



RIAPERTURA AVVISO DI SELEZIONE SALES MANAGER DI IMPRESE TURISTICO-RICETTIVE - HOTEL MANAGEMENT

Area Tecnologica: Tecnologie Innovative per i Beni e le Attività Culturali-Turismo

Ambito: Turismo e Attività Culturali.

Figura Nazionale: **Tecnico superiore per la gestione di strutture turistico-ricettive** (Ambito 5. Turismo e Attività Culturali - Figura 5.1.2 dell'allegato E - Decreto Interministeriale 05/02/2013).

Corso cofinanziato: PR Toscana FSE+ 2021/2027 Asse 4 Attività 4.f.2 – ITS - Biennio 2023 – 2025 - con Decreto 10160 del 11/05/2023, inserito nell'ambito di Giovanisi (www.giovanisi.it), il progetto della Regione Toscana per l'autonomia dei giovani.

La Fondazione Istituto Tecnico Superiore Turismo, Arte e Beni Culturali (ITS TAB) riapre l'avviso per l'ammissione al corso di Istruzione Tecnica Superiore "SALES MANAGER DI IMPRESE TURISTICO-RICETTIVE - HOTEL MANAGEMENT".

Il corso intende formare Tecnici Superiori con conoscenze e competenze altamente specialistiche, con un elevato livello professionale, nell'Area delle Tecnologie Innovative per i Beni e le Attività Culturali-Turismo, per consentire loro un efficace e rapido inserimento nel mercato del lavoro locale, nazionale e internazionale.

Il termine per la presentazione delle domande di ammissione è fissato nel giorno 22 gennaio 2024, e comunque entro e non oltre il raggiungimento del 10% delle ore previste dal percorso.

Art. 1 - Destinatari e requisiti di ammissione

Il bando è riaperto per completare il numero degli allievi del corso.

Il corso è rivolto a 25 allievi, di età compresa tra i 18 e i 35 anni (non compiuti alla data di scadenza dell'avviso), che:

- siano in possesso di un diploma di scuola superiore di tipo tecnico, coerente con l'area tecnologica di riferimento del corso **oppure** di un qualsiasi altro diploma di istruzione secondaria superiore purché il candidato disponga di conoscenze e attitudini che permettano un'efficace partecipazione al corso; **oppure** abbiano frequentato un percorso quadriennale di Istruzione e Formazione tecnica Professionale (IeFP) integrato da un percorso Istruzione e Formazione tecnica Superiore (IFTS) della durata di un anno.
- siano in possesso di buone competenze nell'uso dell'informatica e della lingua inglese.

Art. 2 - Profilo professionale e sbocchi occupazionali

Il corso forma figure altamente qualificate per lo svolgimento delle attività di **Management delle vendite presso strutture turistico-ricettive**. Il Sales manager opera infatti nell'ambito di imprese ricettive e turistiche di fascia medio-alta, gestendo i processi di promozione e vendita. Per svolgere questa funzione si avvale di

competenze specialistiche nell'utilizzo delle tecnologie digitali e dei programmi e software di gestione del booking.

Il piano di studi consente di acquisire le conoscenze necessarie per:

- individuare le tendenze comportamentali e le mode della domanda turistica per elaborare strategie efficaci di promozione e di vendita;
- utilizzare il marketing strategico e operativo per individuare i mercati-obiettivo e rendere efficaci le vendite aziendali;
- interpretare i Big Data del mercato per definire e dare efficacia ai Piani annuali di promozione aziendale utilizzando gli strumenti della pianificazione e del budgeting;
- stabilire, di concerto con la Direzione aziendale, gli obiettivi di vendita dell'azienda con un'ottica di crescita progressiva;
- condividere con gli addetti alle vendite le strategie di Revenue Management più efficaci per potenziare le vendite.

I diplomati potranno essere inseriti presso imprese ricettive di fascia medio – alta, Tour operator, Destination Management Company, Imprese di organizzazione di Eventi, PCO (Professional Congress Organizer).

Art. 3 - Competenze tecniche in esito al percorso

I diplomati, al termine del percorso formativo, saranno in grado di:

- condividere con gli addetti del settore sales le strategie di Revenue Management più efficaci per potenziare le vendite;
- gestire le strategie di comunicazione web mediante i canali social ritenuti maggiormente funzionali agli obiettivi di fidelizzazione e vendita;
- individuare gli strumenti e le applicazioni digitali più efficaci per migliorare la comunicazione e la promozione aziendale con un'attenzione specifica alle tecnologie abilitanti Industria 4.0 (Realtà Aumentata e Virtuale, Metaverso);
- operare in una logica di networking utilizzando tutti gli strumenti pratici utili alla creazione di network di valore e gestione della leva relazionale, fondamentale per la fidelizzazione della clientela (Phygital);
- gestire le strategie commerciali dirette e con i principali player dell'intermediazione online valorizzando appieno l'offerta dell'azienda sia sul piano della comunicazione che sul versante commerciale;
- negoziare e gestire la comunicazione personale con intermediari nei contesti delle manifestazioni di settore;
- gestire le relazioni interne ed esterne sapendo affrontare situazioni problematiche;
- gestire la comunicazione interculturale con fornitori e clienti internazionali;
- affrontare le problematiche inerenti la gestione del personale e organizzativa sapendo rispettare i protocolli di sicurezza e igiene;
- valutare budget di previsione e interpretare i dati statistici dell'azienda e dell'area relativi ai flussi interni ed internazionali;
- Sviluppare strategie di servizio e prodotto in contesti di sostenibilità ambientale
- conoscere aziende, mercati e territori regionali, approfondendo la struttura imprenditoriale e le produzioni agro – industriali ed enogastronomiche che costituiscono un movente sempre maggiore di spostamento a fini turistici e rivestono quindi un'importanza fondamentale per l'incremento delle vendite;
- curare i rapporti con il sistema di intermediazione locale per conoscere l'offerta ed incrementare la clientela;
- utilizzare fonti statistiche e Big data per pianificare azioni di marketing aziendale allo scopo di individuare strategie e piani di sviluppo;
- definire budget dei costi delle campagne promozionali e delle altre iniziative di promo-pubblicità;

- gestire l'offerta ristorativa dell'azienda sapendo valorizzare le produzioni tipiche e le tradizioni enogastronomiche del territorio;
- utilizzare le tecnologie abilitanti di Industria 4.0 e tecnologie smart per sviluppare la promozione e la valorizzazione dell'impresa;
- gestire la reputazione aziendale utilizzando il sistema delle OTA (Online Travel Agency) e i siti di Metaresearch;
- definire gli standard di misurazione della qualità aziendale e utilizzare tecniche di misurazione della soddisfazione del cliente, sapendo distinguere qualità percepita e qualità attesa; presentare ai committenti i relativi risultati tramite report.

A queste competenze tecniche specifiche se ne aggiungono altre, di carattere più generale e trasversale, di tipo linguistico (in particolare la lingua inglese), comunicativo e relazionale, giuridico ed economico, organizzativo e gestionale necessarie per un rapido e più efficace inserimento occupazionale.

Art. 4 - Percorso didattico

Il percorso didattico sarà strutturato in 4 semestri per un totale di 2000 ore tra lezioni frontali, attività laboratoriali e stage. Le attività formative si svolgeranno dal lunedì al venerdì con moduli didattici della durata giornaliera compresa tra 4 e 8 ore.

Il percorso didattico sarà strutturato come segue.

Primo Anno

AMBITI DI BASE	PRIMO SEMESTRE	ORE
Ambito linguistico-comunicativo e relazionale	Lingua Inglese Professionale (Livello B2)	120
	La gestione del cliente: tecniche di comunicazione (lingua inglese)	20
	La gestione delle relazioni esterne: Tecniche di negoziazione e comunicazione (IN LINGUA INGLESE)	30
	Gestire l'accoglienza (lingua inglese)	20
Ambito Giuridico ed economico	Legislazione del settore ed ambientale	20
	Legislazione del lavoro, Igiene, prevenzione e Sicurezza sui luoghi di lavoro, Pari opportunità	30
	Centri di costo e budgeting	30
Ambito organizzativo e gestionale	Organizzazione aziendale, gestione del personale, controllo qualità	20
	Statistiche e analisi previsionali applicate al turismo	20
Ambito scientifico e Innovazione tecnologica	Strategie e tecniche di marketing aziendale e digital marketing	30
	Turismo e tecnologie abilitanti Industria 4.0	20
AMBITI DI SPECIALIZZAZIONE		
Aziende, mercati, territori	Fiere, mercati, eventi	20
	Produzioni agroalimentari tipiche e marchi di qualità	20
	L'intermediazione turistica - T.O. - OTA e la gestione commerciale	30
	Menù e degustazioni del territorio	20
Competenze Gestionali e Manageriali	Green economy e turismo	10
	DESIGN THINKING E SVILUPPO INNOVATIVO	10

	Food & Beverage	10
Competenze Digitali	Big Data e turismo	20
TOTALE PRIMO SEMESTRE		500

AMBITI DI SPECIALIZZAZIONE	SECONDO SEMESTRE	ORE
Competenze Digitali	SOCIAL MEDIA MARKETING	30
	Realtà Aumentata per turismo e Impresa	50
	Revenue Management	30
	Customer Relationship Management e Reputazione aziendale	20
Gestione delle Relazioni	Problem solving e Decision Making	20
	Team building	10
Project Work	La gestione del Ricevimento	100
	Digital Strategy operativa 1	150
	Digital Strategy operativa 2 (Revenue Management)	90
TOTALE SECONDO SEMESTRE		500

