



GIOVANI SÌ



Regione Toscana



SISTEMA
ITS



Avviso di selezione per l'ammissione al Corso di Istruzione Tecnica Superiore per:

Wine HOSPITALITY TOURISM & FOOD - WHOT & FOOD

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

Ambito: Turismo e attività culturali

Figura Nazionale: **Tecnico Superiore per la comunicazione per la promozione e il marketing delle filiere turistiche e delle attività culturali** (Ambito 5 Turismo e attività culturali - Figura 5.1.1. dell'allegato E - Decreto Interministeriale 05/02/2013) - Biennio 2019 - 2021

Corso cofinanziato dal POR FSE 2014-2020, ASSE A Occupazione, approvato con D.D. 9084 del 30/05/2019, inserito nell'ambito di Giovanisì (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), Capofila, in ATS con la Fondazione Istituto Tecnico Superiore E.A.T. – Eccellenza Agro-alimentare Toscana, indice un avviso per l'ammissione al Corso di Istruzione Tecnica Superiore **Wine HOSPITALITY TOURISM & FOOD - WHOT & FOOD**.

Il corso intende formare Tecnici Superiori con conoscenze e competenze tecniche e tecnologiche, altamente specialistiche e con elevato livello professionale, nell'area delle tecnologie innovative, per le attività culturali ed il turismo, tali da consentire, un loro efficace e rapido inserimento nel mercato del lavoro locale, nazionale ed internazionale.

Art. 1 - Destinatari e requisiti di ammissione

Il corso è rivolto a **25 allievi, di età compresa tra i 18 e i 30 anni** (non compiuti alla data di scadenza dell'avviso), che:

- siano in possesso di un diploma di scuola secondaria superiore oppure che abbiano frequentato un percorso quadriennale di Istruzione e Formazione tecnica Professionale (IeFP) integrato da un percorso di Istruzione e Formazione tecnica Superiore (IFTS) della durata di un anno;
- siano in possesso di buone competenze nell'uso della lingua inglese e dell'informatica.

I cittadini non comunitari dovranno, inoltre, essere in possesso di regolare permesso di soggiorno in corso di validità.

Art. 2 - Profilo professionale e sbocchi occupazionali

Il corso intende formare professionalità in grado di progettare, programmare e organizzare offerte turistiche territoriali e di sviluppare piani operativi di marketing, coniugando competenze specifiche

del marketing turistico con quelle delle nuove tecnologie.

Il corso si prefigge, in linea con l'obiettivo della *Smart Specialisation Strategy*, di creare figure professionali emergenti legate al web marketing e ai social media.

Il Tecnico Superiore per la comunicazione per la promozione e il marketing delle filiere turistiche e delle attività culturali è una figura professionale in grado di rispondere concretamente alle necessità del settore che trova effettivo riscontro nelle reali esigenze formative e occupazionali del territorio.

Analizza la domanda potenziale di servizi turistici, applicando tecniche di analisi di mercato e individuando le principali risorse geografiche, storiche, culturali, artistiche, socio-economiche e logistiche del territorio.

Elabora progetti integrati di sviluppo turistico del territorio, stabilendo contatti e relazioni utili per la promozione dell'offerta, individuando strumenti e canali di diffusione efficaci.

Promuove le relazioni e i rapporti con soggetti pubblici e privati e con associazioni di settore al fine di una adeguata e condivisa definizione e valorizzazione dell'offerta di prodotti turistici in base alla specificità del territorio, delle sue peculiarità turistiche ed enogastronomiche, ivi comprese le nuove tipologie di servizi per il turismo.

Promuove l'offerta turistica (paesaggistica, culturale ed artistica, enogastronomica, esperienziale) organizzando iniziative a tema (fiere, congressi, eventi) e gli itinerari turistici, interagendo e collaborando con le strutture ricettive del territorio, le aziende viti-vinicole ed agroalimentari in generale, le compagnie di trasporti.

