

PROGRAMMA ATTIVITA' FORMATIVA 2009-2010

(vedere pag. 2 il calendario aggiornato a Marzo 2010)

Area LINGUISTICA

- **Inglese base** – durata 40 ore
Inizio Novembre 2009
- **Inglese avanzato** – durata 40 ore
Inizio Gennaio 2010

Area INFORMATICA

- **Web marketing operativo per imprese turistiche** – durata 24 ore
Inizio Dicembre 2009

Area TECNICA

- **Nuovi strumenti per la gestione delle risorse umane nel turismo** – 8 ore
CA 09/11/09 OR 10/11/09 SS 11/11/09 OLB 12/11/09 NU 13/11/09
- **Le responsabilità dell'imprenditore turistico: prevenzione e autocontrollo come fattori esimenti** – 8 ore
CA 30/11/09 OR 01/12/09 SS 02/12/09 OLB 03/12/09 NU 04/12/09

Area MARKETING

- **Marketing e Comunicazione per imprese turistiche** – 8 ore
CA 01/02/10 OR 02/02/10 SS 04/02/10 OLB 05/02/10 NU 08/02/10
- **Conquistare e fidelizzare la clientela con l'emotional marketing** – 8 ore
CA 22/02/10 OR 23/02/10 SS 24/02/10 OLB 25/02/10 NU 26/02/10
- **Marketing passaparola per conquistare nuovi clienti** – 8 ore
CA 08/03/10 OR 09/03/10 SS 10/03/10 OLB 11/03/10 NU 12/03/10
- **Famiglie con bambini: l'importanza dei piccoli ospiti** – 8 ore
CA 12/04/10 OR 13/04/10 SS 14/04/10 OLB 15/04/10 NU 16/04/10

Area MANAGEMENT

- **Front Office Operation e il ruolo chiave dell'ufficio prenotazioni** – 8 ore
CA 18/01/10 OR 19/01/10 SS 20/01/10 OLB 21/01/10 NU 22/01/10
- **Fare marketing in tempo di recessione: come reagire alla crisi** – 8 ore
CA 22/03/10 OR 23/03/10 SS 24/03/10 OLB 25/03/10 NU 26/03/10

Calendario aggiornato a Marzo 2010

Area LINGUISTICA

- **Inglese base** – durata 40 ore
Iniziato Novembre 2009.
Sedi di svolgimento: CAGLIARI SASSARI OLBIA
- **Inglese avanzato** – durata 40 ore
Inizio Febbraio 2010.
Sedi di svolgimento: CAGLIARI SASSARI

Area INFORMATICA

- **Web marketing operativo per imprese turistiche** – durata 24 ore
Iniziato Dicembre 2009.
Sede di svolgimento: CAGLIARI

Area TECNICA

- **Nuovi strumenti per la gestione delle risorse umane nel turismo** – 8 ore ANNULLATO
CA 09/11/09 OR 10/11/09 SS 11/11/09 OLB 12/11/09 NU 13/11/09
- **Le responsabilità dell'imprenditore turistico: prevenzione e autocontrollo come fattori esimenti** – 8 ore
CAGLIARI 15/12/09 T HOTEL
OLBIA 16/12/09 HOTEL LUNA LUGHENTE

Area MARKETING

- **Marketing e Comunicazione per imprese turistiche** – 8 ore
OR 02/02/10 SS 04/02/10 OLB 05/02/10 CA 08/02/10
- **Conquistare e fidelizzare la clientela con l'emotional marketing** – 8 ore
CA 22/02/10 OR 23/02/10 SS 24/02/10 OLB 25/02/10 NU 26/02/10
- **Marketing passaparola per conquistare nuovi clienti** – 8 ore posticipato ad Aprile
CA 20/04/10 OR 21/04/10 SS 22/04/10 OLB 23/04/10 NU ANNULLATO
- **Famiglie con bambini: l'importanza dei piccoli ospiti** – 8 ore
CA 12/04/10 OR 13/04/10 SS 14/04/10 OLB 15/04/10 NU ANNULLATO

Area MANAGEMENT

- **Front Office Operation e il ruolo chiave dell'ufficio prenotazioni** – 8 ore
CA 18/01/10 OR 19/01/10 SS 20/01/10 OLB 21/01/10
- **Fare marketing in tempo di recessione: come reagire alla crisi** – 8 ore
CA 22/03/10 OR 23/03/10 SS 24/03/10 OLB 25/03/10 NU ANNULLATO

Lingue straniere

Il Corso di **Inglese base**, della durata di 40 ore, è indirizzato a lavoratori o titolari di impresa in possesso di una scarsa conoscenza della lingua.

