



CATALOGO CORSI & MASTER FORMAZIONE MANAGERIALE

1. Addetto ai Servizi di Ricevimento Alberghiero (ASRA)

Descrizione dei contenuti del profilo di riferimento.

L'obiettivo dell'educational & training experience è il potenziamento delle abilità, delle capacità operative, quindi la professionalizzazione dell'**Addetto ai Servizi di Ricevimento Alberghiero (ASRA)** con l'integrazione di competenze specifiche complementari quali attività di accoglienza del ospite/cliente all'interno di strutture turistico-alberghiere ed extralberghiere.

Le sue mansioni riguardano aspetti di carattere organizzativo, amministrativo, logistico quali svolgere efficacemente le principali mansioni d'ufficio; utilizzare le procedure per il ricevimento e la registrazione delle prenotazioni; accogliere il cliente, interpretando e soddisfacendo le sue particolari richieste; risolvere tempestivamente problemi od errori rilevati; predisporre la documentazione relativa all'emissione e compilazione di fatture; riconoscere e distinguere le diverse tipologie di prenotazione e dei relativi pagamenti; garantire alla propria azienda il massimo livello di occupazione delle camere; informare i clienti in maniera dettagliata e precisa sui luoghi di rilevante interesse artistico, culturale, storico, paesaggistico e sulle diverse forme di servizi turistici e di trasporti presenti sul territorio locale; predisporre tutte le operazioni necessarie per la partenza del cliente; far fronte ad eventuali reclami e lamentele del cliente.

2. Addetto al Front/Back Office Alberghiero (AFBOA)

Descrizione dei contenuti del profilo di riferimento.

L'obiettivo dell'educational & training experience è il potenziamento delle abilità, delle capacità operative, quindi la professionalizzazione dell'**Addetto al Front/Back Office Alberghiero (AFBOA)** con l'integrazione di competenze specifiche complementari quali attività di accoglienza del ospite/cliente all'interno di strutture turistico-alberghiere ed extralberghiere.

Le sue mansioni riguardano aspetti di carattere organizzativo, amministrativo, logistico quali svolgere efficacemente le principali mansioni d'ufficio; utilizzare le procedure per il ricevimento e la registrazione delle prenotazioni; accogliere il cliente, interpretando e soddisfacendo le sue particolari richieste; risolvere tempestivamente problemi od errori rilevati; predisporre la documentazione relativa all'emissione e compilazione di fatture; riconoscere e distinguere le diverse tipologie di prenotazione e dei relativi pagamenti; garantire alla propria azienda il massimo livello di occupazione delle camere; informare i clienti in maniera dettagliata e precisa sui luoghi di rilevante interesse artistico, culturale, storico, paesaggistico e sulle diverse forme di servizi turistici e di trasporti presenti sul territorio locale; predisporre tutte le operazioni necessarie per la partenza del cliente; far fronte ad eventuali reclami e lamentele del cliente.

3. Addetto Sales & Marketing Alberghiero (AS&MA)

Descrizione dei contenuti del profilo di riferimento.

Il profilo professionale dell'**Addetto al Sales & Marketing Alberghiero (AS&MA)** è una figura che riveste un ruolo fondamentale, poiché le sue mansioni riguardano aspetti di carattere organizzativo, logistico quali svolgere efficacemente le principali mansioni di addetto alle vendite dirette e marketing, sulla base delle strategie commerciali definite dal team aziendale, con il compito di perseguire obiettivi di vendita diretta nei mercati di competenza, saper gestire i contatti con i clienti: key account (obiettivo di mantenimento dei top clients), prospect (obiettivo di migrazione verso una fascia superiore di fatturato, o cross selling), inattivi (obiettivo di recuperare i rapporti inizialmente perduti), e ricercare nuovi clienti. Attività di direct marketing attraverso le fiere e workshop del turismo nazionali ed internazionali. Il percorso fornisce un solido background nelle vendite ospitalità, pubblicità e marketing. Al termine del percorso l'allievo dovrà essere in grado di riassumere le principali tendenze che interessano il settore alberghiero; discutere in termini generali i vantaggi di un piano di marketing; riassumere le posizioni tipiche di un ufficio vendite; descrivere diversi tipi di chiamate personali di vendita; descrivere le basi di una buona comunicazione telefonica; marketing interno e le vendite; identificare catering responsabilità reparto e del personale; identificare e spiegare le strategie comuni di pubblicità; individuare gruppi di agenzie di viaggi frequenti; individuare tipi di viaggiatori serviti da agenzie di viaggio; descrivere i tipi di associazione e meeting aziendali. Acquisizione di nuove tecniche per la vendita delle

camere e dei servizi di ristorazione e del tempo libero per i viaggiatori d'affari, agenzie di viaggi e meeting planner.

4. Esperto in Social Media Web Marketing turistico (ESMWMT)

Descrizione dei contenuti del profilo di riferimento.

La figura/profilo professionale che si intende formare è un tecnico **Esperto in Social Media Web Marketing Turistico** (ESMWMT) che riveste un ruolo fondamentale, solitamente inserito all'interno del dipartimento comunicazione e marketing di un'impresa turistica, in grado di analizzare il mercato turistico, progettare un servizio sulla base della valutazione della domanda turistica individuata, elaborare strategie promozionali, predisporre piani di comunicazione e marketing, interpretare i bisogni espressi dalla clientela e tradurli in offerte reali. E' un esperto di marketing e conosce bene il mercato del turismo e delle sue tendenze comprese le dinamiche connesse ai turismi emergenti, padroneggia bene le tecniche di promozione e vendita nonché quelle comunicative e relazionali, è in grado di individuare, proporre e utilizzare le più adeguate e moderne tecniche di comunicazione pubblicitaria, nello specifico di proporre una serie di attività di ricerca e sviluppo del business aziendale sfruttando il canale di internet per promuovere, distribuire, vendere prodotti e assistere la clientela.

