali di efficienza organizzativa inerente lo svolgimento del modulo
- Illustrare le skills (tecniche di potenziamento, meccanismi e stili di apprendimento, ...) necessarie per l'attivazione di un'azione empowering e dunque, per il raggiungimento di una migliore consapevolezza di se stessi e delle proprie opportunità di crescita e sviluppo personale - professionale;

Degli allievi in formazione:

- Riflettere sulle tecniche di studio e di apprendimento appropriate in una situazione di formazione;
- Acquisire tecniche e strumenti individuali di auto-valutazione del processo di apprendimento e dunque, di trasformazione delle proprie competenze;
- Essere in grado di ricostruire, analizzare e generalizzare le proprie esperienze formative, professionali, personali;
- Acquisire capacità di stima, correzione e riprogettazione delle proprie competenze per poter definire e ri-definire autonomamente un progetto professionale realistico, valutando con coerenza i propri punti di forza e di debolezza tenendo in giusta considerazione anche la situazione e le tendenze occupazionali e professionali di proprio interesse.

CONTENUTI:

- Il cambiamento come opportunità di crescita e di sviluppo:
 - Le fasi del cambiamento e le principali tappe dello sviluppo;
 - I meccanismi e le basi dell'apprendimento:
 - La teorie motivazionale, le teorie basate sui concetti di istinto e pulsione, affetti ed incentivi nel processo di apprendimento;
 - Aspettative e valori nella formazione degli atteggiamenti e dei comportamenti personali;
 - Dalla Motivazione alla Rimotivazione: la prospettiva teorica, la dinamica della motivazione, i meccanismi di difesa;
 - L'autopercezione delle competenze possedute in rapporto a quelle richieste; l'analisi valutativa dello scarto percepito;
- La funzione dell'empowerment:
 - Valorizzazione della propria individualità con attenzione alla differenza di genere;

- Conoscenza di sé alla base del percorso formativo;
- Lo sviluppo delle possibilità di governare gli eventi, come affrontare situazioni critiche: l'effetto Pigmalione e le Tecniche di problem-solving;
- Il processo di auto-diagnosi orientativa:
 - Costruzione di un progetto formativo e professionale valorizzante le potenzialità individuali;
 - Attivazione delle metodologie di regolazione dei propri percorsi di azione e progetti professionali in base a feed-back, interni ed esterni;
- Il Bilancio delle Competenze:
 - Il processo di valutazione e la sua logica;
 - Presentazione degli strumenti diagnostici di valutazione delle competenze: test, questionario, interviste comportamentali e motivazionali, giochi di gruppo in basket e analisi di casi tramite role playng, team working;
 - Valutazione di ingresso:
 - Realizzazione di un Assessment center iniziale per conoscere i "saperi d'ingresso" dei partecipanti;
 - Metodologie formative adottate e loro congenialità al soggetto in formazione;
 - Il 'Diario' come tecnica di auto-valutazione;
 - Valutazione in itinere;
 - Valutazione in uscita:
 - Progetto personale di miglioramento;
 - Realizzazione dell'Assessment center finale per la valutazione delle skill e dei tools acquisiti dagli allievi;
 - Elaborazione di un Progetto personale di miglioramento;
 - Valutazione del corso mediante la compilazione di questionario strutturato.

C.1 Titolo del Modulo

IL BENE CULTURALE: LA VALORIZZAZIONE QUALE STRUMENTO DI SVILUPPO TERRITORIALE

C.2 Durata del modulo in ore

Durata complessiva	24	Teoria	18	Pratica	6	Stage	0
---------------------------	----	---------------	-----------	----------------	---	--------------	---

C.3 Obiettivi e contenuti

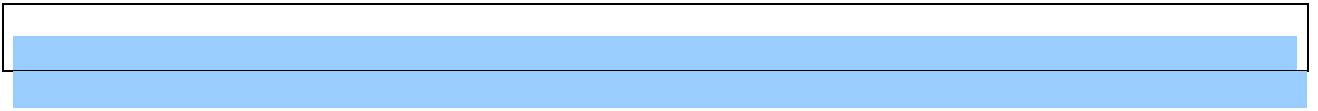
Per il modulo di stage specificare le aziende presso le quali è svolto.

OBIETTIVI:

- Acquisire il concetto di bene culturale e come viene formalizzato legalmente nelle convenzioni internazionali e nell'ordinamento vigente;
- Apprendere il significato ed il valore dato dall'odierna società al bene culturale in sé;
- Apprendere le caratteristiche, la classificazione e la metodologia d'indagine del bene culturale;
- Apprendere le politiche italiane di valorizzazione e gestione dei beni culturali;
- Conoscere la nuova organizzazione del Ministero per i beni e le attività culturali tra decentramento, autonomia e privatizzazioni;

CONTENUTI:

- Il concetto di bene culturale;
- La problematica nozione di bene culturale:
 - Nelle convenzioni internazionali;
 - Nell'ordinamento vigente;
- Significato e valore del bene culturale;
- La formalizzazione legale del concetto di bene culturale:
 - a) Nel d.lgs. 31 marzo 1998 n. 112;
 - b) Nel d.lgs. 29 ottobre 1999 n. 490;
 - c) Nel d.lgs. 22 gennaio 2004 n. 42;
 - Morfologia dei beni culturali oggetto di tutela;
 - La verifica dell'interesse culturale dei beni;
 - Il carattere aperto della nozione ed il rinvio a valori meta-giuridici;
- Beni e attività culturali tra processi e procedimenti;
 - L'immateriale valore del bene culturale;
 - Le spie normative di un concetto unitario di bene ed attività culturale;
- Processi e procedimenti culturali.
- La cessione dei beni culturali e il nuovo regolamento sull'utilizzazione e l'alienazione del demanio storico-artistico (D.P.R. 7 settembre 2000, n. 283);
- Il testo unico e le novità in materia di appalti nel settore dei beni culturali nel D.P.R. 21 dicembre 1999, n. 554;
- Valorizzazione e gestione dei beni culturali:
 - I musei;
 - Gli scavi archeologici,
 - Il sito archeologico come museo: ricerca, comunicazione e comunicazione;
 - Valorizzazione e fruizione: sistemi di comunicazione e gestione del sito archeologico;
 - I rapporti fra parchi archeologici e parchi ambientali;
 - Gestione, promozione e opportunità di business nei parchi archeologico-ambientali
 - L'accesso del pubblico ai beni culturali;
- La nuova organizzazione del Ministero per i beni e le attività culturali nei d.lgs. 20 ottobre 1998, n. 368 e 30 luglio 1999, n. 300 tra decentramento, autonomia e privatizzazioni;
- Il regolamento sulla partecipazione del Ministero a fondazioni;
- Novità legislative e recenti orientamenti giurisprudenziali sul regime tributario dei beni culturali;
- I Beni Culturali di interesse religioso;
- Le zone S.I.C.;
- Turismo sostenibile.



