



Delibera n. **134/2016** del Senato Accademico del **21/06/2016**

pag. 1/4

OGGETTO: Adesione al progetto Formativo IFTS in Tecniche per la promozione di prodotti e servizi turistici con attenzione alle risorse, opportunità ed eventi del territorio

N. o.d.g.: 07/02	Rep. n. 134/2016	Prot. n. 18472	UOR: UFFICIO ALTA FORMAZIONE, POST LAUREA, PERGAMENE
------------------	------------------	----------------	---

Nominativo	F	C	A	As
Vilberto STOCCHI	X			
Martino ABBRACCIAMENTO				X
Marco CANGIOTTI	X			
Orazio CANTONI	X			
Paolo PASCUCCI	X			
Gino TAROZZI	X			
Piero TOFFANO	X			

Nominativo	F	C	A	As
Donatella DESIDERI	X			
Mauro FORMICA	X			
Jan Marten Ivo KLAVER	X			
Rosella PERSI	X			
Elena VIGANO'	X			
Roberta PIERGIOVANNI				X
Paola CECCAROLI	X			

Legenda: (F - Favorevole) - (C - Contrario) - (A - Astenuto) - (As - Assente)

Partecipano il Pro-Rettore Vicario Prof. Giorgio Calcagnini e il Direttore Generale Dott. Alessandro Perfetto.
Partecipa la Prof.ssa Serena Rossi, Decano del Dipartimento di Studi Umanistici, in qualità di uditore.

IL SENATO ACCADEMICO

- Visto lo Statuto della Università degli Studi di Urbino Carlo Bo emanato con D.R. n.138 /2012 del 2 aprile 2012, pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale del 16 aprile 2012 n.89;
- Visto l'art.3 del Regolamento Didattico di Ateneo emanato con D.R. n.487 del 4 novembre 2013;
- Vista la delibera n. 907 del 13 luglio 2015 della Giunta Regionale dell'Emilia Romagna relativa all'approvazione del progetto volto a formare la figura di "Tecnico superiore per la promozione di prodotti e servizi turistici con attenzione alle risorse, opportunità ed eventi del territorio, specializzato in strumenti Web e Social";
- Vista la proposta del Dott. Emanuele Russo che con Determinazione della Scuola di Scienze Politiche e Sociali ha sottoscritto in data 29/01/2015, prot. n. 2658 una dichiarazione di impegno per la realizzazione del Progetto Formativo IFTS denominato "Tecniche per la promozione di prodotti e servizi turistici con attenzione alle risorse, opportunità ed eventi del territorio" (figura nazionale Specializzazione Nazionale IFTS – Decreto MIUR 07/02/2013);
- Vista la Delibera n. 14/48 del 20 aprile 2016 del Consiglio di Dipartimento di Economia, Società, Politica con la quale il Consiglio prende atto di non avere avuto alcuna comunicazione da parte della Scuola di Scienze Politiche e Sociali circa l'adesione al progetto suddetto e che per tale motivo non era stato deliberato in merito, allo stesso tempo il Consiglio delibera di avviare ora la procedura al fine di poter sottoscrivere una convenzione che vede l'Università degli Studi di Urbino tra i partner del progetto formativo il quale risulta attualmente svolto in gran parte, pertanto approva l'adesione al progetto Formativo IFTS in "Tecniche per la promozione di prodotti e servizi turistici con attenzione alle risorse, opportunità ed eventi del territorio";
- Preso atto che non avendo deliberato il Dipartimento di Economia, Società, Politica per l'adesione al suddetto progetto in tempo utile, l'Ufficio Alta Formazione, post laurea e pergamene non ha potuto a sua volta predisporre la procedura affinché l'Ateneo deliberasse in merito alla partecipazione dell'Università degli Studi di Urbino al progetto in parola;
- Ritenuto coerente con gli obiettivi statuari dell'Ateneo la partecipazione a corsi di formazione in convenzione con altri enti, scuole e associazioni di imprese, volti alla formazione professionale e del lavoro;



Delibera n. 134/2016 del Senato Accademico del 21/06/2016

pag. 2/4

- Considerato che l'Università degli Studi di Urbino risulta essere tra i partner del progetto formativo, che il corso risulta in uno stadio avanzato di realizzazione e che si rende necessario procedere con la sottoscrizione del protocollo;
- Sentito il Direttore Generale;

DELIBERA

1. di approvare l'adesione al progetto Formativo IFTS in "Tecniche per la promozione di prodotti e servizi turistici con attenzione alle risorse, opportunità ed eventi del territorio" di seguito specificato;

Dipartimento di Economia, Società, Politica:

Corso in **"Tecniche per la promozione di prodotti e servizi turistici con attenzione alle risorse, opportunità ed eventi del territorio"**

Profilo Regionale: **"Tecnico superiore per la promozione di prodotti e servizi turistici con attenzione alle risorse, opportunità ed eventi del territorio, specializzato in strumenti Web e Social"**; - della durata di 800 ore (di cui 300 di stage formativo in azienda) – Ente Gestore il Nuovo Cescot Emilia Romagna di Bologna, le scuole partner: Liceo delle scienze sociali "M. Valgimigli" di Rimini, l'Istituto professionale per i servizi commerciali e turistici "L. Einaudi" di Rimini, l'Istituto Professionale per i servizi Alberghieri e della Ristorazione "P. Artusi" di Forlimpopoli (FC) e numerose aziende partner tra cui la Top Team Media srl di Rimini, la Rimini Reservation di Rimini, l'Assohotels di Cesenatico, l'Assindustria Consulting di Pesaro e Confindustria di Pesaro-Urbino, Università degli Studi di Urbino Carlo Bo – Dipartimento di Economia, Società, Politica.

