



Istituto Nazionale  
Ricerche Turistiche



---

## PERCORSI FORMATIVI PER LE IMPRESE TURISTICHE

CATALOGO FORMATIVO 2014/15



OSPITALITÀ ITALIANA  
QUALITY APPROVED



## Sommario

Presentazione generale .....	3
1. LA QUALITA' e IL MARCHIO OSPITALITA' ITALIANA .....	4
1.1 Elementi base della qualità totale nelle imprese di ospitalità.....	4
1.2 Il marchio come strumento di comunicazione e acquisizione clienti.....	4
1.3 Elementi base per gestire e motivare le risorse umane.....	4
2. LO SVILUPPO DEL BUSINESS E L'APPROCCIO AL MERCATO .....	5
2.1 Come specializzarsi su nuove nicchie di turismo .....	5
2.2 Comunicare al meglio: dentro e fuori della struttura .....	6
2.3 Web marketing.....	6
2.4 Come fidelizzare i clienti .....	6
2.5 Social Network.....	7
2.6 L'identità del ristorante.....	7
2.7 Marketing ed eccellenza negli agriturismo.....	7
2.8 Intermediazione e sistemi distributivi: conoscerli per coglierne le opportunità .....	8
2.9 Competenze per competere: creare il posizionamento strategico di marketing per distinguersi nel mercato turistico .....	8
3. LA GESTIONE E IL CONTROLLO .....	9
3.1 Il controllo di gestione nelle imprese turistiche .....	9
3.2 Revenue Management .....	9
3.3 Food & beverage manager .....	9
3.4 Housekeeping manager.....	10
3.5 La gestione del centro congressi .....	10
3.6 La gestione del centro benessere.....	10
4. L'INNOVAZIONE .....	11
4.1 Design e nuove tendenze .....	11
4.2 L'innovazione tecnologica in albergo.....	11
4.3 Gestione innovativa dei menu e dei prezzi.....	11
4.4 Le nuove tendenze come opportunità per affacciarsi su nuovi mercati.....	12
4.5 La sfida della sostenibilità: quando l'innovazione diventa necessaria .....	13
4.6 Responsabilità sociale di impresa : gestione, etica e competitività .....	13

## Presentazione generale

I percorsi formativi proposti da IS.NA.R.T. sono rivolti alle imprese turistiche, con particolare riferimento al settore ricettivo (alberghi, agriturismi, B&B e campeggi), ristorativo e degli altri servizi (stabilimenti balneari ecc.) e intendono coinvolgere anche gli operatori interessati alla crescita del territorio quali amministratori pubblici e stakeholders in generale.

I corsi sono organizzati sulla base di un ordine logico e metodologico che prevede:

- **il supporto per l'acquisizione del marchio "Ospitalità italiana"**, attraverso moduli formativi mirati a costruire i requisiti necessari e a gestire in modo efficace la visibilità e la comunicazione del marchio stesso,
- **la formazione finalizzata allo sviluppo e al consolidamento delle competenze tecniche e strategiche delle imprese**, suddivisi in relazione agli ambiti tematici di interesse principale dell'azienda, in particolare:
  - Attenzione alla Qualità,
  - Sviluppo Business e Approccio al Mercato,
  - Gestione, controllo e finanza,
  - Innovazione,
  - Cooperazione tra imprese.

All'interno di ogni ambito tematico le proposte formative sono focalizzate sulle diverse tipologie di imprese (alberghi, ristoranti, settore extralberghiero), prevedendo, ove necessario dei moduli ad hoc e sono articolate su diversi livelli di approfondimento.

ISNART prevede la **possibilità di abbinare ai corsi testimonial di successo** come imprenditori singoli e/o aggregati. Si tratta di testimonial in grado di trasmettere esempi che stimolino la riflessione strategica e siano spunto per processi di benchmarking e trasferimento di esperienze.