C.1 Titolo del Modulo

LEGISLAZIONE DEI BENI CULTURALI

C.2 Durata del modulo in ore

Durata complessiva	24	Teoria	18	Pratica	6	Stage	0
---------------------------	----	---------------	-----------	----------------	---	--------------	---

C.3 Obiettivi e contenuti

Per il modulo di stage specificare le aziende presso le quali è svolto.

OBIETTIVI:

- Apprendere la disciplina costituzionale relativa alla tutela e conservazione dei beni culturali;
- Conoscere le funzioni e gli istituti preposti alla tutela e conservazione dei beni culturali;
- Apprendere le principali nozioni relative alla conservazione e circolazione di beni culturali, nonché i ritrovamenti e gli acquisti privilegiati di beni culturali;
- Conoscere quali sono i soggetti che, in Italia, tutelano i beni culturali e l'assetto delle loro competenze;
- Conoscere le funzioni e l'organizzazione del Ministero per i beni e le attività culturali;
- Apprendere le forme di gestione dei beni culturali utilizzate in Italia;
- Conoscere i profili generali della tutela penale, relativa alla tutela e conservazione dei beni culturali;

CONTENUTI:

- Il quadro costituzionale:
 - Principi costituzionali in materia di beni culturali;
 - Nozioni di bene culturale;
 - Il nuovo riparto di competenze;
 - Il ruolo dei privati nella tutela dei beni culturali;
- Il governo dei beni culturali:
 - L'organizzazione centrale;
 - Il Ministero per i beni e le attività culturali;
 - L'organizzazione periferica del Ministero;
- Individuazione e regime giuridico dei beni culturali:
 - Il regime giuridico dei beni culturali;
 - La verifica dell'interesse culturale sui beni pubblici;
 - La dichiarazione dell'interesse culturale sui beni appartenenti a privati;
 - I ritrovamenti e le scoperte;
- La tutela dei beni culturali:
 - Le misure di protezione;
 - Le misure di conservazione;
 - I poteri d'ispezione e di vigilanza;
- La tutela indiretta:
 - Il vincolo indiretto;
 - Le altre prescrizioni di tutela indiretta;
- La circolazione dei beni culturali:
 - La circolazione in ambito nazionale;
 - La circolazione in ambito comunitario ed internazionale;
- L'espropriazione:
 - L'espropriazione dei beni culturali;
 - L'espropriazione per fini strumentali;
 - L'espropriazione per interesse archeologico;
 - L'occupazione temporanea;
- La valorizzazione:
 - La gestione delle attività culturali;
 - L'accesso agli istituti e ai luoghi di cultura;
 - La fruizione dei beni culturali privati;
 - I musei, le biblioteche e i beni librari;

- Gli archivi;
- Mostre ed esposizioni;
- L'uso individuale;
- Il sistema sanzionatorio:
 - La scelta dell'apparato sanzionatorio;
 - Interventi e opere illeciti;
 - Le sanzioni in materia di circolazione;
 - Ritrovamenti e scoperte;
 - La contraffazione di opere d'arte.

C.1 Titolo del Modulo

LA STORIA DEL TURISMO

C.2 Durata del modulo in ore

Durata complessiva	24	Teoria	18	Pratica	6	Stage	0
---------------------------	----	---------------	-----------	----------------	---	--------------	---

C.3 Obiettivi e contenuti

Per il modulo di stage specificare le aziende presso le quali è svolto.

OBIETTIVI:

- Apprendere e comprendere il rapporto tra sviluppo economico e sviluppo del turismo come settore produttivo.
- Essere in grado di analizzare la formazione della domanda dell'offerta di servizi turistici.

CONTENUTI:

- Il Turismo in una società preindustriale.
- I Pellegrinaggi ed il Grand Tour.
- La formazione di un mercato intercontinentale e la grande espansione del commercio.
- Prime forme di turismo borghese e prime località turistiche: Villeggiatura e turismo termale.
- L'industrializzazione e l'offerta di trasporto. Nuove forme di turismo.
- Il turismo aristocratico e borghese.
- Sviluppo economico moderno e distribuzione del reddito.
- La nascita del "tempo libero".
- Prime forme di turismo popolare.
- Le città nella seconda metà dell'800: Industria, comunicazione, intrattenimento.
- Ferrovie, navi a vapore e turismo.
- Un paese pioniere: Gli Stati Uniti d'America.
- Turismo ed economia tra le due guerre.
- Sviluppo economico e stato sociale nel secondo dopoguerra.
- La nascita del turismo di massa: nuove forme di domanda.
- La formazione di una offerta turistica.
- Il turismo nell'economia contemporanea.
- Turismo e sviluppo economico.
- Il turismo in Italia: Dall'Unità alla Prima Guerra Mondiale.
- Il periodo tra le due guerre e l'avvio di una politica per il turismo.
- Sviluppo economico e sviluppo del turismo nella seconda metà del s. XX.
- Turismo, comuni e regioni.