La figura si inserisce efficacemente nel contesto delle strutture turistiche di diversa tipologia, dalle agenzie viaggi e tour operator agli alberghi, agli uffici di promozione turistica di cui conosce l'organizzazione, e dove è in grado di offrire una consulenza qualificata nella scelta degli strumenti di promozione dei propri servizi e di provvedere alla predisposizione di strumenti comunicativi funzionali alla struttura.

Le sue mansioni riguardano aspetti di carattere logistico quali svolgere efficacemente la selezione dei canali online attraverso i quali veicolare le attività di gestione per la visibilità, la comunicazione e la promozione connesse alla piattaforma internet, la definizione delle strategie di posizionamento e visibilità dell'azienda, integrando le conoscenze legate al marketing territoriale agli aspetti creativi della comunicazione web per procedere ad un'azione di promozione online del territorio, accrescendo la competitività sul mercato delle imprese aprendo a queste nuovi scenari di business.

L'attività formativa quindi verterà sull'individuazione delle tecniche "multicanale" per promuovere e commercializzare il prodotto turistico attraverso la visibilità online e le relative strategie finalizzate a migliorarla, sul come farsi trovare nel web dai potenziali clienti con la comunicazione su internet e la pubblicità online ed una efficace presenza su social media come "facebook" e "twitter", con l'obiettivo di promuovere il brand e la destinazione turistica, ricercare nuovi clienti, aumentare l'occupazione delle strutture ricettive e l'appeal di prodotti quali i tours, la gestione delle recensioni e reputazione online, le campagne di e-mail marketing, incrementare l'e-commerce indirizzate a target profilati di utenti web in Italia e all'estero, per contribuire all'incremento della notorietà e il successo di un marchio e della sua percezione online. Implementare strategie di marketing rivolte alla creazione di nuovi prodotti e offerte in grado di soddisfare i bisogni e le aspettative della nuova domanda turistica, contestualmente alla pianificazione di un programma promozionale "multicanale" per ricercare e conquistare nuovi segmenti di mercato, per una promozione sempre più mirata "targhettizzata", in grado di soddisfare pienamente ogni singola esigenza del mercato turistico.

Addetto all'Incoming e Programmazione del Marketing Turistico (AIPMT)

Descrizione dei contenuti del profilo di riferimento.

Il profilo professionale dell' **Addetto all'Incoming e Programmazione del Marketing Turistico** (AIPMT) è una figura che riveste un ruolo fondamentale, poiché le sue competenze riguardano aspetti di carattere organizzativo, amministrativo e logistico, tuttocì richiede una componente rilevante di abilità tecnico operative, basate sulla capacità di interagire con una utenza reale e di confrontarsi con l'organizzazione delle imprese di servizi turistici delle imprese di servizi turistici, tour operator e tali abilità sono difficilmente sviluppabili con piena efficacia in una situazione d'aula.

Il percorso di alta formazione in Addetto all'Incoming e Programmazione del Marketing Turistico (AIPMT) si prefigge di formare una figura professionale in grado di collaborare alla pianificazione e alla gestione delle attività di marketing e di promozione del turismo, che sia in grado di riqualificare un settore in piena evoluzione ed in continua metamorfosi (alberghi, agenzie di viaggio, tour operator, aziende agrituristiche, servizi di ristorazione, enti locali e strutture miste pubblico-private operanti nel settore turistico-alberghiero).

Il percorso formativo è dedicato all'implementazione delle conoscenze di marketing, fornendo ai partecipanti le competenze specifiche necessarie per la gestione dei rapporti dell'impresa con i soggetti appartenenti al medesimo ambiente competitivo nel contempo, si approfondiranno anche le problematiche riguardanti le scelte di mercato delle imprese appartenenti al settore turistico-alberghiero nonché gli strumenti più opportuni per le attività di marketing del comparto, quali la promo-commercializzazione turistica e la qualità del servizio nell'impresa turistico-alberghiera.

Nella seconda fase saranno evidenziate le specificità che caratterizzano il marketing delle imprese di servizi turistici, rispetto alle principali scelte strategiche ed operative, con particolare riguardo per i bisogni espressi dai diversi segmenti di domanda cui corrispondono i vari comparti dell'offerta turistica.

Gli obiettivi didattici: acquisire la conoscenza del mercato turistico nel settore specifico del turismo culturale; sviluppare le capacità di progettazione di specifici pacchetti per turismo culturale, anche sulla base di grandi eventi temporanei; approfondire strategie dei prezzi in relazione agli obiettivi aziendali; sviluppare le capacità di pianificazione e budgeting del marketing; imparare a ottimizzare la crescita commerciale dell'azienda; acquisire gli strumenti per determinare il budget e il mix di comunicazione; imparare a usare il sistema informatico e telematico come supporto all'attività di marketing. I contenuti: organizzazione imprenditoriale nel "sistema turismo"; marketing strategico e business management; gestione delle informazioni e le ricerche di marketing; strategia dei prodotti turistici e del prezzo; strategie promo-pubblicitarie e piano marketing; psicologia della comunicazione applicata alle vendite; tecniche di commercializzazione; trade marketing e marketing multilivello.