## 1. LA QUALITA' e IL MARCHIO OSPITALITA' ITALIANA

### 1.1 Elementi base della qualità totale nelle imprese di ospitalità

<b>Obiettivi:</b>	Il corso affronta il concetto di qualità e cultura dell'accoglienza nelle imprese turistiche. Particolare attenzione viene dedicata ai servizi offerti al cliente (informazioni sul territorio, accoglienza, aree comuni, camera, servizi ricreativi ecc) con la creazione di una Check List che può essere utilizzata dai discenti per migliorare il livello di soddisfazione del cliente. Il corso si avvale del supporto di materiale fotografico per illustrare le diverse tematiche. Il modulo affronta anche i temi e gli aspetti rilevanti ai fini dell'ottenimento del marchio Ospitalità Italiana.
<b>Destinatari</b>	<b>Imprenditori, manager, operatori e addetti del settore</b>
<b>Durata:</b>	<b>2 Moduli di 4 ore ciascuno</b>
<b>Certificazioni rilasciate:</b>	Attestato di frequenza
<b>Tipologie di imprese:</b>	Alberghi, agriturismi, B&B, stabilimenti balneari, ristoranti

### 1.2 Il marchio come strumento di comunicazione e acquisizione clienti.

<b>Obiettivi:</b>	Il corso ha l'obiettivo di fornire gli elementi necessari all'impresa per valorizzare il marchio ai fini della promozione dell'immagine, partendo dalla comunicazione al personale per arrivare al cliente finale, attuale o potenziale.
<b>Destinatari</b>	Imprenditori e manager del settore (con particolare riferimento alle imprese già certificate con il Marchio ISNART)
<b>Durata:</b>	1 Modulo 4 ore
<b>Certificazioni rilasciate:</b>	Attestato di frequenza
<b>Tipologie di imprese:</b>	Alberghi, ristoranti, stabilimenti balneari, agriturismo, campeggi

### 1.3 Elementi base per gestire e motivare le risorse umane

<b>Obiettivi:</b>	Le persone sono l'elemento chiave per migliorare le prestazioni della propria azienda. Il corso approfondisce le migliori tecniche per gestire e motivare le risorse umane in funzione della soddisfazione del cliente.
<b>Destinatari</b>	Imprenditori e manager
<b>Durata:</b>	1 modulo da 4 ore (versione base) 2 moduli da 4 ore (versione estesa)
<b>Certificazioni rilasciate:</b>	Attestato di frequenza
<b>Tipologie di imprese:</b>	Alberghi, agriturismi, B&B, stabilimenti balneari, ristoranti

## 2. LO SVILUPPO DEL BUSINESS E L'APPROCCIO AL MERCATO

### 2.1 Come specializzarsi su nuove nicchie di turismo

<b>Obiettivi:</b>	<p>Il corso intende supportare le imprese nella scelta delle possibilità di business ottenibili rivolgendosi a nuovi clienti ed è rivolto agli operatori che desiderino orientare i propri servizi e la relativa comunicazione alle aspettative di clienti appartenenti a specifici segmenti e nicchie di mercato.</p> <p>Nel primo modulo viene effettuata una panoramica delle possibilità, fornendo gli strumenti che permettono a ciascuna impresa di individuarne di proprie. In particolare viene approfondito il tema del legame con il territorio e la sua identità, sia storica (legata alla tradizione) che attuale (nuove vocazioni).</p> <p>Il secondo modulo è dedicato ad approfondire le tecniche e gli strumenti di promozione e commercializzazione coerenti con le scelte effettuate, anche attraverso la presentazione di esempi.</p> <p>A questi si aggiungono 10 moduli, ciascuno dei quali fornisce le indicazioni su come specializzarsi predisponendo servizi e prodotti innovativi, e individuare i giusti canali per distribuire e comunicare la propria offerta legata al nuovo prodotto o tema. In questo caso sarà possibile trattare un massimo di due specializzazioni per modulo.</p>
<b>Destinatari</b>	Imprenditori, manager, operatori e addetti del settore
<b>Durata:</b>	2 moduli da 4 ore + moduli specializzazione
<b>Certificazioni rilasciate:</b>	Attestato di frequenza
<b>Tipologie di imprese:</b>	Alberghi, agriturismi, B&B, campeggi
<b>Specializzazioni:</b> (Moduli da 4 ore. Massimo due per modulo)	<ul style="list-style-type: none"> <li>i. Il turismo del benessere</li> <li>ii. Il turismo sportivo (golf, sci, bicicletta, moto, ecc.)</li> <li>iii. Il turismo del gusto</li> <li>iv. Il turismo d'affari</li> <li>v. Il turismo congressuale</li> <li>vi. Il turismo culturale e d'arte</li> <li>vii. L'ospitalità a misura di bambino</li> <li>viii. Il turismo per le esigenze speciali</li> <li>ix. L'ospitalità per gli animali</li> <li>x. Accogliere clienti da uno specifico mercato geografico (Usa, Giappone, India, Germania, Nord Europa, ecc.,)</li> </ul>