C.1 Titolo del Modulo

SOCIOLOGIA DEL TURISMO

C.2 Durata del modulo in ore

Durata complessiva	24	Teoria	18	Pratica	6	Stage	0
---------------------------	----	---------------	-----------	----------------	---	--------------	---

C.3 Obiettivi e contenuti

Per il modulo di stage specificare le aziende presso le quali è svolto.

OBIETTIVI:

- Acquisire le conoscenze teoriche e metodologiche indispensabili alla comprensione del fenomeno turistico attraverso la sistemazione delle complesse tipologie di turismo;
- Acquisire le competenze analitiche per una lettura delle tendenze che il comportamento turistico ha assunto alla luce del cosiddetto "avvento postindustriale", evidenziando il mutamento dei rapporti tra individuo e sistema sociale in Italia;
- Comprendere il delinearsi di nuove relazioni comunicative in ambito turistico e nuove tecnologie organizzative.

CONTENUTI:

- L'evoluzione del turismo in rapporto alle trasformazioni della società;
 - La dinamica sociale del turismo;
 - La formazione di un sistema di ruoli e di istituzioni;
 - Dal turismo d'élite al turismo di massa;
 - Trasformazioni dello sviluppo economico e sociale nei modi di vita e nei bisogni delle grandi masse;
- Tipologie di turismo;
- I tratti che caratterizzano il turista,
 - Le sue motivazioni ed i processi di decisione;
 - L'innovazione turistica come percorso di distinzione sociale;
- La funzione sociale del turismo;
 - La strutturazione degli spazi sociali in funzione dell'incontro turistico;
 - L'impatto socio-culturale del turismo sulla popolazione autoctona.
- La dimensione turistica nella società postindustriale;
 - Comunicazione turistica e tensione tra opposti;
 - Possibilità e rischi, oltre il turismo di massa;
 - Nuovi processi di selezione nell'uso del territorio;
 - L'ambivalenza delle nuove tecnologie; frizione dello spazio e tempi di viaggio;
 - La rivoluzione mobiletica.
 - La funzione del leader come capo e come comunicatore;
- Il rapporto turismo e sistema pubblicitario;
- Il turismo in Italia: aspetti economici e caratteristiche del mercato;
- Viaggiare all'interno e all'esterno dell'Unione Europea;
- La formazione degli operatori turistici;
- La responsabilità dell'agenzia di viaggio;
 - Rimborso e risarcimento del danno;
- Turismo e ambiente: la cultura del rispetto delle risorse;
- Il turismo sostenibile e responsabile.

C.1 Titolo del Modulo

LA VALORIZZAZIONE DEL TERRITORIO

C.2 Durata del modulo in ore

Durata complessiva	24	Teoria	18	Pratica	6	Stage	0
---------------------------	----	---------------	-----------	----------------	---	--------------	---

C.3 Obiettivi e contenuti

Per il modulo di stage specificare le aziende presso le quali è svolto.

OBIETTIVI:

- Apprendere le diverse tipologie di turismo e la segmentazione dell'offerta turistica;
- Essere in grado di utilizzare gli strumenti e le metodologie adeguate per la realizzazione di uno sviluppo turistico della zona in oggetto;
- Apprendere come valorizzare in senso turistico il patrimonio culturale del territorio in esame;
- Conoscere gli strumenti per garantire la riconversione e riqualificazione in senso turistico di una città o di un territorio.

CONTENUTI:

- Le diverse tipologie di turismo e la segmentazione dell'offerta turistica;
 - Alberghi e ricettività;
 - Il turismo enogastronomico;
 - Il turismo ambientale, naturalistico e attivo;
 - Il turismo sociale e responsabile;
 - Il turismo montano (sci e non solo);
 - Il turismo verde;
 - Il turismo scolastico;
 - L'agriturismo e il turismo rurale.
- Gli ecomusei: normative e progetti.
- Raccontare il territorio attraverso l'arte e le storie;
- La "lettura" di una città o di un territorio attraverso le attrattive turistiche, per svilupparvi il turismo.
- Come costruire la dimensione turistica di un territorio, anche attraverso le nuove professioni turistiche di sistema.
- I nuovi strumenti di coinvolgimento e sensibilizzazione dell'opinione pubblica.
- La riconversione e la riqualificazione in senso turistico di una città o di un territorio.
- La valorizzazione in senso turistico del patrimonio culturale:
 - Le politiche di gestione,
 - Il marketing museale,
 - La didattica;
 - Le tendenze del pubblico;
 - I servizi di accoglienza e ospitalità.

C.1 Titolo del Modulo

PROGRAMMAZIONE DELLO SVILUPPO E ASSETTO DEL TERRITORIO

C.2 Durata del modulo in ore

Durata complessiva	24	Teoria	18	Pratica	6	Stage	0
---------------------------	----	---------------	-----------	----------------	---	--------------	---

C.3 Obiettivi e contenuti

Per il modulo di stage specificare le aziende presso le quali è svolto.

OBIETTIVI:

- Sviluppare competenze nel saper operare all'interno dei sistemi turistici locali;
- Acquisire competenze nella gestione delle imprese turistiche, operanti nell'industria dell'ospitalità, sapendo integrare le aziende ricettive con servizi culturali e ambientali;
- Essere in grado di progettare e attuare interventi intersettoriali e infrastrutturali, necessari alla qualificazione dell'offerta turistica e alla riqualificazione urbana e territoriale delle località ad alta densità di insediamenti turistico-ricettivi, in particolare nelle località impegnate nella valorizzazione dei beni culturali e ambientali con la costituzione e promozione di nuovi prodotti turistici;
- Apprendere come definire, anche da un punto di vista socio-antropologico, le peculiarità di siti e culture in funzione di una valorizzazione turistica non intrusiva (sviluppo locale sostenibile);
- Acquisire competenze nel marketing territoriale delle aree di destinazione, necessarie allo sviluppo e alla gestione dei sistemi turistici;