Addetto al Marketing Turistico e Web Marketing (AWMT)

Descrizione dei contenuti del profilo di riferimento.

L'obiettivo dell'educational & training experience è il potenziamento delle abilità, delle capacità operative, quindi la professionalizzazione dell'**Addetto al Marketing Turistico e Web Marketing (AWMT)** con l'integrazione di competenze specifiche complementari quali svolgere attività di direct marketing e seguire l'organizzazione di fiere e workshop del turismo nazionali ed internazionali.

Il profilo professionale dell'Addetto al Marketing Turistico e Web Marketing (AWMT) è una figura che riveste un ruolo fondamentale, poiché le sue mansioni riguardano aspetti di carattere organizzativo, logistico sulla base delle strategie commerciali definite dal team aziendale, con il compito di raccogliere informazioni sulla situazione sia interna che esterna, analizzare i punti di forza e di debolezza, valutare le opportunità offerte dal mercato, perseguire obiettivi di promozione nei mercati di competenza, svolgere attività di direct marketing e seguire l'organizzazione di fiere e workshop del turismo nazionali ed internazionali.

Per gli operatori nel settore turismo il Web è un canale fondamentale per generare contatti ed acquisire clienti. Al marketing tradizionale quindi si affianca una attività di web marketing rivolta essenzialmente ai nuovi canali di comunicazione rappresentati dai social media.

Le attività verteranno su : pianificare, monitorare e implementare i profili aziendali sui diversi social network, controllando i contenuti condivisi e creandone di nuovi e monitorando le modalità con cui l'azienda si espone sulle piazze virtuali. Il percorso fornisce un solido background nella pubblicità e marketing.

Al termine del percorso l'allievo/partecipante dovrà essere in grado di riassumere le principali tendenze che interessano il settore turistico specifico; discutere in termini generali i vantaggi di un piano di marketing; descrivere le basi di una buona comunicazione e-marketing e social; identificare e spiegare le strategie comuni di pubblicità.

5. Addetto Marketing & Commerciale Tour Operator (AM&CTO)

Descrizione dei contenuti del profilo di riferimento.

L'obiettivo dell'educational & training experience è il potenziamento delle abilità, delle capacità operative, quindi la professionalizzazione dell'**Addetto Marketing & Commerciale Tour Operator (AM&CTO)** con l'integrazione di competenze specifiche complementari quali i processi di marketing management nel settore della distribuzione dei servizi turistici.

Il percorso formativo si propone di fornire ai partecipanti gli strumenti di lavoro indispensabili per operare con successo nel business turistico, acquisire le competenze di tipo tecnico-aziendale, la conoscenza dei processi gestionali e le tematiche specialistiche della tourism industry che assumono valenza strategica in ambito gestionale e caratterizzano le catene alberghiere, i tour operator, le agenzie di viaggio (on line travel agency), e le aziende di promozione turistica.

Le sue mansioni riguardano aspetti di carattere organizzativo, amministrativo, logistico quali orientare il cliente nella scelta dei servizi turistici e di provvedere alla prenotazione delle biglietterie e dei servizi necessari all'organizzazione del viaggio.

Il percorso formativo è strutturato in aree tematiche del management turistico ed in particolare nell'area del Tourism Management e del Tour Operating & Retail.

Nell'area del Tourism Management vengono affrontati aspetti quali l'analisi della domanda e dell'offerta turistica e l'organizzazione dei principali business del settore.

L'area Tour Operating & Retail approfondisce la realtà dei tour operator e degli intermediari turistici, la progettazione e la vendita di package tour, l'e-business, il franchising e il booking.

6. Operatore/Addetto ai Servizi d'Agenzia Turistica (ASATur)

Il profilo professionale dell'**Operatore/Addetto ai Servizi d'Agenzia Turistica (ASATur)** è una figura che riveste un ruolo fondamentale, poiché richiede una componente rilevante di abilità pratiche, basate sulla capacità di interagire con una utenza reale e di confrontarsi con l'organizzazione di una agenzia di viaggi e turismo e tali abilità sono difficilmente sviluppabili con piena efficacia in una situazione d'aula.

Le mansioni dell'operatore del front desk d'agenzia, riguardano l'attività di prenotazione viaggi e vendita biglietteria nell'area front/back-office, la vendita di tutte le componenti di un viaggio: dalla prenotazione ed

emissione di voucher e diverse tipologie di biglietti di viaggio (aerei, marittimi e ferroviari), alla vendita di pacchetti di viaggio completi per individuali, gruppi turistici ed aziendali. L'allievo dovrà altresì acquisire la tecnica operativa del software gestionale, fornire informazioni, con l'ausilio di depliant, servizi di consulenza ed assistenza nella scelta e nell'acquisto dei prodotti più rispondenti alle esigenze del cliente. L'operatore dovrà essere in grado di operare nell'area front-office costruire percorsi ed itinerari personalizzati, fornendo il supporto tecnico, (il mezzo di trasporto, le tariffe e le prenotazioni alberghiere) nonché informazioni in merito alle (condizioni climatiche, ordinamento valutario, doganale e sanitario e le precauzioni igienico-sanitarie), con l'obiettivo primario di garantire la soddisfazione del turista/cliente nella fase della scelta e successivamente durante lo svolgimento del viaggio.

7. Addetto Marketing & Management dell'Impresa Alberghiera (M&MIA)

Descrizione dei contenuti del profilo di riferimento.