## 2.2 Comunicare al meglio: dentro e fuori della struttura

<b>Obiettivi:</b>	Il corso affronta il tema della comunicazione verso i clienti sia all'interno della struttura che all'esterno. Nel corso dell'incontro verranno presentati esempi specifici del settore alberghiero per illustrare i vantaggi concreti nel migliorare le capacità di comunicazione verso i clienti attuali e potenziali.
<b>Destinatari</b>	Imprenditori, manager, operatori e addetti del settore
<b>Durata:</b>	2 moduli da 4 ore
<b>Certificazioni rilasciate:</b>	Attestato di frequenza
<b>Tipologie di imprese:</b>	Alberghi, agriturismi, B&B, campeggi, ristoranti

## 2.3 Web marketing

<b>Obiettivi:</b>	Il corso illustra i principi del marketing su Internet e le migliori modalità per progettare ed utilizzare il sito aziendale in funzione del proprio posizionamento sul mercato. Il secondo modulo formativo approfondisce il tema della comunicazione su Internet per raggiungere e farsi raggiungere da nuovi clienti. Il terzo modulo si focalizza sull'ideazione di una campagna pubblicitaria e le leve promozionali sul web.
<b>Destinatari</b>	Imprenditori, manager, operatori e addetti del settore, capi servizio e impiegati di Front Office, Reservations, Sales & Marketing
<b>Durata:</b>	3 moduli da 4 ore
<b>Certificazioni rilasciate:</b>	Attestato di frequenza
<b>Tipologie di imprese:</b>	Alberghi, agriturismi, B&B, campeggi, ristoranti

## 2.4 Come fidelizzare i clienti

<b>Obiettivi:</b>	Il corso ha l'obiettivo di permettere ad ogni impresa di approntare un efficace sistema di rilevazione delle caratteristiche e dei bisogni del cliente, necessario a rendere più personalizzati (e quindi apprezzati) sia i servizi offerti che la comunicazione. Le imprese verranno guidate nella scelta degli strumenti più adatti tra quelli presentati e nell' indispensabile coinvolgimento delle risorse umane. Il corso fornisce esempi concreti su come raccogliere i dati e le modalità per l'elaborazione degli stessi.
<b>Destinatari</b>	Imprenditori, manager, operatori e addetti del settore
<b>Durata:</b>	2 moduli da 4 ore
<b>Certificazioni rilasciate:</b>	Attestato di frequenza
<b>Tipologie di imprese:</b>	Alberghi, agriturismi, B&B, campeggi.

## 2.5 Social Network

<b>Obiettivi:</b>	Il seminario si pone l'obiettivo di offrire agli operatori una serie di strumenti immediatamente utilizzabile per poter raggiungere nuovi clienti e fidelizzare quelli già acquisiti. Dalle pagine fan su Facebook, al booking engine attraverso i Social network.
<b>Destinatari</b>	Imprenditori, manager, operatori e addetti al settore
<b>Durata:</b>	1 modulo da 4 ore
<b>Certificazioni rilasciate:</b>	Attestato di frequenza
<b>Tipologie di imprese:</b>	Alberghi, ristoranti, agriturismo, B&B

## 2.6 L'identità del ristorante

<b>Obiettivi:</b>	Il seminario approfondisce il tema dell'allestimento degli spazi del locale per dare una immagine coerente con il posizionamento e gli obiettivi del ristorante. Verrà, inoltre trattato il tema della scelta del menù e della sua gestione, coerentemente con l'immagine complessiva del ristorante.
<b>Destinatari</b>	Imprenditori, manager, operatori e addetti del settore
<b>Durata:</b>	2 moduli da 4 ore
<b>Certificazioni rilasciate:</b>	Attestato di frequenza
<b>Tipologie di imprese:</b>	Ristoranti