CONTENUTI:

- Introduzione allo sviluppo locale;
- La competizione tra i luoghi - La formazione della città mondiale;
- Le variabili sociali dello sviluppo locale;
- La quantità sociale dello sviluppo locale: il capitale sociale;
- La quantità sociale dello sviluppo locale: politiche e istituzioni;
- Il processo economico di produzione di cultura;
- Distretti culturali e sviluppo economico sostenibile;
- Turismi globali e turismi locali;
- Regole del turismo di massa e teorie sociali;
- Regole del turismo sostenibile e teorie sociali;
- Agriturismo e turismo rurale;
- Giacimenti enogastronomici e turismo locale;
- Ecoturismo e Turismo Naturalistico;
- Urbanistica consensuale e città ospitale;
- Le politiche urbane dell'accoglienza;
- Il distretto turistico-culturale;
- Distretto ed eventi culturali;
- Il sistema turistico locale;
- La competizione tra i luoghi - La nascita del city marketing.

C.1 Titolo del Modulo

IL MARKETING TERRITORIALE

C.2 Durata del modulo in ore

Durata complessiva	24	Teoria	18	Pratica	6	Stage	0
---------------------------	----	---------------	-----------	----------------	---	--------------	---

C.3 Obiettivi e contenuti

Per il modulo di stage specificare le aziende presso le quali è svolto.

OBIETTIVI:

- Apprendere l'importanza del marketing nella strategia di sviluppo del territorio;
- Acquisire un quadro di riferimento di base sul significato di Marketing Territoriale;
- Approfondire la stretta relazione tra Marketing Territoriale e politiche per lo sviluppo locale;
- Mettere a confronto i numerosi soggetti che in un ambito territoriale svolgono funzioni ed attività di Marketing Territoriale;
- Conoscere l'insieme degli strumenti legislativi, normativi e di incentivo nella prospettiva del Marketing Territoriale;
- Conoscere le differenti strategie di marketing territoriale;

Contenuti:

- Il marketing nella strategia di sviluppo del territorio;
- I nodi concettuali nell'applicazione del marketing al territorio;
- Contenuti e processo di elaborazione della strategia di marketing territoriale;
- Gli interventi sulle componenti tangibili e intangibili del territorio;
- La politica di comunicazione del territorio;
- L'evoluzione delle meso-strutture economiche: l'analisi dei sistemi locali e delle loro modalità di sviluppo;
- I patti territoriali e altre forme di programmazione negoziata in una prospettiva di marketing strategico;
- Le strategie di marketing territoriale:
 - Il marketing territoriale nell'economia della conoscenza;
 - Il marketing territoriale tra esterno e interno, tra attrattività e valore;
 - Il marketing dei contesti territoriali: il potenziale di differenziazione del capitale sociale;
 - Un modello per la gestione innovativa dei Sistemi economici locali: il Sistema Innovativo Virtuale;
 - Problemi aperti per il marketing delle città;
- Il piano e gli strumenti di marketing territoriale:
 - Il piano di marketing territoriale esterno;
 - Il piano di marketing territoriale interno;
 - La comunicazione territoriale;
 - Il geomanagement e il geomarketing;
 - Le infrastrutture aeroportuali come fattore di attrazione territoriale;
 - Il Project Financing per lo sviluppo del territorio;
 - Le innovazioni legislative e gli strumenti di intervento pubblico per la promozione delle Pmi;
- Alcune evidenze empiriche:
 - Lo stato dell'arte delle iniziative di marketing territoriale: una panoramica a livello europeo e italiano;
 - Dal territorio fordista al territorio postfordista: una panoramica internazionale;
 - L'immagine del territorio e le manifestazioni fieristiche. Una verifica empirica;
 - Il cyber-marketing territoriale

C.1 Titolo del Modulo

MARKETING DEL TURISMO

C.2 Durata del modulo in ore

Durata complessiva	24	Teoria	18	Pratica	6	Stage	0
---------------------------	----	---------------	-----------	----------------	---	--------------	---

C.3 Obiettivi e contenuti

Per il modulo di stage specificare le aziende presso le quali è svolto.

OBIETTIVI:

- Acquisire le basi tecniche e professionali indispensabili per muoversi efficacemente nel moderno mercato turistico dominato dalla domanda, nel quale il successo e la sopravvivenza stessa dell'offerta discendono dalla capacità di conquistare i consumatori, di comprenderne le esigenze e di soddisfarle meglio della concorrenza, individuando strategie di mercato vincenti.
- Conoscere, saper leggere e valorizzare il territorio Campano in modo assolutamente moderno ed originale così da far sì che un'area a vocazione turistica, come in alcune esperienze innovative straniere, diventi "un capitale" a disposizione per creare sempre più business e occupazione;

CONTENUTI:

- I fondamenti del marketing di base e le tecniche di analisi del mercato turistico.
- Analisi del macro ambiente.
- I criteri di individuazione del contesto competitivo.
- L'analisi della domanda.
- Il sistema informativo e la ricerca di marketing.
- Il posizionamento dell'impresa.
- Le politiche di marketing.
- Le attuali tendenze del mercato nazionale ed internazionale.
- Il concetto di sistema e prodotto turistico.
- Il comportamento di acquisto e consumo del turista.
- La segmentazione del mercato turistico.
- Il posizionamento dei prodotti turistici.
- Le politiche di marketing mix.
- Le nuove tecnologie applicate al turismo.
- La gestione del piano di promozione.
- Analisi di casi aziendali.
- Il coinvolgimento dei soggetti istituzionali e degli operatori privati nella valorizzazione del patrimonio turistico e nell'offerta turistica integrata.
- La valorizzazione del patrimonio culturale in senso turistico: gestione, fruibilità, didattica.
- Nuove forme di ospitalità e di servizi diffusi sul territorio.
- Approccio al concetto di strategia di marketing e di promozione turistica.
- Confronto tra politiche di marketing turistico italiane e straniere.
- Case-histories di marketing turistico di successo in Italia e all'estero. Testimonianze.