Monitora l'andamento del mercato dei prodotti e servizi, analizzando e valutando l'offerta progettata e promossa.

Progetta il lancio di prodotti e servizi da promuovere, sulla base dei target selezionati.

Sviluppa il piano operativo di marketing, definendo gli strumenti operativi (brand management, prezzo, canali distributivi e comunicazione) per il raggiungimento degli obiettivi.

I diplomati saranno dotati di una professionalità adeguata a:

- supportare le imprese di filiera nell'individuazione di soluzioni innovative nel campo dell'internazionalizzazione, della sostenibilità, dell'identità e valorizzazione del territorio, della tracciabilità e valorizzazione dei prodotti;
- gestire le innovazioni e aggiornare le competenze professionali acquisite per rispondere alle trasformazioni e ai rapidi mutamenti del mercato del lavoro in una dimensione locale e globale.

I diplomati possono inserirsi nelle seguenti imprese:

- DMC - Destination Management Company, Tour operator e agenzie di viaggio incoming e/o specializzate nel turismo esperienziale;
- Enti e/o consorzi di promozione turistica, consorzi di tutela e marchi di qualità;
- Agenzie di organizzazione/promozione eventi (manifestazioni, fiere, congressi, ecc.);
- Aziende che operano nel settore agro-alimentare con particolare riferimento a quelle viti-vinicole;
- Associazioni e società di consulenza per lo sviluppo del territorio;
- Strutture ricettive interessate a sviluppare, per i propri clienti, iniziative di turismo esperienziale;
- Costruttori di network territoriali di risorse turistiche (volti a gestire la complessità del sistema);
- Promoter per le attività di promo-commercializzazione di singole strutture, gruppi o destinazioni;
- Web agency specializzate nel turismo e nell'agro-alimentare a supporto di singole imprese, sistemi territoriali o network;

Possono inoltre operare come liberi professionisti.

Art. 3 - Competenze tecniche in esito al percorso

I partecipanti che concluderanno con esito positivo il percorso formativo saranno in grado di:

- Analizzare e interpretare le tendenze del mercato turistico attraverso la rilevazione e

l'elaborazione di dati e informazioni statistiche;

- Analizzare le risorse culturali, ambientali, naturali e paesaggistiche del territorio per individuare strategie di sviluppo integrato delle medesime risorse;
- Analizzare il sistema di offerta turistica del territorio, la sua articolazione e qualificazione e definire le azioni di sviluppo della stessa;
- Rapportarsi con i principali attori del settore turistico del territorio;
- Definire e pianificare azioni di promozione dei territori e dei prodotti turistici;
- Definire, pianificare e implementare azioni di marketing strategico operativo, e web marketing turistico attraverso tecniche proprie del settore;
- Definire e monitorare standard di qualità dei servizi erogati dal sistema di offerta turistica.

I diplomati acquisiranno anche competenze di carattere più generale e trasversale, di tipo linguistico, comunicativo e relazionale, giuridico ed economico, organizzativo e gestionale utili 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 di seguito sintetizzato:

PRIMA ANNUALITA'	ORE	
MACRO AREA COMPETENZE DI BASE		274
<i>Ambito linguistico e comunicativo relazionale</i>	72	
Business English: comunicazione aziendale, commerciale e tecnica	44	
Training al team working e alla negoziazione	16	
Gestione della documentazione e dell'informazione	8	
Le pari opportunità	4	
<i>Ambito scientifico e tecnologico</i>	72	
Informatica	40	
Elementi di statistica e analisi dei dati	32	
<i>Ambito giuridico ed economico</i>	92	
Economia del turismo	24	
Legislazione e normativa di riferimento	20	
Sicurezza sui luoghi di lavoro	8	
Principi di marketing	40	
<i>Ambito organizzativo e gestionale</i>	38	
Organizzazione aziendale e le relazioni con il cliente	24	
Tecniche di monitoraggio e valutazione	14	
TOTALE	274	
MACRO AREA COMPETENZE TECNICO PROFESSIONALI		416
<i>Progettazione programmazione e organizzazione di offerte turistiche territoriali</i>	228	
Laboratorio di idee: tavoli di lavoro con imprenditori e soggetti istituzionali	16	
Laboratorio di ricerca e analisi (statistica applicata al turismo e all'agroalimentare)	52	
Geografia turistica: caratteristiche paesaggistiche, storiche, culturali, artistiche ed enogastronomiche del territorio	40	
Produzioni tipiche (vino, olio, formaggio) e processi di lavoro	32	
Laboratorio di progettazione: organizzazione e gestione di eventi per la promozione e commercializzazione dell'offerta turistica e delle produzioni agroalimentari	44	
Laboratorio di progettazione: organizzazione e gestione di itinerari tematici per la promozione, valorizzazione delle specialità del territorio e delle	44	

produzioni tipiche (prevalente utilizzo lingua inglese)		
<i>Sviluppo del piano operativo di marketing</i>	188	
Architettura dell'informazione ed utilizzo su web	56	
Marketing digitale & mobile marketing	56	
Marketing dei prodotti agroalimentari	40	
Sociologia dell'ambiente e del territorio: ricerca e comunicazione	20	
Seminari a tema (ecologia e politiche dell'ambiente), accessibilità universale degli spazi	16	
TOTALE	416	
Stage	310	310
TOTALE PRIMO ANNO		1000

SECONDA ANNUALITA'	ORE	
MACRO AREA COMPETENZE DI BASE		128
<i>Ambito linguistico e comunicativo relazionale</i>	40	
Business English: comunicazione aziendale, commerciale e tecnica	40	
<i>Ambito scientifico e tecnologico</i>	28	
Applicazione industria 4.0 per le filiere turistica ed agroalimentare	28	
<i>Ambito giuridico ed economico</i>	24	
Cultura di impresa e strategia industria 4.0	24	
<i>Ambito organizzativo e gestionale</i>	36	
Organizzazione della filiera turistica ed agroalimentare	24	
Metodologie e strumenti per la gestione della qualità in azienda	12	
TOTALE	128	
MACRO AREA COMPETENZE TECNICO PROFESSIONALI		282
<i>Progettazione programmazione e organizzazione di offerte turistiche territoriali</i>	108	
Laboratorio di progettazione: costruire l'offerta turistica integrata (piano/progetto integrato di sviluppo turistico del territorio)	48	
Controllo di gestione	28	
Laboratorio: monitoraggio dell'andamento di mercato dei prodotti/servizi realizzati	16	
Laboratorio: analisi e valutazione dell'offerta turistica progettata e promossa	16	
<i>Sviluppo del piano operativo di marketing</i>	174	
Laboratorio sul brand	28	
Laboratorio di progettazione: costruire pacchetti turistici a carattere esperienziale (prevalente utilizzo lingua inglese)	40	
Revenue e channel management	32	
Laboratorio di progettazione: lancio del prodotto/servizio	26	
Laboratorio di progettazione: sviluppo del piano operativo di marketing	48	
TOTALE	282	
Stage	590	590
TOTALE SECONDO ANNO		1000

SINTESI PERCORSO FORMATIVO	Aula/laboratorio	Stage
PRIMO ANNO	690	310
SECONDO ANNO	410	590
TOTALE	1100	900

Le attività di stage saranno realizzate per 900 ore (45% del monte ore complessivo) presso aziende del settore. I partecipanti al corso potranno realizzare una parte di Stage in aziende di altre regioni o europee. Lo stage all'estero è volontario e comunque vincolato all'ottenimento di specifiche borse di studio da parte del Programma Erasmus+.