Viene organizzato a CA OR NU SS OT.

Il Corso di **Inglese avanzato**, della durata di 40 ore, è per coloro che hanno conseguito l'attestato di 1° livello o per chi ha già conoscenze avanzate della lingua.

Viene organizzato a CA OR NU SS OT.

Le lezioni sono tenute da docenti bilingue abilitati all'insegnamento della lingua.

I partecipanti ricevono il materiale didattico e, solo coloro che avranno frequentato regolarmente le lezioni e superato il test finale, l'**Attestato di Partecipazione**.

La durata di 40 ore viene suddivisa in 2 lezioni settimanali di 2 ore ciascuna, con 15 studenti per classe.

Informatica

Il corso di **Web Marketing Operativo per Strutture Turistiche** è per coloro in possesso dell'attestato di Informatica di base o comunque di una buona conoscenza di base.

Affronta nel dettaglio il pacchetto Office – Word, Excel, Access, Internet, Outlook – ma principalmente gli argomenti sui Motori di Ricerca, la Pubblicità on line e il Web Tracking, l'E-mail Marketing e il Direct Mailing.

I partecipanti ricevono il materiale didattico e, solo coloro che avranno frequentato regolarmente le lezioni e superato il test finale, l'**Attestato di Partecipazione**.

Il corso si terrà presso scuole accreditate per la formazione e certificazione informatica, a CA OR NU SS OT

Le 24 ore di corso vengono suddivise in 1 lezione settimanale di 3 ore, con 15 persone per classe.

Nuovi strumenti per la gestione delle risorse umane nel Turismo

durata 8 ore

PROGRAMMA

Obiettivo dell'intervento: fornire ai partecipanti una disamina approfondita di alcune delle più utilizzate tipologie contrattuali al fine di favorire un utilizzo consapevole e corretto della strumentazione contrattuale. Favorire la capacità di analisi delle esigenze aziendali e la conseguente scelta della strumentazione fornita dal CCNL Turismo. Stimolare il dibattito, il riconoscimento e la codificazione di best practice nella gestione delle risorse umane in albergo.

Articolazione: sei argomenti sviluppati in presentazioni 40' ciascuno, al termine delle quali si dà spazio (20') ai contributi e alle richieste di chiarimento del pubblico, in modo da mettere in comune le esperienze del gruppo.

Argomenti:

1) Diverse forme di organizzazione per l'erogazione del servizio: l'appalto di servizi nelle aziende alberghiere.

Genesi e natura dell'istituto dell'appalto di servizi, normativa contrattuale, opportunità ed elementi di criticità, esame dello schema contrattuale predisposto da Federalberghi, esame dei quesiti proposti dal pubblico.

2) I contratti a causa mista per l'inserimento dei giovani nel mondo del lavoro: l'apprendistato.

Natura e caratteristiche dell'istituto, tipologie e modalità di utilizzo. Disciplina legale e contrattuale. Apprendistato in cicli stagionali. Adempimenti amministrativi e formazione. Esame dei quesiti proposti dal pubblico.

3) I contratti a causa mista per l'inserimento dei giovani nel mondo del lavoro: il contratto di inserimento.

Natura e caratteristiche dell'istituto, tipologie e modalità di utilizzo. Disciplina legale e contrattuale. Adempimenti amministrativi e formazione. Esame dei quesiti proposti dal pubblico.

4) Le tipologie contrattuali per la gestione della flessibilità: il lavoro a chiamata.

Natura e caratteristiche dell'istituto, tipologie e modalità di utilizzo. Adempimenti amministrativi connessi alla gestione del lavoro a chiamata. Esame dei quesiti proposti dal pubblico.

5) Le tipologie contrattuali per la gestione della flessibilità: il lavoro extra.

Genesi e caratteristiche dell'istituto. Disciplina contrattuale e modalità di utilizzo. Adempimenti amministrativi connessi alla gestione dei lavoratori extra. Esame dei quesiti proposti dal pubblico.

6) Le tipologie contrattuali per la gestione del lavoro occasionale: i buoni lavoro.

Natura dell'istituto, caratteristiche e limiti di utilizzo. Adempimenti amministrativi connessi all'utilizzo del lavoro occasionale di natura accessoria e prospettive di sviluppo dello strumento. Esame dei quesiti proposti dal pubblico.

Le responsabilità dell'imprenditore turistico: prevenzione e autocontrollo come fattori esimenti.

durata 8 ore

PROGRAMMA

Le responsabilità dell'imprenditore: individuazione delle problematiche tipiche connesse all'esercizio di un'impresa turistica.