C.1 Titolo del Modulo

ECONOMIA E GESTIONE DELLE ATTIVITÀ CULTURALI E TURISTICHE

C.2 Durata del modulo in ore

Durata complessiva	24	Teoria	18	Pratica	6	Stage	0
---------------------------	----	---------------	-----------	----------------	---	--------------	---

C.3 Obiettivi e contenuti

Per il modulo di stage specificare le aziende presso le quali è svolto.

OBIETTIVI:

- Apprendere le principali tecniche utilizzate per la gestione delle attività culturali e turistiche della zona in oggetto;
- Conoscere i compiti dei principali soggetti pubblici e privati che si occupano della gestione delle attività culturali e turistiche;
- Apprendere i principi e gli elementi caratterizzanti della gestione delle imprese culturali;
- Conoscere le differenti tipologie di organizzazione della qualità nei musei e i suoi modelli;

CONTENUTI:

- Le attività culturali.
 - Definizioni operazionali e profilo normativo.
 - Dal Framework dell'Unesco alle classificazioni Eurostat e la delimitazione del campo delle attività culturali secondo domini, offerta e domanda.
 - L'evoluzione del quadro legislativo italiano.
 - I soggetti pubblici e privati della gestione delle attività culturali.
- La gestione delle attività culturali.
 - I principi e gli elementi caratterizzanti della gestione delle imprese culturali;
 - Le trasformazioni avvenute nel contesto italiano negli ultimi decenni.
- La gestione museale.
 - Le trasformazioni nel sistema museale italiano dagli anni Novanta in poi.
 - L'offerta di beni artistici e storici.
 - I cosiddetti servizi aggiuntivi.
 - La natura multidimensionale del management museale.
 - La distrettualizzazione e la gestione dei flussi turistici.
 - I sistemi museali integrati e le reti museali.
 - I musei virtuali.
 - L'organizzazione della qualità nei musei e i suoi modelli.
 - Il marketing strategico per la gestione dei musei.
 - La pianificazione e la valutazione dell'efficienza e dell'efficacia del museo;
 - Esperienze italiane e internazionali di gestione museale.
- La gestione delle attività turistiche.
 - La natura sistemica del prodotto turistico e le sue componenti.
 - I servizi turistici e il loro ciclo di vita.
 - Pubblico e privato nel settore turistico.
 - Le agenzie di viaggio.
 - I tour operator.
 - L'analisi del mercato.
 - Il marketing mix e la sua gestione.
 - Le aziende agrituristiche.

C.1 Titolo del Modulo

POLITICHE E MARKETING DELL'ACCOGLIENZA TURISTICA

C.2 Durata del modulo in ore

Durata complessiva	24	Teoria	18	Pratica	6	Stage	0
---------------------------	----	---------------	-----------	----------------	---	--------------	---

C.3 Obiettivi e contenuti

Per il modulo di stage specificare le aziende presso le quali è svolto.

OBIETTIVI:

- Conoscere le differenti politiche e pratiche maggiormente utilizzate nell'organizzazione e realizzazione dell'accoglienza turistica nel territorio in esame;
- Apprendere le nuove strategie di marketing, basate sulla qualità ambientale e sulla protezione del paesaggio tradizionale;
- Conoscere ed essere in grado di organizzare la giusta atmosfera e l'ambiente di accoglienza;
- Essere in grado di realizzare esperienze di coinvolgimento del pubblico e di gruppi particolari nel miglioramento dell'atmosfera e del quadro d'accoglienza.

CONTENUTI:

- Politiche e pratiche dell'accoglienza turistica.
- Analisi del processo psicologico di scelta di una località turistica: gli elementi del prodotto turistico.
- Il valore dell'accoglienza turistica.
- Il quadro di accoglienza,
 - L'ambiente di accoglienza,
 - Nuove strategie di marketing basate sulla qualità ambientale e sulla protezione del paesaggio tradizionale: una risposta alla crescente sensibilità ambientale del mercato turistico;
 - Valorizzazione del paesaggio culturale: come costruire nel rispetto del carattere regionale e dell'immagine tipica;
 - Creazione di nuovi prodotti turistici: sentieri e piani di interpretazione, itinerari turistico-culturali, centri visitatori;
 - L'atmosfera di accoglienza.
 - Coscienza turistica e qualità del servizio;
 - Conquistare ospiti: consigli pratici di accoglienza (corrispondenza, ospitalità, arredamento, spazi esterni, informazione,);
 - Turismo e scuola: come imparare l'accoglienza già da piccoli. Alcuni esempi di coinvolgimento di insegnanti, scuole e ragazzi sul tema del turismo
 - L'immagine della località.
 - Spazi pubblici e arredo urbano: la qualità dell'immagine della località e del quadro d'accoglienza;
 - Moderazione del traffico: soluzione innovativa per rendere la località tranquilla e rilassante;
 - Segnaletica: il biglietto da visita di un territorio;
 - Gli spazi esterni dell'albergo: un biglietto da visita importante e un modo per integrarsi nell'ambiente d'accoglienza;
 - Le campagne d'accoglienza: esperienze di coinvolgimento del grande pubblico e di gruppi particolari nel miglioramento dell'atmosfera e del quadro d'accoglienza;
- Case-histories italiani e internazionali di politiche integrate di accoglienza come valore aggiunto del prodotto turistico.
- Organizzazione di eventi: tecnica, logistica, promozione e divulgazione.
- Analisi di fattibilità economica e finanziaria di un evento: fund-raising e gestione dei finanziamenti;
- Il piano di marketing.
- Il target della clientela di un evento.
- Le professioni nel campo dei servizi turistici.
 - Le imprese turistiche.