Il profilo professionale dell'**Addetto Marketing & Management dell'Impresa Alberghiera (M&MIA)** è una figura che riveste un ruolo fondamentale, poiché le sue mansioni riguardano aspetti di carattere organizzativo, amministrativo, logistico quali svolgere efficacemente le principali mansioni d'ufficio; utilizzare le procedure per il ricevimento e la registrazione delle prenotazioni; accogliere il cliente, interpretando e soddisfacendo le sue particolari richieste; risolvere tempestivamente problemi od errori rilevati; predisporre la documentazione relativa all'emissione e compilazione di fatture; riconoscere e distinguere le diverse tipologie di prenotazione e dei relativi pagamenti; garantire alla propria azienda il massimo livello di occupazione delle camere; informare i clienti in maniera dettagliata e precisa sui luoghi di rilevante interesse artistico, culturale, storico, paesaggistico e sulle diverse forme di servizi turistici e di trasporti presenti sul territorio locale; predisporre tutte le operazioni necessarie per la partenza del cliente; far fronte ad eventuali reclami e lamentele del cliente.

8. Assistente Governante Alberghiera/Executive Housekeeping Hotel (AGA/EHH)

Descrizione dei contenuti del profilo di riferimento.

Il profilo professionale dell'**Assistente Governante Alberghiera/Executive Housekeeping Hotel (AGA/EHH)** è una figura che riveste un ruolo fondamentale, poiché la governante d'albergo è il coordinatore del reparto ai piani in strutture alberghiere ed extralberghiere, le sue competenze riguardano oltre gli aspetti meramente "standard" del settore, la necessaria conoscenza dei supporti informatici e delle lingue straniere, opportuna in ambienti di lavoro ormai sempre più internazionali, con l'integrazione di competenze specifiche complementari quali coordinare il lavoro e gestire correttamente il reparto ai piani, provvede all'allestimento, il riordino e la pulizia e igiene quotidiana delle camere, delle aree comuni e del Centro Congressi, nel rispetto degli standard qualitativi aziendali; organizzazione e raccordo della lavanderia, piani/ricevimento; fidelizzazione dell'ospite/cliente in camera; organizzazione e motivazione delle risorse umane (personale ai piani) all'interno di strutture turistico-alberghiere ed extralberghiere.

Le sue mansioni riguardano aspetti di carattere organizzativo e logistico quali svolgere efficacemente le principali mansioni assicurare al cliente/ospite il massimo comfort durante il suo soggiorno in albergo, assicurare un elevato standard di qualità dei servizi di pulizia; gestione e controllo budget del proprio reparto; gestione ordini di servizio ed organizzazione e tempistica, carichi di lavoro e turni del personale; comunicazione tra i reparti (modulistica Room Division); effettuazione degli inventari di biancheria e verifica delle esigenze della struttura; monitoraggio e controllo delle camere effettuato dal reparto manutenzione; procedure di lavaggio, manutenzione e riconsegna in tempi rapidi degli indumenti dei clienti; organizzazione e rifornimento dei magazzini; mantenere, rinnovare e acquistare mobili e arredamenti nell'albergo; analisi e applicazione delle regole comportamentali in azienda, gestione del personale (cameriere ai piani) e registrazione episodi di malattia, infortunio o emergenza particolari; aggiornamento delle condizioni camere e segnalazione di qualsiasi episodio incoerente con la politica aziendale; registrazione degli oggetti smarriti dai clienti; applicazione e rispetto delle procedure (manuale e disciplinari standard di pulizia), la gestione degli office e dei carrelli e gli strumenti di lavoro del reparto Housekeeping.

9. Addetto all'Ufficio Economato Alberghiero (AUEA)

Descrizione dei contenuti del profilo di riferimento.

L'**Addetto all'Ufficio Economato Alberghiero (AUEA)** è una figura in grado di operare all'interno di strutture alberghiere di categoria medio-alta, fornendo loro tutte le competenze necessarie, il potenziamento delle abilità, delle capacità operative, quindi la professionalizzazione dell'Addetto all'Ufficio Economato Alberghiero (AUEA) con l'integrazione di competenze tecniche specifiche complementari quali la gestione di tutte le merci che entrano nel ciclo produttivo di un albergo all'interno di strutture turistico-alberghiere ed extralberghiere.

Le sue mansioni riguardano aspetti di carattere organizzativo, amministrativo, logistico quali svolgere efficacemente le principali mansioni da svolgere all'interno dell'ufficio acquisti, per gestire il fabbisogno giornaliero delle merci e provvedere a contattare i fornitori, organizzazione dell'ufficio di ricevimento merci,

riservato ai fornitori e i magazzini di stoccaggio. Acquisizione delle merci, classificazione e schedatura per tipologia, nonché lo smistamento e lo stoccaggio in magazzino.

L'allievo con il supporto del ragioniere economo, responsabile del reparto dovrà fundamentalmente acquisire una buona conoscenza merceologica per la conservazione degli alimenti ed autonomia ad instaurare i rapporti con i diversi fornitori ed abilità commerciali per gestire e rispettare i budget dei vari settori elaborati dall'amministrazione. L'allievo dovrà altresì acquisire la metodologia per il controllo delle merci, fase molto importante e delicata, svolta da un addetto magazziniere che dovrà principalmente controllare che la merce corrisponda all'ordine effettuato e per i prodotti freschi accertare le condizioni di qualità, registrare le merci su un apposito buono di carico e la registrazione sulla apposita scheda merceologica.