Le deleghe di responsabilità.

La prevenzione e l'autocontrollo come fattori esimenti.

Esempi di modelli organizzativi per l'attuazione dell'autocontrollo nell'impresa turistica:

- Piano HACCP per la sicurezza alimentare;
- Registro dei controlli e piano di emergenza per la prevenzione incendi;
- Documento programmatico sulla sicurezza per la protezione dei dati personali;
- Misure organizzative per la prevenzione dell'utilizzo improprio della rete Internet e della posta elettronica da parte dei dipendenti;
- Modello organizzativo per la prevenzione della responsabilità amministrativa delle società in caso di commissione di reati da parte di dipendenti (D. Legisl. 231/2001).

Front Office Operation e il ruolo chiave dell'ufficio prenotazioni

durata 8 ore

OBIETTIVI

Ogni singolo collaboratore è un tassello importante per il buon servizio in hotel e chi lavora al front office è il punto di riferimento dei clienti. Tutti infatti si rivolgono a questo reparto per chiedere informazioni, soddisfare esigenze, esprimere i propri desideri. Per questo motivo gli addetti al ricevimento devono essere ben organizzati nel proprio lavoro e con i propri colleghi. Il seminario punta a fornire la giusta consapevolezza del ruolo e degli obiettivi aziendali, l'affinamento delle capacità ed un maggiore entusiasmo e coinvolgimento, per una nuova e più grande professionalità.

CONTENUTI

- Gli attori del front office e i loro requisiti fondamentali
- Compiti e responsabilità dell'addetto al front office
- Come gestire il ciclo interno ed esterno delle prenotazioni
- Tecniche per un impeccabile check-in e check-out
- Gli errori che fanno perdere il cliente
- La tecnologia a disposizione del front office
- 100 modi per trattare 100 tipi diversi di cliente
- Gestire le situazioni critiche
- Procedure di cassa
- Esempi pratici

Corso di Marketing e Comunicazione per le Imprese Turistiche

durata 8 ore

PROGRAMMA

Introduzione al marketing

Quando e perché è nato il marketing. Come si è evoluto.

Il rapporto con i clienti, i dipendenti e i fornitori.

I bisogni dei clienti

La scala dei bisogni e dei desideri.

Il posizionamento

Farsi riconoscere e ricordare dai clienti. La memoria e le emozioni.

La segmentazione del mercato

A quali persone rivolgersi: il mercato obiettivo. La concorrenza. I mercati di nicchia. Il marketing tribale.

Il Marketing Mix I

Il prodotto e il suo ciclo di vita. Il servizio. L'esperienza d'acquisto. La differenziazione. La partecipazione del cliente alla produzione e progettazione.

Il marketing mix II

La relazione col cliente. La comunicazione efficace e l'ascolto.

La comunicazione aziendale

Cenni sulle tecniche di vendita. Il declino della pubblicità. Nuove tecniche di promozione. Gli eventi, e il marketing non-convenzionale. Il passaparola, le nuove tecnologie e i Social Network.

Conquistare e fidelizzare la clientela con l'emozionale marketing

durata 8 ore

OBIETTIVI

Il marketing emozionale rappresenta un'alternativa efficace ed innovativa a quello tradizionale. La clientela attuale è sempre più annoiata dall'infinità di proposte che la circonda, chiede nuovi stimoli ed un'offerta in grado di conquistarla e spingerla a scegliere con entusiasmo un prodotto piuttosto che un altro. Perciò è necessario uscire dai soliti binari del marketing e trovare un canale che punti all'emozione.

Il seminario vuole trasmettere ai partecipanti i principi di marketing emozionale che permettano di instaurare un rapporto teso a fidelizzare il cliente, attraverso fondamenti di psicologia motivazionale applicati al marketing e strategie e tecniche di fidelizzazione fondate sul processo relazionale con il cliente.