Secondo Anno

AMBITI DI SPECIALIZZAZIONE	TERZO SEMESTRE	ORE
Competenze Gestionali e Manageriali	Business Plan di Start up turistica	40
Learning on the job	Stage	460
TOTALE TERZO SEMESTRE	-	500

AMBITI DI SPECIALIZZAZIONE	QUARTO SEMESTRE	ORE
Learning on the job	Stage	440
Project Work	Digital Strategy operativa 2 (Revenue Management)	60
TOTALE QUARTO SEMESTRE	-	500

Le attività di stage saranno realizzate per 900 ore (45% del monte ore complessivo) presso imprese ricettive di fascia medio – alta, Tour operator, Destination Management Company, Imprese di organizzazione di Eventi, PCO (Professional Congress Organizer). I partecipanti al corso potranno realizzare una parte del tirocinio in aziende di altre regioni o europee.

Tutti gli ambiti disciplinari si svolgeranno in massima parte in laboratori tecnologici appositamente attrezzati della Fondazione TAB.

Il corso sarà tenuto da docenti qualificati che, **per oltre il 90%** del monte ore, provengono dal mondo del lavoro e delle professioni con esperienza specifica di almeno 5 anni. Vi sono inoltre docenti provenienti dall'Università, dai Centri di Ricerca e dalla Formazione tecnica e professionale.

Completeranno il percorso attività seminariali, testimonianze di protagonisti del settore e visite didattiche a fiere, manifestazioni, aziende di particolare interesse.

La frequenza è obbligatoria: un numero di assenze superiore al 20% delle ore totali determina l'impossibilità di sostenere l'esame finale ed ottenere il diploma ITS.

Art. 5 - Diploma e certificazione finale

Sono ammessi all'esame finale gli studenti che avranno frequentato il percorso per almeno l'80% dell'attività formativa, valutati positivamente dai docenti dei percorsi medesimi e dal tutor aziendale, a conclusione delle attività formative e degli stage.

Al termine del percorso, superato l'esame finale, viene rilasciato il diploma di "Tecnico superiore per la gestione di strutture turistico-ricettive" corrisponde al **V livello** del Quadro Europeo delle qualifiche per l'apprendimento permanente (EQF) e costituisce titolo per l'accesso ai pubblici concorsi ai sensi dell'articolo 5, comma 7, del D.P.C.M 25 gennaio 2008.

I diplomati che vorranno proseguire gli studi presso l'Università di Firenze - Corso di Laurea in Economia e Commercio potranno usufruire anche di alcuni crediti formativi.

Art. 6- Sede di svolgimento

Il corso si terrà presso la **sede della Fondazione ITS TAB, Via Pisana 77/A Firenze, Villa Strozzi**. La sede potrà variare occasionalmente presso strutture di interesse didattico o scientifico situate altrove. Gli stage potranno svolgersi in aziende dislocate in ogni parte del territorio regionale, nazionale e/o europeo come specificato nel precedente Art. 4.

Art. 7 - Periodo di realizzazione

Il corso, di durata complessiva di 2000 ore distribuite su due annualità, **è stato avviato il 30 Ottobre 2023 e terminerà entro il mese di Settembre 2025**.

La data effettiva di avvio del corso sarà comunicata nel sito internet della Fondazione.

L'avvio del corso è vincolato al raggiungimento del numero minimo di 20 partecipanti. Nel caso non si raggiunga tale numero, vi sarà la possibilità di iscriversi ad altri corsi della Fondazione, finanziati nella stessa annualità.

L'attività formativa sarà articolata di norma in cinque giorni settimanali, con esclusione dei periodi di interruzione delle attività didattiche per festività, vacanze estive e invernali o per consentire la preparazione di esami e prove di verifica. Durante i periodi di tirocinio o di stage l'orario sarà quello dell'azienda presso la quale si svolge l'attività.

Art. 8 – Termini e modalità di iscrizione

L'ammissione alla selezione di partecipazione al corso ITS "SALES MANAGER DI IMPRESE TURISTICO-RICETTIVE – HOTEL MANAGEMENT" è subordinata alla presentazione di:

1. domanda di ammissione redatta sull'apposito modulo (allegato A del presente bando) reperibile sul sito web di ITS TAB (www.fondazionetab.it);
2. copia fronte/retro di un documento di identità e copia del codice fiscale;
3. copia del diploma di Scuola Secondaria di Secondo grado con relativa valutazione o attestazione sostitutiva di diploma rilasciato dall'Istituto Scolastico (se il diploma fosse momentaneamente indisponibile è possibile effettuare una dichiarazione sostitutiva di certificazione secondo il modello allegato);
4. copia del curriculum vitae firmato formato Europass (<http://europass.cedefop.europa.eu/>) comprensivo dell'autorizzazione al trattamento dei dati personali ai sensi dell'art. 13 del Decreto Legislativo 30 giugno 2003, n. 196 "Codice in materia di protezione dei dati personali" e dell'art. 13 del GDPR (Regolamento UE 2016/679).