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

Il corso si avvarrà di docenti qualificati che, per oltre il 90% del monte ore del corso, proverranno dal mondo del lavoro e delle professioni con esperienza specifica di almeno 5 anni. Saranno coinvolti anche 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 pari o superiore al 20% delle ore totali determina l'esclusione dal corso. Lo stage deve essere frequentato per l'intero ammontare delle ore previste (900).

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, del 100% delle ore di stage, 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 un diploma relativo alla figura nazionale di riferimento di Tecnico Superiore per la comunicazione per la promozione e il marketing delle filiere turistiche e delle attività culturali.

Il diploma conseguito 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.

Art. 6 - Sede di svolgimento

Il corso si terrà principalmente presso la sede dell'Università degli Studi di Siena – Pian De' Mantellini, 44, Siena. Parte delle attività potranno tuttavia tenersi 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.

Art. 7 - Periodo di realizzazione

Il corso prenderà avvio entro il 30 Ottobre 2019 e terminerà presumibilmente entro il mese di Novembre 2021, per una durata complessiva di 2000 ore. La data effettiva di avvio del corso sarà comunicata tramite il sito internet della Fondazione TAB.

L'avvio del corso è vincolato al raggiungimento del numero minimo di 25 partecipanti.

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, l'attività formativa sarà articolata, tipicamente, in cinque giorni settimanali. 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 Wine Hospitality Tourism & FOOD- WHOT & FOOD è subordinata alla presentazione di:

- domanda di ammissione redatta sull'apposito modulo (allegato A del presente bando) reperibile sul sito web di ITS TAB (www.fondazionetab.it);
- copia fronte/retro di un documento di identità e copia del Codice Fiscale;
- curriculum vitae firmato, redatto secondo il modello europeo;
- 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 redatta nelle forme di cui al D.P.R. 445/2000, recante l'esatta denominazione del titolo di studio, la votazione riportata, l'anno e l'Istituto scolastico presso il quale è stato

- conseguito);
- eventuale altra documentazione necessaria per la valutazione di altri titoli posseduti, dichiarati nella domanda di iscrizione e nel curriculum (certificato di conoscenza della Lingua Inglese, esperienze lavorative, competenze informatiche, ecc.).

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

- a mezzo raccomandata A/R** all'indirizzo sotto indicato, e in tal caso farà fede il timbro di spedizione;
- consegnata a mano, in busta chiusa**, presso la sede amministrativa della Fondazione TAB, Via di Capaccio, 1 - 50123 Firenze (dal lunedì al venerdì dalle ore 09:00 alle ore 13:00 e dalle ore 14:30 alle ore 16:00 di martedì e giovedì - esclusi i giorni compresi tra il 12 ed il 16 Agosto 2019);
- mediante l'invio di una mail, con conferma di ricezione**, all'indirizzo: info@fondazionetab.it.

I documenti, inviati per posta o consegnati a mano, dovranno essere contenuti in busta chiusa indirizzata a: Al Presidente della Fondazione Istituto Tecnico Superiore Turismo, Arte e Beni Culturali - Via del Capaccio, 1 - 50123 Firenze.

La busta dovrà avere come mittente il cognome e il nome del candidato e recare la dizione: "Domanda di partecipazione al bando di selezione del corso Wine HOSpitality Tourism & FOOD - WHOT & FOOD.

Le domande dovranno pervenire inderogabilmente alla Fondazione ITS TAB **entro e non oltre le ore 13:00 del giorno venerdì 13 Settembre 2019**. Le domande pervenute dopo tale termine non saranno ammesse alla selezione per la partecipazione al corso.

Art. 9 - Modalità di selezione e graduatoria

I candidati stranieri in possesso di titolo di studio conseguito all'estero saranno chiamati a sostenere una prova di conoscenza della lingua italiana livello A2 (escluso coloro che siano in possesso di permesso di soggiorno di lunga durata o di idonea certificazione linguistica, livello A2 o superiore).

Qualora, a seguito di verifica dei requisiti di accesso, il numero di iscritti idonei sia maggiore di trenta, ovvero superiore di oltre il 20% del numero di posti previsti, sarà effettuata una selezione per l'ammissione al corso.