CONTENUTI

- Fondamenti e principi di psicologia motivazionale applicati al marketing
- Strategie e tecniche di fidelizzazione fondate sul processo relazionale con il cliente
- Accoglienza e cura del cliente
- Priorità emozionali: identità, immagine pubblica e reputazione eccellenti
- Analisi del processo circolare che alimenta la catena del valore aggiunto e del vantaggio competitivo
- Comunicazione verbale e non verbale
- Il contatto empatico e l'ascolto attivo
- L'importanza della prima impressione
- Personalizzare la comunicazione

Marketing passaparola per conquistare nuovi clienti

durata 8 ore

OBIETTIVI

Il passaparola è uno strumento di vendita molto produttivo, si sostanzia in un messaggio veicolato da persone conosciute ai destinatari e per questo viene percepito come genuino e veritiero, risultato che è molto difficile raggiungere attraverso i classici messaggi promozionali. Questa attività può essere molto dispendiosa sia in termini di tempo che in risorse economiche da investire. È necessario innescare un corretto meccanismo di passaparola incentivando i clienti che già ci conoscono a parlare positivamente della nostra struttura, con amici, parenti e conoscenti, così da trasformarli in veri e propri venditori. Scopo di questo seminario è quello di guidare i partecipanti nella comprensione dell'importanza di questo strumento, oltre a fornire loro gli strumenti operativi per poterlo generare e gestire efficacemente.

CONTENUTI

- Il meccanismo del passaparola
- Gli elementi “chiave” che definiscono la percezione positiva dei clienti
- Come superare le aspettative degli ospiti
- La segmentazione dei clienti come presupposto al passaparola
- Gli incentivi alla veicolazione del messaggio positivo
- Gli strumenti del passaparola
- Il ruolo del personale
- Il passaparola per conquistare specifici segmenti di mercato
- Le strategie per monitorare il successo del passaparola

Fare marketing in tempo di recessione: come reagire alla crisi

durata 8 ore

OBIETTIVI

Abbiamo visto come il 2010 si annuncia come un anno difficile e tormentato: i mercati finanziari non sanno che direzione prendere, il clima è confuso e si alternano situazioni di vero e proprio tracollo a stati di forte crescita ed espansione.

In questa situazione di grande incertezza e confusione, è importante pensare positivo e riuscire a trasmettere questa visione anche al vostro team, perché il servizio fa e farà sempre la differenza.

L'obiettivo del seminario è quello di offrirvi consigli utili e piccoli accorgimenti da prendere in considerazione per non incappare in errori irreversibili. Trasformate i vostri ostacoli in opportunità.

CONTENUTI

- Quale scenario per il 2010
- Come reagire alla crisi
- Recessione: problema o opportunità?
- Le 8 cose da non fare
- Le 20 cose da fare
- Idee e consigli operativi
- I vantaggi della crisi
- Case histories

Famiglie con bambini: l'importanza dei piccoli ospiti

durata 8 ore

OBIETTIVI

Il segmento di mercato delle famiglie con bambini presenta le migliori prospettive di redditività. Tuttavia, accogliere le famiglie con bambini può risultare un'impresa complicata, soprattutto se si è impreparati, dal momento che questo target ha precise esigenze, diverse da quelle degli altri turisti. Per questo motivo è estremamente importante rispondere efficacemente alle esigenze di questo tipo di clientela, con professionalità, offrendo servizi appropriati.

Durante il seminario verranno quindi forniti ai partecipanti suggerimenti ed idee utili per adeguare la propria offerta ospitale alle esigenze di questo tipo di clientela in direzione di una sua fidelizzazione

CONTENUTI

- Aspettative e bisogni delle famiglie con bambini
- Ospitare le famiglie con bambini
- L'accoglienza
- Lo spazio per i giochi
- L'animazione
- La camera a misura di bambino
- Idee per il bagno
- Far felici i bambini ed i genitori a tavola
- Le azioni di marketing
- Idee di marketing dall'Italia e dal mondo

I corsi partiranno a Novembre 2009 per concludersi ad Aprile 2010.

Per partecipare ai corsi e ai seminari occorre compilare la **Scheda di Partecipazione** allegata e versare una **CAUZIONE** di € 50,00, inviando copia del pagamento alla segreteria.

La cauzione verrà restituita dopo la partecipazione ai lavori.

Il Versamento si può effettuare con bollettino postale sul c/c 762096 o bonifico bancario IBAN IT87T010151740000000033626 Banco di Sardegna, intestati a Ente Bilaterale Turismo Sardegna, Via Enrico De Nicola 27, 09170 Oristano, specificando la Causale del versamento: Cauzione Corsi EBTS 2009/2010.

I seminari di 8 ore iniziano la mattina alle ore 9 per terminare alle ore 18, **con pausa pranzo alle ore 13 offerta dall'Ente.**

I partecipanti ricevono il materiale didattico e l'Attestato di Partecipazione.

Tutti i corsi vengono organizzati a Cagliari – Oristano – Nuoro – Sassari – Olbia, ma si svolgeranno solo nelle sedi dove si sarà raggiunto un numero sufficiente di adesioni.

Per ogni altra informazione o chiarimento contattare la Segreteria Regionale EBTS al numero 0783/300024.