## 2.7 Marketing ed eccellenza negli agriturismo

<b>Obiettivi:</b>	Il seminario approfondisce il tema dell'allestimento della struttura agrituristica per dare una immagine coerente con il suo posizionamento e i suoi obiettivi. Verrà, inoltre trattato il tema della scelta del menù e della sua gestione, coerentemente con l'immagine complessiva.
<b>Destinatari</b>	Imprenditori, manager, operatori e addetti del settore
<b>Durata:</b>	1 modulo da 4 ore
<b>Certificazioni rilasciate:</b>	Attestato di frequenza
<b>Tipologie di imprese:</b>	Agriturismo

## 2.8 Intermediazione e sistemi distributivi: conoscerli per coglierne le opportunità

<b>Obiettivi:</b>	Il corso approfondisce il tema della distribuzione e della intermediazione nel settore turistico-alberghiero in quanto elemento chiave per il successo commerciale delle imprese. Partendo dalla panoramica sulla evoluzione del sistema distributivo, verranno presentati i canali attuali con particolare riferimento ai portali di commercializzazione, specificando le modalità del loro funzionamento, i mercati e i target ai quali si rivolgono e come possono influire positivamente sul business delle imprese turistiche.
<b>Destinatari</b>	Imprenditori, manager, operatori e addetti del settore
<b>Durata:</b>	1 modulo da 4 ore
<b>Certificazioni rilasciate:</b>	Attestato di frequenza
<b>Tipologie di imprese:</b>	Alberghi

## 2.9 Competenze per competere: creare il posizionamento strategico di marketing per distinguersi nel mercato turistico

<b>Obiettivi:</b>	Il corso è focalizzato sullo sviluppo del concept strategico per fornire all'impresa un posizionamento di marketing che la renda unica e fortemente riconoscibile per i clienti già acquisiti e potenziali in modo da sostenere ed incrementare i risultati economici. Con l'utilizzo di interessanti case-history si toccherà con mano la coerenza delle varie forme di comunicazione (brochure, sito internet, social network, comunicati stampa, promozioni, eventi, servizi...) e le imprese saranno condotte nella scelta degli strumenti, tra quelli presentati, più adatti alla loro realtà, per creare una esclusiva ed indimenticabile "brand-experience" capace di mantenere la promessa al consumatore.
<b>Destinatari</b>	Imprenditori, manager, operatori e addetti del settore
<b>Durata:</b>	1 modulo da 4 ore
<b>Certificazioni rilasciate:</b>	Attestato di frequenza
<b>Tipologie di imprese:</b>	Alberghi, ristoranti, stabilimenti balneari, agriturismo, campeggi



### 3. LA GESTIONE E IL CONTROLLO

#### 3.1 Il controllo di gestione nelle imprese turistiche

<b>Obiettivi:</b>	Il corso fornisce all'operatore del settore turistico le basi per impostare un sistema di budgetting e contabilità industriale che permette di prendere efficaci decisioni gestionali.
<b>Destinatari</b>	Imprenditori e manager
<b>Durata:</b>	Per strutture ricettive: 3 moduli da 4 ore Per aziende della ristorazione: 2 moduli da 4 ore
<b>Struttura del corso:</b>	E' previsto un modulo di due giornate specifico per gli alberghi ed un modulo di una giornata specifico per i ristoranti.
<b>Certificazioni rilasciate:</b>	Attestato di frequenza
<b>Tipologie di imprese:</b>	Alberghi, agriturismi, ristoranti

#### 3.2 Revenue Management

<b>Obiettivi:</b>	Il corso affronta la gestione dei prezzi (delle stanze di albergo, dei piatti nei ristoranti) attraverso l'analisi della redditività. L'obiettivo è fornire ai partecipanti gli strumenti per poter operare in modo più "consapevole" e per effettuare scelte efficaci. Il Modulo spiega la storia del Revenue ed i concetti basi, fino ad arrivare alla gestione operativa ed alle politiche commerciali da utilizzare, l'analisi dei vari target, del mercato, i canali di vendita utilizzabili on-line ed off-line e gli strumenti per l'ottimizzazione e la raccolta di tutti i dati indispensabili nella formazione di una tariffa
<b>Destinatari</b>	Imprenditori e manager, operatori e addetti al settore
<b>Durata:</b>	1 modulo da 4 ore
<b>Certificazioni rilasciate:</b>	Attestato di frequenza
<b>Tipologie di imprese:</b>	Alberghi, ristoranti