- Attività, ruolo e tendenze di tour operator e agenzie di viaggi.
- L'animazione e il ruolo delle guide.

C.1 Titolo del Modulo

ARTE E CULTURA NEL TERRITORIO POMPEIANO

C.2 Durata del modulo in ore

Durata complessiva	24	Teoria	18	Pratica	6	Stage	0
---------------------------	----	---------------	-----------	----------------	---	--------------	---

C.3 Obiettivi e contenuti

Per il modulo di stage specificare le aziende presso le quali è svolto.

OBIETTIVI:

- Comprendere le potenzialità legate ad una moderna gestione dei beni culturali, ponendo in risalto le più moderne politiche organizzative, di gestione, e di marketing, capaci di generare business e occupazione mediante una sapiente valorizzazione;
- Conoscere la cultura del territorio pompeiano attraverso la storia, i personaggi, i luoghi...;
- Conoscere ed essere in grado di illustrare le bellezze artistiche e culturali presenti nel poliedrico territorio in esame;
- Conoscere le bellezze archeologiche presenti nel territorio di Pompei ed Ercolano, in modo da saperle riferire ai turisti italiani e stranieri;
- Apprendere le leggende collegate ai siti archeologici della zona pompeiana;
- Conoscere ed essere in grado di indirizzare i visitatori alle diverse aree archeologiche di Pompei ed Ercolano;
- Essere in grado di illustrare ai turisti le usanze degli antichi abitanti del territorio pompeiano.

CONTENUTI:

- La Campania Felix: Un viaggio attraverso le testimonianze storiche che ne esaltano la bellezza;
- Il Vesuvio tra arte, storia e scienza;
- Le bellezze artistiche di Pompei ed Ercolano;
- Una visita agli scavi di Pompei ed Ercolano;
 - L'arte a Pompei
 - Pompei e La Villa dei Misteri;
 - Le decorazioni pittoriche;
 - I quattro stili della pittura pompeiana;
 - I misteri dionisiaci;
 - L'arte ad Ercolano e le sue caratteristiche.

C.1 Titolo del Modulo

FOLKLORE, TRADIZIONI E MANIFESTAZIONI IN CAMPANIA

C.2 Durata del modulo in ore

Durata complessiva	24	Teoria	18	Pratica	6	Stage	0
---------------------------	----	---------------	-----------	----------------	---	--------------	---

C.3 Obiettivi e contenuti

Per il modulo di stage specificare le aziende presso le quali è svolto.

OBIETTIVI:

- Conoscere ed essere in grado di esporre ai visitatori della regione le radici storiche del folclore campano e delle svariate ricorrenze religiose;
- Apprendere l'esistenza dei principali avvenimenti e manifestazioni di respiro regionale, in modo da essere in grado di promuoverle;
- Apprendere ed essere in grado di consigliare ai turisti italiani e stranieri la partecipazione alle caratteristiche feste che si svolgono in Campania;
- Apprendere le caratteristiche tradizioni campane, in modo da essere in grado di affascinare e coinvolgere, il turista;
- Essere in grado di rallegrare il viaggio del turista con l'illustrazione delle caratteristiche folkloristiche della splendida Campania Felix.

CONTENUTI:

- Elementi di antropologia culturale;
- Il folclore campano e le ricorrenze storico-religiose: la manifestazione delle ricorrenze e i segni di buona o cattiva ventura per la città;
- I Centri per la Ricerca e la Conservazione delle tradizioni popolari;
- Avvenimenti e manifestazioni di respiro regionale:
- I mestieri antichi della Campania: i pastori, le ceramiche, cammei e coralli
- Folklore, Tamorra e gli altri antichi strumenti musicali della tradizione popolare:
 - La musica tradizionale popolare
 - La tamorra e le castagnette;
 - La storia della Tamorra;
 - Gli altri strumenti musicali: putipù, tricchebbalacche, scacciapensieri, zampogna e mandolino;
 - La tamorra e la tammorriata;
- Il ballo nella tradizione popolare: tammorriata e tarantella;
 - Le origini della tarantella: l'antichissima danza liturgica, la sicinnide, e gli antichi culti dionisiaci, controllati del dio Apollo;
 - La contraddizione della tarantella: baccanti e morale cristiana;
- Il canto nella tradizione popolare: significati, diffusione e diversità stilistiche
 - La tammorriata, il canto a fronna, Affigliola, cilentana, i canti di mietitura;
- I gruppi e i locali folkloristici campani;
- La cabala e la Smorfia napoletana;
- Proverbi napoletani: la filosofia di un popolo.

C.1 Titolo del Modulo

POMPEI ED ERCOLANO E GLI STRUMENTI PER IL LORO SVILUPPO TURISTICO

C.2 Durata del modulo in ore

Durata complessiva	30	Teoria	12	Pratica	18	Stage	0
---------------------------	----	---------------	-----------	----------------	----	--------------	---

C.3 Obiettivi e contenuti

Per il modulo di stage specificare le aziende presso le quali è svolto.

OBIETTIVI:

- Essere in grado di realizzare un'analisi della morfologia e della competitività del sistema turistico regionale;
- Comprendere il ruolo svolto dal turismo nei nuovi obiettivi di sviluppo del territorio pompeiano;
- Conoscere la nascita e lo sviluppo dei progetti integrati in Campania e la loro attuazione nell'ambito del turismo.