Acquisizione delle procedure di aggiornamento delle schede riassuntive per l'analisi delle rimanenze/giacenze in magazzino, organizzazione e gestione del fabbisogno dei vari reparti dell'azienda, previa specifica richiesta, attraverso la compilazione di appositi buoni di prelevamento, che giornalmente andranno trascritti sulla scheda di scarico merci del magazzino.

10. Operatore dei Servizi di Ristorazione/Cucina Alberghiera (OSRiA)

Descrizione dei contenuti del profilo di riferimento.

L'obiettivo dell'educational & training experience è il potenziamento delle abilità, delle capacità operative, quindi la professionalizzazione dell'**Operatore dei Servizi di Ristorazione/Cucina Alberghiera (OSRiA)** con l'integrazione di competenze specifiche complementari quali attività di accoglienza del ospite/cliente all'interno di strutture turistico-alberghiere ed extralberghiere.

Le sue mansioni riguardano aspetti di carattere operativo in ambito cucina, con l'integrazione di competenze specifiche complementari nel campo dell'approvvigionamento delle derrate, del controllo qualità-quantità-costi produzione e distribuzione dei pasti, dell'allestimento di buffet e di banchetti (organizzati in occasioni conviviali sia all'interno che all'esterno dell'azienda), dell'organizzazione del lavoro e della guida di un gruppo e delle sue relazioni con gruppi di altri servizi. L'allievo date le sue funzioni di organizzatore del reparto e di coordinatore con gli altri reparti, nonché di gestore del rapporto con i fornitori ed i clienti, durante lo stage dovrà acquisire le conoscenze culturali, tecniche ed organizzative rispetto all'intero settore in cui opererà ed in particolare sulle diverse tematiche, utilizzare le lingue straniere e migliorare la capacità di comunicazione, di comprensione delle esigenze del personale e della clientela e di rappresentazione delle finalità dell'azienda. Al fine di garantire una formazione che comprenda sia le competenze relative alla produzione sia alla distribuzione dei pasti e che realizzi il profilo professionale integrato dell'Operatore dei Servizi di Ristorazione/Cucina Alberghiera.

11. Addetto ai Servizi di Sala-Bar d'Albergo (ASSBA)

Descrizione dei contenuti del profilo di riferimento.

L'**Addetto ai Servizi di Sala-Bar d'Albergo (ASSBA)** è una figura in grado di operare all'interno di strutture alberghiere di categoria medio-alta, fornendo loro tutte le competenze necessarie, dalle principali tecniche di servizio e allestimento delle sale, alla conoscenza dell'organizzazione di un albergo e delle sue regole e gerarchie, alla conoscenza delle modalità di relazionarsi con il cliente. Tuttocìò richiede una componente rilevante di abilità tecnico operative, basate sulla capacità di interagire con una utenza reale e di confrontarsi con l'organizzazione di una struttura alberghiera e tali abilità sono difficilmente sviluppabili con piena efficacia in una situazione d'aula.

Il corso di alta professionalizzazione in Addetto ai Servizi di Sala-Bar d'Albergo (ASSBA) fornisce ai partecipanti le competenze specifiche necessarie per la gestione globale del reparto e le tecniche per l'elaborazione di modalità operative innovative, la conoscenza merceologica e dietetica degli ingredienti presenti nei diversi piatti e capacità di consigliare correttamente i clienti in base alle loro esigenze; la capacità di organizzazione e gestione del servizio di sala e di bar; la conoscenza delle tecniche di prenotazione e di rendicontazione finale (compilazione ricevuta fiscale o fattura); elementi di enologia e conoscenza degli abbinamenti con i cibi; la capacità di utilizzare correttamente attrezzature e macchinari specifici; capacità comunicative e di accoglienza del cliente.

Al termine del percorso formativo, gli allievi saranno in grado di somministrare e vendere alimenti e bevande, realizzando diversi tipi di servizio di sala e le principali preparazioni di bar; gestire la preparazione giornaliera della sala e del bar e l'effettuazione delle diverse tipologie di servizio; curare il rapporto con la clientela nelle fasi di accoglienza, di servizio al tavolo o al bar e di commiato; applicare le corrette procedure per garantire l'ospitalità del cliente/ospite; operare con disponibilità e discrezione professionale.

12. Sommelier/Addetto ai Servizi di Ristorazione Alberghiera (SASRiA)

Descrizione dei contenuti del profilo di riferimento.

L'obiettivo dell'educational & training experience è il potenziamento delle conoscenze, competenze operative e abilità di alto profilo, quindi la professionalizzazione del **Sommelier/Addetto ai Servizi di Ristorazione**

Alberghiera (SASRIa) con l'integrazione di competenze specifiche complementari nel campo del marketing del vino, dell'acquisto, della gestione, della distribuzione e della vendita, utilizzando tutte le nuove forme di comunicazione (blog, social network, newsletter, web) per sviluppare strategie di comunicazione e pubblicità legate al prodotto beverage all'interno di strutture turistico-alberghiere ed extralberghiere.

Le sue mansioni riguardano aspetti di carattere operativo in ambito della ristorazione alberghiera, con l'integrazione di competenze specifiche complementari nel campo dell'approvvigionamento delle derrate, del controllo qualità-quantità-costi produzione e distribuzione dei vini: redigere la carta dei vini a partire dalle caratteristiche della clientela, dallo stile del locale, dalla situazione di magazzino e dalle indicazioni dell'azienda; recepire l'offerta gastronomica definita dal cuoco: piatti, specialità del giorno, ingredienti utilizzati, tecniche di cottura, etc.

