

ARTICOLAZIONE DEI PERCORSI FORMATIVI

MODULI	Percorso A	Percorso B	Percorso C
1 - LEGISLAZIONE DI SETTORE: valutare gli aspetti normativi nazionali e comunitari, riconoscerne la ricaduta su tutta l'attività dell'agenzia. Essere aggiornati sulla situazione sanitaria e valutaria nazionale e internazionale e sui servizi d'emergenza nelle località turistiche, per fornire le necessarie informazioni ai clienti dell'agenzia. Conoscere il contratto di lavoro degli operatori del settore.	16 ore	20 ore	20 ore
2 - INFORMATICA GESTIONALE (DI CUI 4 ORE DI PROJECT WORK): essere in grado di utilizzare i sistemi informativi per la gestione dei processi, delle procedure e della documentazione e dei flussi informativi inerenti tutte le attività dell'agenzia di viaggi.	12 ore	20 ore	20 ore
3 - COMUNICAZIONE E PROBLEM SOLVING (DI CUI 8 ORE DI PROJECT WORK): saper diagnosticare situazioni inerenti il proprio ambito di lavoro e pianificare strategie di azione per far fronte a problemi tecnico operativi, relazionale, organizzativi; sviluppare soluzioni creative e strategie innovative per affrontare sia situazioni note che inconsuete. Comunicare nel contesto di lavoro; saper lavorare in gruppo per affrontare problemi, progettare soluzioni, produrre risultati collettivi.	8 ore	10 ore	10 ore
4 - GESTIONE D'IMPRESA E ORGANIZZAZIONE: saper riconoscere gli aspetti distintivi delle diverse categorie di fornitori; adottare le forme contrattuali più idonee alla tipologia di fornitore e al servizio prestato; identificare i modelli prevalenti di organizzazione aziendale nell'ambito del settore turistico e riconoscere principali ruoli e funzioni in esso presenti; indirizzare i flussi turistici verso poli geografici; utilizzare le procedure fondamentali per la pianificazione del budget e il controllo di gestione dell'agenzia di viaggio.	14 ore	30 ore	30 ore
5 - SOCIO - ECONOMIA E MARKETING (DI CUI 4 DI PROJECT WORK): saper analizzare il fenomeno turistico in termini tecnico-organizzativi e saperne valutare la ricaduta sull'economia (flussi turistici e poli geografici). Saper analizzare la domanda e l'offerta turistica attuale e potenziale, identificarne le variabili e le componenti di tipo socio-economico, psicologico e culturale e valutarne la ricaduta sull'attività corrente e potenziale dell'agenzia.	-	-	20 ore