#### 3.3 Food & beverage manager

<b>.Obiettivi:</b>	Il corso è mirato ad affinare le competenze del Food & Beverage Manager, figura chiave nell'organizzazione dell'albergo
<b>Destinatari</b>	Operatori e addetti al settore e giovani che intendano entrare nel business della ristorazione
<b>Durata:</b>	1 modulo da 4 ore (versione base) 3 moduli da 4 ore (versione estesa)
<b>Struttura del corso:</b>	
<b>Certificazioni rilasciate:</b>	Attestato di frequenza
<b>Tipologie di imprese:</b>	Alberghi

### 3.4 Housekeeping manager

<b>Obiettivi:</b>	Il corso è mirato ad affinare le competenze del responsabile del settore Housekeeping, figura chiave nell'organizzazione dell'albergo e sul costo/beneficio nell'esternalizzare il servizio.
<b>Destinatari</b>	Operatori e addetti al settore
<b>Durata:</b>	1 modulo da 4 ore (versione base) 1 moduli da 4 ore (versione estesa)
<b>Certificazioni rilasciate:</b>	Attestato di frequenza
<b>Tipologie di imprese:</b>	Alberghi

### 3.5 La gestione del centro congressi

<b>Obiettivi:</b>	Il corso fornisce le competenze per impostare e gestire in termini operativi e reddituali al meglio il centro congressi.
<b>Destinatari</b>	Manager, operatori e addetti al settore
<b>Durata:</b>	1 modulo da 4 ore (GS 10)
<b>Certificazioni rilasciate:</b>	Attestato di frequenza
<b>Tipologie di imprese:</b>	Alberghi e strutture congressuali

### 3.6 La gestione del centro benessere

<b>Obiettivi:</b>	Il corso fornisce le competenze e le abilità per impostare e gestire in termini operativi e reddituali al meglio il centro benessere
<b>Destinatari</b>	Manager, operatori e addetti al settore
<b>Durata:</b>	1 modulo da 4 ore (GS 11)
<b>Certificazioni rilasciate:</b>	Attestato di frequenza
<b>Tipologie di imprese:</b>	Alberghi

## 4. L'INNOVAZIONE

### 4.1 Design e nuove tendenze

<b>Obiettivi:</b>	Il corso illustra le tendenze del design nell'ambito alberghiero dall'arredamento all'immagine complessiva per far risaltare le caratteristiche della struttura ed andare incontro alle esigenze dei clienti. Un' ampia galleria di foto ed illustrazione di progetti arricchiscono il corso e lasciano spazio a suggerimenti molto utili per gli operatori del settore.
<b>Destinatari</b>	Imprenditori, manager, operatori e addetti al settore
<b>Durata:</b>	1 modulo da 4 ore (INN 2)
<b>Certificazioni rilasciate:</b>	Attestato di frequenza
<b>Tipologie di imprese:</b>	Alberghi, ristoranti

### 4.2 L'innovazione tecnologica in albergo

<b>Obiettivi:</b>	Il corso affronta il tema dell'innovazione tecnologica negli alberghi per una maggiore efficienza di gestione e per rendere più piacevole la permanenza dei nostri ospiti in albergo.
<b>Destinatari</b>	Imprenditori, manager, operatori e addetti al settore
<b>Durata:</b>	1 modulo da 4 ore (INN 4)
<b>Certificazioni rilasciate:</b>	Attestato di frequenza
<b>Tipologie di imprese:</b>	Alberghi

### 4.3 Gestione innovativa dei menu e dei prezzi

<b>Obiettivi:</b>	Il seminario affronta uno dei temi centrali nella ristorazione: come gestire in maniera innovativa il prezzo dei piatti e dei menu, rispetto agli orari e alle tipologie dei pasti con l'ausilio di strumenti innovativi come i tablet (es. iPad – Galaxy)
<b>Destinatari</b>	Manager, operatori e addetti al settore
<b>Durata:</b>	1 modulo da 4 ore (INN 8)
<b>Certificazioni rilasciate:</b>	Attestato di frequenza
<b>Tipologie di imprese:</b>	Alberghi/ristorante, agriturismi, ristoranti