L'allievo partecipante dovrà possedere conoscenze in relazione alle principali tecniche applicative in vigna e in cantina per ottenere vini di qualità di diverse tipologie; le regole fondamentali del servizio del vino; evoluzione e nuove tecniche di degustazione del vino e dell'abbinamento cibo-vino; conoscere il mondo del vino e del cibo soprattutto sotto il profilo sensoriale, analizzato in ogni sua relazione con ambiente pedoclimatico, vitigno.

Inoltre dovrà essere in grado di descrivere, valutare e comunicare la qualità delle diverse tipologie di vino in relazione al territorio; filosofie, stili e tecniche produttive; trasmettere la conoscenza del vino da un punto di vista tecnico e culturale, comunicando il principio del bere responsabile; essere in grado di abbinare cibi e preparazioni, specialità enogastronomiche italiane e straniere, a vini di diversa qualità e origine; essere in grado di gestire gli acquisti e i rapporti con i fornitori, gestire le giacenze di magazzino, la cantina di conservazione e del giorno; essere in grado di impostare e identificare il calcolo del prezzo vendita vino in diversi contesti operativi; comunicare e valorizzare il patrimonio enogastronomico italiano e internazionale, attuando basilari strategie di marketing e visual merchandising nei diversi contesti operativi e gli elementi fondamentali della comunicazione tra gli operatori dei vari settori nell'ambiente di lavoro.

All'allievo/partecipante saranno forniti gli strumenti per decifrare il codice di accesso per entrare nel mondo del vino, il passaporto di una terminologia comune per parlarne con un linguaggio sintetico e per disegnarne la fisionomia con pochi tratti, essenziali ed efficaci.

13. Addetto alla Gestione e Organizzazione di Eventi & Congressi (AGOE&C)

Descrizione dei contenuti del profilo di riferimento.

L'**Addetto alla Gestione e Organizzazione di Eventi & Congressi (AGOE&C)** è una figura in grado di operare all'interno di prestigiose aziende del settore, fornendo loro tutte le competenze necessarie per la gestione e la realizzazione di progetti artistici e culturali, l'identificazione di contenuti innovativi e di redigere una dettagliata programmazione di eventi dalla fase ideativa fino a quella gestionale.

Tale professionalità opera nell'area della gestione di eventi, del patrimonio culturale e delle manifestazioni artistiche in chiave moderna e marketing oriented, pertanto dovrà acquisire una profonda conoscenza del posizionamento strategico dei prodotti culturali.

Tuttociò richiede una componente rilevante di abilità tecnico operative, basate sulla capacità di interagire con una utenza reale e di confrontarsi con l'organizzazione di una struttura alberghiera e tali abilità sono difficilmente sviluppabili con piena efficacia in una situazione d'aula.

Il corso di alta professionalizzazione in Addetto alla Gestione e organizzazione di eventi & congressi (AGOE&C) intende fornire un quadro complessivo delle conoscenze e delle competenze specifiche richieste dagli operatori del settore, gli allievi entreranno nelle logiche di gestione misurandosi, nel contempo, nella risoluzione di casi pratici. Il partecipante dovrà acquisire in maniera approfondita le key-figures del settore congressuale; le varie tipologie di clientela del mercato; integrare le modalità di gestione più efficienti per ogni segmento di mercato; gli strumenti di base di gestione e organizzazione di un evento, il marketing congressuale e la sua applicabilità; gestire la cronologia organizzativa di un evento; padronanza delle metodologie di quotazione commerciale & finanziarie; gli elementi essenziali di redazione di un contratto commerciale; la conoscenza delle dinamiche del settore, gli strumenti di gestione del prodotto Incentive.

Una conoscenza complessiva approfondita dell'industria dei convegni e degli eventi nelle sue specificità e opportunità, le competenze e le tecniche per poter realizzare un evento di successo.

14. Operatore Polivalente d'Impresa Alberghiera (OPIA)

Descrizione dei contenuti del profilo di riferimento.

L'obiettivo dell'educational & training experience è il potenziamento delle abilità, delle capacità operative, quindi la professionalizzazione dell'**Operatore Polivalente d'Impresa Alberghiera (OPIA)** con l'integrazione di competenze specifiche complementari quali attività di accoglienza del ospite/cliente all'interno di strutture ricettive turistico alberghiere ed extralberghiere.

Il percorso si propone di formare una figura professionale a carattere polivalente con competenze di base plurisetoriali in grado di operare, presso strutture ricettive turistico alberghiere ed extralberghiere, con un ruolo versatile in grado di assicurare mediante appositi strumenti e prodotti la funzionalità e l'igiene e pulizia degli ambienti e delle attrezzature (camere, piani, locali e aree comuni) e comunicare al referente eventuali

anomalie di funzionamento; impostazione delle fasi del riassetto e della pulizia dei locali e della strumentazione dell'ambiente di lavoro; riordino degli spazi, negli alloggi e nella ristorazione; effettuare trattamenti di base di alimenti in preparazione alla cottura, svolgere semplici operazioni di "mise en place", effettuare semplici operazioni di servizio di caffetteria; altri servizi ausiliari.

Le sue mansioni riguardano aspetti di carattere organizzativo, logistico quali svolgere efficacemente le relazioni interpersonali, produrre indicazioni a fronte di richieste specifiche; effettuare operazioni di base relative al servizio di sala bar; guardaroba, lavatura, stiratura, confezione; gestione dei documenti della compravendita; organizzazione del servizio; gestione scarico/carico delle merci a magazzino; alimenti e alimentazione e prodotto turistico; igiene e conservazione degli alimenti; organizzazione ed esecuzione del servizio di distribuzione dei cibi e delle bevande per le diverse tipologie di servizio; stima e previsione degli ingredienti occorrenti per la preparazione di un piatto del menù.