CONTENUTI:

- Il cluster del turismo in Campania: un'analisi della morfologia e della competitività del sistema turistico regionale;
 - La morfologia del sistema turistico campano;
 - La competitività del sistema turistico campano;
- Il territorio tra sviluppo e turismo:
 - Globalizzazione e sviluppo locale: la riscoperta del territorio;
 - Il turismo come opportunità di sviluppo per Pompei ed Ercolano;
 - Il turismo nei nuovi obiettivi di sviluppo di Pompei ed Ercolano;
 - Le potenzialità di Pompei ed Ercolano;
- Processi di cooperazione pubblico-privato e prodotti turistici evoluti.
- Un'opportunità per la valorizzazione delle risorse territoriali di Pompei ed Ercolano;
 - L'analisi del sistema territoriale;
 - Il sistema delle risorse turistiche in Pompei ed Ercolano;
 - Lo sviluppo del turismo in Pompei ed Ercolano: i risultati una ricerca sul campo;
- Il progetto integrato «filiera turistica »;
- I progetti integrati in Campania e la loro attuazione nell'ambito del turismo;
- Il PI Filiera Turistica.
- Quadro dei vincoli e degli obiettivi;
- Organizzazione e gestione del PI;
- Idea forza del PI ed Interventi.

C.1 Titolo del Modulo

LINGUA INGLESE

C.2 Durata del modulo in ore

Durata complessiva	30	Teoria	12	Pratica	18	Stage	0
---------------------------	----	---------------	-----------	----------------	----	--------------	---

C.3 Obiettivi e contenuti

Per il modulo di stage specificare le aziende presso le quali è svolto.

OBIETTIVI:

- Possedere abilità produttive (parlare, scrivere) e ricettive (ascoltare, leggere), legate alla vita quotidiana, al luogo dove si esercita il proprio lavoro, ai prodotti tipici locali, ai negozi e alle strutture ricettive e ricreative, ai momenti della giornata, ai viaggi, alle diverse nazionalità dei potenziali clienti, allo spazio artistico culturale che ci circonda, a malattie, al lavoro e ai luoghi in genere;
- Aver compreso ed essere in grado di usare espressioni di uso quotidiano e frasi basilari per soddisfare bisogni di tipo concreto dei clienti,
- Essere in grado di fare domande e rispondere su particolari personali;
- Saper interagire in modo semplice;
- Essere in grado di salutare e presentarsi in modo formale ed informale ai propri clienti-interlocutori;
- Saper parlare di argomenti semplici (chiedere e dire l'ora, parlare degli orari e di attività quotidiane, chiedere e fornire informazioni,...);
- Saper chiedere ed esprimere opinioni;
- Saper fornire suggerimenti in merito a luoghi o cose da visitare, mezzi di trasporto da utilizzare, strutture e servizi ricettivi di cui poter usufruire;
- Essere in grado di dire/chiedere a qualcuno di fare/di non fare qualcosa;
- Saper offrire, accettare, rifiutare;
- Saper esprimere certezza-incertezza;
- Saper rispondere al telefono e gestire una comunicazione telefonica con il potenziale cliente;
- Essere in grado di intervenire nelle conversazioni con argomenti semplici legati alla vita quotidiana e professionale;
- Essere in grado di cercare e fornire informazioni fattuali.

CONTENUTI

- Il verbo «be»;
- Il «Present simple» e il «Present progressive» dei verbi nella forma affermativa, negativa e interrogativa;
- Cambiamenti ortografici di alcuni verbi alla terza persona singolare e alla forma progressiva;
- «Wh-questions» (domande con gli interrogativi che cominciano con «wh-»);
- I sostantivi (al, singolare e al plurale);
- Gli articoli (determinativi ed indeterminativi);
- I pronomi possessivi;
- Gli aggettivi possessivi;
- There is/there are;
- I pronomi dimostrativi;
- Gli aggettivi dimostrativi;
- I pronomi, soggetti e complementi;
- Gli aggettivi di nazionalità;
- Lessico relativo ad attività della vita quotidiana, al luogo dove si abita, al cibo, ai negozi, alle ore, ai momenti della giornata, ai viaggi, alle nazionalità...
- Il «Present simple» per opposizione al «Present progressive» nella forma affermativa, negativa ed interrogativa;
- Tag questions;
- Il verbo «be» al passato («Past simple»);

- Il «Past simple» dei verbi regolari;
- Il «Past simple» dei verbi irregolari;
- I comparativi;
- I superlativi;
- I nomi contabili e non contabili;
- L'imperativo;
- I verbi modali e semi modali nella forma affermativa, negativa ed interrogativa: can, may, have to;
- Lessico relativo al lavoro in ufficio, alla casa, al cibo, agli sport, alla famiglia, alle poste...
- Il «Past progressive»;
- Il futuro;
- Tag questions;
- Proposizioni di scopo, di tempo;
- Proposizioni introdotte da «unless», «although»;
- Periodi ipotetici;
- I verbi modali: must, should, be able to, had to, must not/don't have to;
- L'uso dell'infinito con verbi, aggettivi;
- Frasi impersonali;
- Gli avverbi, too/enough, gli avverbi di frequenza;
- Il gerundio (dopo verbi, preposizioni, come soggetto; opposizione gerundio/infinito);
- Lessico relativo alla città e allo spazio che ci circonda, a malattie, al lavoro e a riunioni d'affari, ai viaggi, ai luoghi dell'arte e della cultura, alle strutture ricettive e i mezzi di trasporto;
- Key vocabulary:
 - Customer and word partners;
 - Travel Companies and word building;
 - Travel and Adjectives of nationality;
 - Troubleshooting and word building;
- Business Communication:
 - Making offers (speaking);
 - Roleplay: customer care;
 - Presenting information about Campania and other towns;
 - Introductions and talking to new customers;
 - Giving travel advice.

C.1 Titolo del Modulo

ELEMENTI DI INFORMATICA

C.2 Durata del modulo in ore

Durata complessiva	30	Teoria	12	Pratica	18	Stage	0
---------------------------	----	---------------	-----------	----------------	----	--------------	---

C.3 Obiettivi e contenuti

Per il modulo di stage specificare le aziende presso le quali è svolto.