La domanda firmata in originale, con tutti i documenti allegati, dovrà essere inviata con una delle seguenti modalità:

- consegnata a mano, in busta chiusa**, presso la sede della Fondazione TAB, via Pisana 77/a – 50143 Firenze (Villa Strozzi);

- **mediante l'invio di una mail, con conferma di ricezione**, all'indirizzo info@fondazionetab.it;
- **mediante l'invio di una PEC**, all'indirizzo itstab@pec.it.

Le domande dovranno essere inviate inderogabilmente alla Fondazione ITS TAB **entro e non oltre il 22 gennaio 2024**. Non potranno essere accolte domande oltre il raggiungimento del 10% delle ore previste dal corso.

Art. 9 - Modalità di selezione e graduatoria

I candidati saranno ammessi al percorso formativo a seguito di analisi documentale, che evidenzia la loro idoneità in base ai requisiti previsti dal presente bando. Le domande di ammissione saranno esaminate da apposita Commissione, entro tre giorni dalla loro presentazione.

Sarà inoltre effettuato un colloquio orale tendente a verificare motivazione, attitudine e conoscenze per consentire la valutazione anche in merito alle capacità relazionali, decisionali e più in generale interdisciplinari.

Accertati i predetti requisiti, gli aspiranti allievi saranno ammessi alla partecipazione al corso, nel limite dei posti disponibili.

Su specifica richiesta dei candidati ammessi al corso, potranno essere riconosciuti crediti formativi in ingresso. La documentazione sarà valutata dal Comitato Tecnico Scientifico costituito nell'ambito del Progetto. I crediti riconosciuti saranno attribuiti in termini di ore formative, con esonero dalla frequenza di specifica/che Unità formativa/e, coerenti con le conoscenze e competenze acquisite in altri contesti (ad esempio IFTS, leFP, stages aziendali, apprendistato formativo, ecc).

Art. 10 – Quota di partecipazione e agevolazioni

I candidati ammessi al percorso ITS, a seguito della selezione, dovranno versare una quota complessiva di € **1.000,00 (mille/00)** a titolo di contributo per le spese di materiale didattico e di consumo (fotocopie, dispositivi individuali di protezione, visite didattiche ecc..). Le modalità di versamento verranno comunicate prima dell'inizio delle attività formative dalla Fondazione TAB. Per gli allievi che risiedono a più di 50 km di distanza dalla sede del corso sono previsti contributi per le spese documentate di vitto e alloggio.

Art. 11 - Esclusioni

Saranno esclusi dall'accesso alla procedura di selezione i candidati non in possesso dei requisiti previsti dal presente bando, che dovranno essere posseduti alla data di scadenza del medesimo.

Art. 12 – Tutela della riservatezza dei dati personali

Tutti i dati raccolti in occasione dell'espletamento del presente avviso saranno trattati dalla Fondazione TAB, per i propri fini istituzionali, nel rispetto del Regolamento UE 2016/679, normativa nazionale e regionale vigente nonché del D.Lgs. n. 196/03 "Codice in materia di protezione dei dati personali" e ss.mm.ii.

I dati personali forniti dai candidati, obbligatori per le finalità relative all'espletamento della selezione, saranno trattati sia con mezzi informatici che cartacei da TAB in conformità alle disposizioni contenute nella predetta legge ed esclusivamente per l'ammissione al corso e di tutte le attività connesse all'eventuale prosecuzione del rapporto.

I dati personali quali nome, cognome luogo e data di nascita dei candidati, potranno, per motivi di trasparenza, comparire sul sito web dell'ITS.

Art. 13 – Riserve

La Fondazione ITS TAB si riserva la facoltà, a proprio insindacabile giudizio e senza obbligo di darne motivazione alcuna, di prorogare, sospendere, revocare o modificare, in tutto o in parte, il presente avviso, senza che i candidati possano vantare diritti acquisiti.

Art. 14 - Ulteriori informazioni

Il presente bando è pubblicato nel sito web ufficiale della Fondazione ITS TAB www.fondazionetab.it. Ulteriori informazioni possono essere richieste a:

Fondazione ITS TAB

Via Pisana 77/A, 50143 Firenze (Villa Strozzi)

Tel. 055/8891366

Cell. 389/9161063

e-mail: info@fondazionetab.it - PEC itstab@pec.it

sito web: www.fondazionetab.it

Firenze, 17 novembre 2023

La Presidente Fondazione TAB

Sonia Nebbiai