CENTRO CONGRESSI

Analizzeremo la modulistica esistente, la trattativa commerciale, l'organizzazione del check-in all'arrivo dei congressisti, la qualità del servizio.

Operatività tecnica

Centro congressi

Modulistica di reparto

Organizzazione del check-in

Qualità del servizio

Personale addetto e formazione del personale

FOOD & BEVERAGE

Breakfast / Room-service / Frigobar / Bar

Analizzeremo la modulistica esistente, apportando migliorie nella celerità del servizio Breakfast, la varietà dei Buffet, i ruoli per snellire il servizio, il servizio al tavolo, gli addebiti, i buoni, i costi, la gestione delle lamenti, il rispetto degli orari al Room-service, l'ottimizzazione del servizio, le attrezzature, la modulistica del Frigo-bar, il relativo carico e scarico, la qualità dei prodotti, le date di scadenza, la pulizia e l'igiene in relazione alle norme, il servizio Coffee-break con le relative migliorie e prezzi, il calcolo Stock-bar, i metodi comportamentali, le attrezzature, l'uniforme di servizio, la carta Bar, la carta snack, il servizio in generale.

Operatività tecnica

Caffetteria

- Prima colazione
- Varietà del buffet
- Servizio in sala colazione
- Modulistica di reparto
- Formazione del personale per la prima colazione

Room-service (servizio ai Piani)

0. Composizione del vassoio di prima colazione
1. Composizione del vassoio lunch/dinner
2. Modulistica di reparto
3. Formazione del personale di servizio ai piani

Coffee-break

0. Composizione del buffet
4. Tipologie di servizio mattino/pomeriggio
5. Modulistica di reparto
6. Formazione del personale per i coffee-break

Frigobar

Dotazione
Igiene
Modulistica di reparto
Personale addetto
Logistica
Formazione del personale

Bar

Studio della carta
Inventari
Procedimenti di controllo e stock
Tecnica di lavoro
Come comunicare con il cliente
Modulistica di reparto

FOOD & BEVERAGE

Cucina

Analizzeremo i rapporti tra capi reparto e subalterni, i carichi di lavoro e relative competenze, la pianificazione dei turni, il menu come proposta di vendita adeguata al Target di clientela, la trasmissione degli ordini, il Food-cost (costo cibo), l'igiene in cucina, le attrezzature, lo stoccaggio delle derrate alimentari, gli inventari, i criteri d'acquisto, la redditività nel reparto ristorazione, la carta dei vini, il calcolo del ricarico sul Beverage, i buoni di prelievo, l'ordine personale e pulizia degli ambienti, il controllo clienti, l'amministrazione dei buoni, la gestione del personale Extra

ingaggiato, la gestione delle lamentele, le proposte menu per banchetti e clienti organizzati.

Operatività tecnica

Cucina

1. Rapporti: Capo cuoco e subalterni
2. Modulistica di reparto
3. Studio di Menu/Progettazione/Ortografia
4. Analisi del Food-cost
5. Tecniche di gestione dei costi
6. Sistema di controllo e analisi costi
7. Formazione del personale
8. Analisi acquisti e controllo (fornitori)
9. Igiene
10. Logistica
11. Norme per l'immagazzinamento (stoccaggio merci)
12. Inventari
13. Rapporti coi fornitori
14. Attrezzature/Apparecchiature/Utensili
15. Reparto lavaggio stoviglie/casseruole
16. Calcolo redditività della Ristorazione
17. Banchettistica
18. La cucina internazionale
19. La cucina dietetica, vegetariana, macrobiotica
20. Organizzazione di una cucina
21. Sistemi di calore
22. Derrate alimentari
23. Definizione ed obiettivi dell'igiene
24. Igiene nella preparazione dei piatti
25. Cause di contaminazione degli alimenti
26. Cenni di legislazione
27. Rapporti con i clienti: stili e comportamenti

FOOD & BEVERAGE

Sala ristorante

1. Rapporti: Capo Sala (Maitre) e subalterni
2. Modulistica di reparto
3. Studio per l'impostazione grafica dei menu
4. Carta dei vini e relativa strategia di vendita
5. Presentazione e ordine personale dei camerieri
6. Tecnica del servizio
7. Amministrazione dei buoni e relativo addebito
8. Personale extra e gestione
9. Formazione del personale di Sala Ristorante
10. Logistica sala ristorante e buffet

MARKETING

"IL TRAGITTO PER RAGGIUNGERE L'OBIETTIVO OSPITE/CLIENTE"

1. L'immagine e la promozione del nostro albergo.
2. Rapporti con agenzie, tour operato, individuali.

3. Studio di affiliazioni o franchising.
4. Nuovi flussi tecnologicamente avanzati.
5. Come vendere alla Reception i nostri servizi.
6. Centro congressi, budget meeting e nuove formule.
7. Centri di prenotazione.
8. Sviluppo del seminario adattato alla propria realtà alberghiera.