OBIETTIVI

- Apprendere gli strumenti utili per potersi avvalere dell'ausilio del mezzo informatico;
- Comprendere l'importanza che l'informatica ha assunto nel settore in oggetto e gli innumerevoli ed indubbi vantaggi che essa apporta alla gestione dello sviluppo del turismo culturale;
- Apprendere la terminologia base dell'informatica ed utilizzarla in modo appropriato;
- Conoscere gli elementi hardware e software che compongono la struttura di un elaboratore informatico;
- Essere in grado di:
 - Interagire con un personal computer, utilizzando il linguaggio e le opzioni del sistema operativo di riferimento;
 - Svolgere le operazioni più frequenti di gestione dei file e delle directory: creazione, cancellazione, copia, spostamento, compressione/decompressione, denominazione;
 - Conoscere e saper utilizzare gli strumenti di Word per elaborare e modificare i documenti;
 - Saper costruire dei fogli elettronici, organizzandone la struttura tabellare e impostandone i criteri di calcolo;
 - Utilizzare Microsoft Power Point e Microsoft Access;
 - Selezionare, modificare, introdurre ed eliminare celle, righe e colonne;
 - Sapersi collegare alla rete Internet mediante Internet Explorer.

CONTENUTI:

- Le nozioni, i concetti e le sigle più comuni dell'informatica;
- La logica binaria;
- I tipi di computer;
- La struttura del computer;
 - Hardware;
 - Cpu;
 - Memoria;
 - Periferiche;
 - Software;
 - I sistemi operativi;
 - I software applicativi;
- Il sistema operativo Windows;
- Il desktop;
- La gestione dei files e cartelle;
- Directory/cartelle e files:
 - Creazione;
 - Copia;
 - Spostamento;
 - Rinomino;
 - Eliminazione;
- Il pacchetto Office e le sue potenzialità;
 - Microsoft Word e la videoscrittura;
 - I fogli elettronici di Microsoft Excel;
 - Microsoft Power Point e le presentazioni;
 - I database con Microsoft Access;
- Internet Explorer ed il mondo Web;

- La posta elettronica con Outlook Express.

C.1 Titolo del Modulo

LA PIANIFICAZIONE, PROGRAMMAZIONE ED ORGANIZZAZIONE DI ITINERARI TURISTICI

C.2 Durata del modulo in ore

Durata complessiva	42	Teoria	18	Pratica	24	Stage	0
---------------------------	----	---------------	-----------	----------------	----	--------------	---

C.3 Obiettivi e contenuti

Per il modulo di stage specificare le aziende presso le quali è svolto.

OBIETTIVI

- Acquisire le tecniche per conoscere gli itinerari paesaggistici, ambientali e territoriali della zona in oggetto da parte della grande schiera di turisti;
- Essere capace di pianificare una serie di itinerari turistici del territorio in oggetto che abbiano una valenza storica e culturale;
- Saper definire ed applicare i criteri per l'identificazione di un percorso turistico;

CONTENUTI:

- Cosa s'intende per itinerario turistico;
 - Gli itinerari turistici come supporto alla riscoperta dei profili di identità culturale della popolazione;
 - L'attività di riscoperta di elementi della tradizione antropologico-culturale dell'area:
 - Reperti e testimonianze di carattere storico-economico: luoghi, manufatti, infrastrutture, oggetti, elementi che descrivono attività economiche che hanno fortemente segnato la vita della popolazione locale
 - Reperti e testimonianze di carattere storico-culturale;
- I differenti tipi di itinerario turistico;
- L'organizzazione di itinerari turistici;
- Le finalità della progettazione ed organizzazione di itinerari turistici:
 - La valorizzazione di una serie di risorse di carattere diverso: culturali, storiche, ambientali, ecc.;
 - La riscoperta di valori territoriali secondari;
 - La riqualificazione di prodotti turistici;
 - La diversificazione dei prodotti turistici;
 - Strumento per le politiche di dispersione o concentrazione dei turisti;
- Gli strumenti alla base della progettazione di un itinerario;
- Gli elementi principali per la determinazione di un percorso:
 - Elementi economici e finanziari;
 - Elementi organizzativi e gestionali;
 - Elementi socio-culturali e cognitivi;
 - Elementi geopolitici e ambientali;
- I criteri di scelta dei luoghi per la realizzazione di un percorso turistico;
- Le fasi di progettazione di itinerari tematici:
 - La definizione dei contenuti dell'itinerario;
 - La documentazione di base;
 - La realizzazione di pannelli tematici;
 - La redazione di testi allestimento grafico, disegni originali, composizione degli elementi, editing e stampa;
 - La progettazione e realizzazione di elementi chiave dell'itinerario: strutture museali, archivi storici, ecc.;
 - La progettazione e realizzazione del materiale utile alla promozione degli itinerari: pubblicazioni, segnaletica, diffusione delle informazioni presso gli operatori turistici e la popolazione, ecc.;
- Il problema di ottimizzazione per un itinerario turistico.

C.1 Titolo del Modulo

STAGE

C.2 Durata del modulo in ore

Durata complessiva	0	Teoria	0	Pratica	0	Stage	150
---------------------------	---	---------------	---	----------------	---	--------------	-----

C.3 Obiettivi e contenuti

Per il modulo di stage specificare le aziende presso le quali è svolto.

OBIETTIVI:

- Far mettere in pratica al discente le nozioni apprese durante le lezioni in aula;
- Rendere l'allievo in grado di comprendere i modelli organizzativi adottati nell'azienda ospitante, identificare lo specifico ruolo professionale, ed applicare concretamente le competenze acquisite in affiancamento ad operatori già presenti in azienda;

CONTENUTI:

➤ *Per ciò che concerne lo Stage:*

Sotto la guida del tutor aziendale, l'allievo:

- Approfondirà le sue competenze professionali;
- Svilupperà e prenderà confidenza con le proprie abilità professionali: capacità di comunicazione, di adattamento e di organizzazione;
- Apprenderà mansioni differenti per complessità e con difficoltà crescente;
- Si relazionerà con i colleghi di lavoro;
- Acquisirà un maggior livello di maturità professionale;
- Imparerà a rispettare le regole formali ed informali dell'impresa.