#### 4.4 Le nuove tendenze come opportunità per affacciarsi su nuovi mercati

<b>Obiettivi:</b>	<p>Il corso intende supportare le imprese nella scelta delle possibilità di business ottenibili rivolgendosi a nuovi clienti, in particolare inserendosi nelle nuove tendenze dell'accoglienza e facendo del legame con il territorio il punto di forza per tematizzare l'offerta.</p> <p>Nel primo modulo viene effettuata una panoramica delle possibilità, fornendo gli strumenti che permettono a ciascuna impresa di individuarne di proprie.</p> <p>Il secondo modulo è dedicato ad approfondire le tecniche e gli strumenti di promozione e commercializzazione coerenti con le scelte effettuate, anche attraverso la presentazione di esempi.</p> <p>A questi si aggiungono eventuali altri moduli che forniscono le indicazioni su come specializzarsi predisponendo servizi e prodotti innovativi e come individuare i giusti canali per distribuire e comunicare la propria offerta legata al nuovo prodotto o tema. In questo caso è possibile trattare un massimo di due specializzazioni per modulo.</p>
<b>Destinatari</b>	Imprenditori, manager, operatori e addetti al settore
<b>Durata:</b>	2 moduli da 4 ore (INN 5)
<b>Certificazioni rilasciate:</b>	Attestato di frequenza
<b>Tipologie di imprese:</b>	Alberghi, agriturismi
<b>Specializzazioni:</b> (Moduli da 4 ore. Massimo due per modulo)	<ul style="list-style-type: none"> <li>i. Gli hotel tematici (arte, design, spa, ecologia...)</li> <li>ii. Il turismo romantico</li> <li>iii. Il turismo del gusto</li> </ul>

#### 4.5 La sfida della sostenibilità: quando l'innovazione diventa necessaria

<b>Obiettivi:</b>	<p>Il corso intende formare le imprese sulle nuove “regole” alla base del mercato turistico e sulla valenza della sostenibilità come fattore chiave di competitività e di innovazione necessario per continuare ad operare con successo anche nel futuro.</p> <p>Nel primo modulo viene definita la sostenibilità nelle sue tre declinazioni: sostenibilità sociale, economica e ambientale, tracciando un quadro sulle opportunità offerte da una gestione ispirata da questa logica complessa e sugli effetti in termini di clientela.</p> <p>Il secondo modulo è dedicato ad approfondire la tematica della sostenibilità ambientale, fornendo esempi pratici di implementazione di misure atte a ridurre il proprio impatto sull'ambiente e a risparmiare risorse naturali ed economiche.</p>
<b>Destinatari</b>	Imprenditori, manager, operatori e addetti al settore
<b>Durata:</b>	2 moduli da 4 ore (INN 5)
<b>Certificazioni rilasciate:</b>	Attestato di frequenza
<b>Tipologie di imprese:</b>	Alberghi, ristoranti, agriturismi, stabilimenti balneari

#### 4.6 Responsabilità sociale di impresa : gestione, etica e competitività

<b>Obiettivi:</b>	<p>Il corso affronta il tema della responsabilità sociale di impresa, alla luce delle profonde implicazioni che questa genera in termini di una efficiente gestione e di immagine.</p> <p>Nel primo modulo vengono illustrati i principi fondamentali della responsabilità sociale di impresa, con riferimento alle tre principali aree di applicazione: personale aziendale, ospiti e ambiente.</p> <p>Il secondo modulo è dedicato ad approfondire la tematica della responsabilità sociale d'impresa applicata all'ambiente e le possibili misure da attuare per operare eticamente e in maniera competitiva.</p> <p>A questi si aggiungono eventuali altri moduli che forniscono indicazioni su come la responsabilità sociale di impresa sia un'utile leva di attrattività verso i clienti attuali e potenziali.</p>
<b>Destinatari</b>	Imprenditori, manager, operatori e addetti al settore
<b>Durata:</b>	1 moduli da 4 ore (INN 5)
<b>Certificazioni rilasciate:</b>	Attestato di frequenza
<b>Tipologie di imprese:</b>	Alberghi, agriturismi