ROOM-DIVISION

Ricevimento / Piani:

Analizzeremo la modulistica di reparto, il sistema informatico, i passaggi di consegne, l'amministrazione dei buoni, la prima nota, il Check-in e il Check-out, la sicurezza del cliente, le prenotazioni, tariffe camere, il centralino telefonico, le procedure del portiere di notte, il back-office, nel reparto piani le competenze specifiche, i migliori tragitti per abbassare il costo lavoro, la dotazione biancheria suddivisa per piano, il servizio cortesia nei bagni, i carichi di lavoro dei facchini, l'organigramma del reparto, il servizio lavanderia sia interno che esterno all'albergo, i vari costi in caso di biancheria a noleggio.

Operatività tecnica

Ricevimento

- Rapporti: Capo ricevimento e subalterni
- Modulistica di reparto
- Sistema informatico
- Passaggi di consegne nei vari turni
- Amministrazione dei buoni provenienti dai vari reparti
- Prima nota
- Deposito bagagli
- Consegna chiavi
- Check-in
- Check- out
- Servizio prenotazioni
- Centralino telefonico e formula di risposta
- Portiere di notte e funzioni
- Back-office (Archivio e controllo documenti)
- Flussi informativi ai vari reparti
- Formazione del personale in Reception

Piani

- Rapporti : Governante e subalterni
- Modulistica di reparto
- Dotazione di biancheria per l'intero albergo
- Logistica
- Metodi comportamentali e abbigliamento
- Privacy e sicurezza del cliente
- Ordine/Igiene/Pulizia
- Schema di percorso per ottimizzare operato a tempo
- Facchini e relative mansioni
- Formazione del personale ai piani

Controllo di gestione

1. Revisione del consuntivo
2. Il Budget

3. Suddivisione Costi/Ricavi per singoli reparti dell'albergo
4. Manuali di procedure
5. Modulistica e metodi per determinare i prezzi di vendita
6. Metodologie innovative e qualitative
7. Tecnologie di gestione informatizzate

Metodi comportamentali

1. Come proporsi al cliente e cosa evitare
2. Comportamento in caso di persone sospette
3. La comunicazione fra il personale
4. La comunicazione con la clientela

LA COMUNICAZIONE

Comunicare con il personale, con i clienti, con i fornitori, con la stampa, con le agenzie di viaggi, ecc. vuole dire **volere e sapere esprimersi** per farci intendere dal destinatario e per fare in modo che il contenuto del messaggio sia capito.

Lo scopo è dunque farsi capire; la comunicazione permette di costituire, nell'azienda, un ambiente di comprensione e di collaborazione utile al benessere morale e materiale di tutti.

Metodi comunicazionali fra il personale

1. Comunicare
2. La comunicazione nell'albergo e nel ristorante
3. Applicazione delle norme di base nella comunicazione
4. Il momento dell'immissione nell'azienda del nuovo dipendente
5. Difficoltà comunicative e loro superamento
6. Importanza dell'informazione verso i collaboratori
7. Comunicare col superiore

Dialogare con il cliente

8. Parlare con l'ospite
9. Come parlare con l'ospite che reclama
10. La comunicazione e tipologia umana di chi devono riceverla
11. Conoscere l'ospite

- 12. Il telefono strumento di comunicazione
- 13. Altri veicoli di comunicazione con la clientela

La richiesta sempre più consolidata verso la Qualità del servizio in tutte le manifestazioni dell'albergo, ci pongono delle metodologie unificate di standardizzazione dei servizi che devono essere mantenute costanti nel tempo.

Intervento

Il nostro operato si avvale di professionalità acquisita negli anni, comparando gli errori di gestione di strutture fallimentari, con successi da noi ottenuti, seguendo metodi e linee guida già ottimizzate per la buona gestione.

Lo studio specifico dell'albergo che svilupperemo con discrezione, apporterà alla Società gerente un quadro completo della situazione tecnica, degli standard di qualità, in raffronto a quella che il nostro cliente richiede.

L'analisi economica ci permetterà di creare un quadro della situazione, suddividendo ogni reparto in Centri di Costo e Centri di Ricavo, per valutare le strategie da adottare; questa procedura ci permetterà di minimizzare i costi ottimizzando o la qualità del servizio o il margine operativo.

La Consulenza è effettuata dopo un'attenta analisi delle caratteristiche albergo/ristorante, un'accurata selezione del Target cui mirare ed una precisa definizione delle modalità d'intervento.

Una consolidata conoscenza del mercato, lo studio e l'approfondimento continuo della materia, ci consentono di fornire

soluzioni adeguate al raggiungimento dell'obiettivo "buona gestione".

Fasi di intervento

Il nostro intervento si articolerà in tre fasi:

- La prima fase consisterà nella visita di due professionisti aventi lo scopo di valutare la situazione

esistente.

- La seconda, nella redazione del manuale, del progetto budget, riunioni con i responsabili dei reparti, interventi innovativi, strategia commerciale, ecc.
- La terza, nella formazione ed informazione al Vostro personale.

Al termine della consulenza sarà fornito

Budget di previsione con progetto ottimizzato

Manuale di procedure

Modulistica di reparto

Schede di produttività

Manuale comportamentale

Formulazione & proposte della gestione innovative

Formazione del personale

Fascicoli di reparto

Modalità di intervento

La nostra consulenza si avvale di esperti, qualificati in Qualità e gestione alberghiera

- Consulente CIPAS in azienda
- Programmazione e studio del Budget
- Attività di Marketing
- Contrattistica con Tour Operator & Agenzie
- Selezione del Personale
- Organizzazione Divisione/Reparti
- Manualistica e Modulistica
- Studio Carte Menu Food & Beverage
- Ottimizzazione dei processi produttivi
- Acquisti, valutazioni e supervisione
- Controllo della gestione
- Logistica