L'elenco degli ammessi alle prove di selezione sarà pubblicato esclusivamente sul sito web della Fondazione ITS TAB (www.fondazionetab.it).

I candidati sono tenuti a presentarsi alle suddette prove muniti di documento di riconoscimento in corso di validità.

La selezione, come stabilito nel relativo progetto, si svolgerà mediante:

Prova scritta: max 40 punti

- Test psico-attitudinale
- Test lingua inglese
- Test informatica

Prova orale: max 50 punti

- Colloquio motivazionale/attitudinale
- Colloquio in lingua inglese

Valutazione titoli: max 10 punti

Ai fini della valutazione dei titoli, è utile accompagnare la documentazione di candidatura con

eventuali certificazioni di parte terza che attestano il conseguimento delle competenze (solo a titolo di esempio: certificati ECDL, QCER, ecc.).

Sarà assegnato un punteggio di priorità ai giovani che documentano di non svolgere attività lavorative e/o di non seguire corsi di studio.

Le prove relative all'eventuale selezione saranno effettuate nei seguenti giorni: **18,19,20 Settembre 2019 presso la sede dell'Università degli Studi di Siena, in Pian de' Mantellini, 44**, secondo il calendario redatto e pubblicato sul sito web della Fondazione ITS TAB (www.fondazionetab.it).

La graduatoria finale sarà formulata sulla base della somma dei punteggi assegnati. A parità di punteggio sarà data la precedenza alla minore età. Numero 10 posti sono riservati alle donne. La stessa sarà pubblicata sul sito internet della Fondazione ITS TAB: (www.fondazionetab.it).

I candidati idonei in posizione successiva al n. 25 della graduatoria finale, fermo restando la riserva per le donne, potranno essere successivamente contattati per la partecipazione al corso in caso di rinunce e/o ritiri.

Su specifica richiesta dei candidati ammessi al corso, è previsto il riconoscimento di crediti formativi che saranno valutati dal Comitato tecnico scientifico del progetto. In caso di valutazione positiva saranno attribuiti in termini di ore formative per le quali il richiedente è esonerato dalla frequenza su specifiche Unità Formative.

Art. 10 - Quota di partecipazione

I candidati ammessi al percorso ITS, a seguito della selezione, dovranno versare una quota complessiva di **€ 1.000,00** a titolo di contributo per le spese di materiale didattico e di consumo (fotocopie, dispositivi individuali di protezione, visite didattiche, ecc.).

Art. 11 - Esclusioni

Saranno esclusi dall'accesso alla procedura di selezione i candidati non in possesso dei requisiti previsti da questo bando. I requisiti devono essere posseduti alla data di scadenza prevista per la presentazione della domanda.

Art. 12 - Tutela della riservatezza dei dati personali

Tutti i dati raccolti in occasione dell'espletamento del presente avviso saranno trattati da ITS 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 connesse all'espletamento della selezione, saranno trattati sia con mezzi informatici che cartacei da ITS TAB in conformità alle disposizioni contenute nella legge medesima ed esclusivamente per la gestione della procedura comparativa di cui al presente avviso e di tutte le attività successive 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 sul sito web ufficiale della Fondazione ITS TAB (www.fondazionetab.it) e sul sito web ufficiale della Fondazione ITS EAT (<http://fondazione-eat.it>). Ulteriori informazioni possono essere richieste a:

Fondazione ITS TAB

Via del Capaccio, 1

50123 Firenze

Tel. 055 2616051

e-mail: info@fondazionetab.it

sito web: <http://fondazionetab.it>

Fondazione ITS EAT

Via Giordania, 227/229

58100 Grosseto

Tel. 05641791224; 3331328663

e-mail: info@fondazione-eat.it

sito web: <http://fondazione-eat.it>

Firenze, 19 Luglio 2019

La Presidente Fondazione TAB