2. Il Dipartimento di Economia, Società, Politica (DESP) riconoscerà ai partecipanti, previa frequenza e superamento delle relative verifiche di fine modulo, sino a 12 crediti, spendibili nei 12 crediti a scelta libera dello studente. I crediti acquisiti saranno riconosciuti nei percorsi di laurea triennale in Sociologia e Servizio Sociale (L-39/L- 40) e in Scienze Politiche, Economiche e del Governo (L-36) e saranno riconoscibili per un periodo di tre anni dalla conclusione del corso IFTS.
3. I crediti saranno riconoscibili per un periodo di 3 anni dalla conclusione del corso IFTS.
4. L'impegno didattico dei docenti dei Dipartimenti nei corsi non dovrà essere tale da condizionare la loro attività (didattica, di ricerca, organizzativa) nei Dipartimenti.

SCHEDA SINTETICA DI PROGETTO

Dipartimento di Economia, Società, Politica:

ENTI PROMOTORI:

Università: Università degli Studi di Urbino Carlo Bo – Dipartimento di Economia, Società, Politica.

Università degli Studi di Bologna.

Aziende Partner: Top Team Media srl di Rimini, Rimini Reservation di Rimini, Promozione Alberghiera di Rimini, Malatesta Viaggi S.p.A. di Rimini, Assohotels di Cesenatico, Agenzia piano strategico di Rimini, Titanka S.p.A. di San Marino, Adria Web di Bellaria, Sporting sas di Rimini, Holliday company sas di Rimini, Promohotels di Riccione, Parco Standiana di Mirabilandia, Ra-



Delibera n. **134/2016** del Senato Accademico del **21/06/2016**

pag. 3/4

venna Incoming di Ravenna, l'Assindustria Consulting di Pesaro e Confindustria di Pesaro-Urbino.

Istituti Scolastici: Liceo delle scienze sociali "M. Valgimigli" di Rimini, l'Istituto professionale per i servizi commerciali e turistici "L. Einaudi" di Rimini, l'Istituto Professionale per i servizi Alberghieri e della Ristorazione "P. Artusi" di Forlimpopoli (FC)

Durata: 800 ore, di cui 300 di stage formativo in azienda

Allievi: min. 20 – max 25

PIANO DIDATTICO

TECNICHE PER LA PROMOZIONE DI PRODOTTI E SERVIZI TURISTICI CON ATTENZIONE ALLE RISORSE, OPPORTUNITÀ ED EVENTI DEL TERRITORIO				
UNITÀ DI COMPETENZE		ORE	ORE STAGE	TOTALE
n. 1 - Patto Formativo e cittadinanza attiva		12		12
n. 2 - Analizzare la domanda e l'offerta turistica		30	40	70
n. 3 - Analizzare le risorse dei territori a potenzialità turistica		30	20	50
n. 4 - Elaborare strategie di marketing turistico		53	40	93
n. 5 - Utilizzare le risorse web per la vendita, la promozione e la comunicazione turistica		100	40	140
n. 6 - Adottare le tecniche del revenue management		43	40	83
n. 7 - Gestire siti corporate, blog e social in ambito turistico		63	40	103
n. 8 - Elaborare e gestire progetti di promo commercializzazione turistica		78	40	118
n. 9 - Gestire le relazioni con clienti, utenti, operatori pubblici e privati dell'offerta turistica		63	60	123
n. 10 – Sicurezza, prevenzione e sostenibilità		8		8
TOTALE ORE CORSO		480	320	800

L'obiettivo del percorso formativo è quello di formare persone in grado di creare, promuovere e vendere prodotti/servizi turistici a favore di strutture alberghiere, reti di imprese e destinazioni, utilizzando strategie di marketing, web e social marketing. Al termine del percorso i partecipanti potranno trovare opportunità occupazionali in vari ambiti del settore turistico:

- imprese turistico alberghiere di medio-grandi dimensioni
- agenzie viaggi e tour operator
- parchi naturali e/o tematici
- nuova ospitalità (Spa, agriturismo, albergo diffuso ecc.)
- itinerari (strade del vino, vie storiche, sentieri escursionistici, ecc.)
- network (orizzontali, verticali e trasversali)
- Club di Prodotto, (S.T.L., ecc.)
- enti pubblici che si occupano di turismo, ciascuno con propri budget dedicati: Regione, Province, Comuni, Camere di Commercio, Comunità Montane, Enti Provinciali per il Turismo, Aziende Autonome di Soggiorno e di Turismo, Pro Loco, etc. Le competenze minime previste dagli stan-



Delibera n. **134/2016** del Senato Accademico del **21/06/2016**

pag. 4/4

dard sono così declinate: identificare ed erogare servizi turistici finalizzati a valorizzare ed integrare risorse ambientali, culturali ed enogastronomiche del territorio.

Partendo da questa base, è emersa la necessità di dare maggior enfasi al web marketing, considerato oggi lo strumento più efficace per imprimere maggior competitività alle imprese e quello per il quale le imprese sono meno preparate.

Il web marketing impatta in particolare su 4 aspetti:

- La capacità di intercettare e sviluppare nuovi mercati;
- La capacità di networking per la creazione e gestione di club di prodotto, aggregazioni, consorzi;
- La capacità di utilizzare gli strumenti di booking on line e di revenue management;
- La capacità narrativa e di promozione dell'emozionalità dei luoghi.

Il corso è destinato a giovani e adulti, non occupati o occupati, residenti o domiciliati in Emilia-Romagna, che sono in possesso del diploma di istruzione secondaria superiore. La durata è di 800 ore di cui 300 di stage formativo in azienda.