

# *Master in tecnologie multimediali nel turismo*



# MASTER IN TECNOLOGIE TELEMATICHE NEL TURISMO.

## Obiettivi

Il progetto mira alla formazione di una figura professionale altamente specializzata in grado di svolgere le seguenti attività lavorative:

- Affrontare conversazioni in lingua inglese sia nell'ambito della attività quotidiane che nella propria attività lavorativa. Acquisire il linguaggio tecnico proprio del settore turistico.
- Sviluppare azioni promozionali e commerciali turistiche
- Gestire e sviluppare progetti di offerta turistica. Conoscere ed utilizzare le tecniche di comunicazione e promozione del turismo.
- Utilizzare gli aspetti legislativi e normativi che regolano le imprese turistiche a livello nazionale e regionale.
- Analizzare gli aspetti organizzativi di un'attività turistica.
- Gestire un'impresa turistica.
- Analizzare il processo di sviluppo turistico, il suo diverso impatto sull'ambiente naturale e sul tessuto socio-culturale ed economico di un territorio in particolare di quello calabro.
- Affrontare e sviluppare le tecniche di una ricerca o indagine statistica con riferimento alle tematiche del turismo.
- Saper analizzare elementi di storia greca e romana.
- Salvaguardare e valorizzare il patrimonio culturale calabro.
- Utilizzare gli strumenti informatici più appropriati nel campo della grafica multimediale turistica.
- Utilizzare la rete Internet come mezzo per la promozione turistica.
- Utilizzare le soluzioni software per la gestione, la lettura e l'analisi dei dati relativi al turismo e/o ai servizi turistici.
- Distinguere in modo chiaro gli scopi e gli usi della grafica vettoriale da quella a mappa di bit (bitmap) oltre le sostanziali differenze nell'operare con l'una piuttosto che con l'altra.
- Utilizzare gli strumenti informatici più appropriati nel campo della grafica per produrre materiale turistico cartaceo comunicativo e di alto impatto grafico.
- Utilizzare il codice HTML e i CSS per realizzare contenuti turistici accessibili ed usabili da diffondere attraverso il web.
- Utilizzare un editor HTML visuale quale Macromedia Dreamweaver al fine di trasformare un layout grafico in una pagina web.
- Integrare le pagine HTML di script in linguaggio Javascript.
- Far indicizzare efficacemente le pagine web da parte dei motori di ricerca quindi conoscere i parametri che influenzano tale attività.
- Sfruttare gli strumenti esistenti e predisposti in rete per la comunicazione fornitori/clienti: blog, forum, ecc
- Saper sfruttare le forme di finanziamento pubblico e le procedure operative per realizzare un progetto d'impresa orientato ai servizi nel settore turistico.

## Sbocchi occupazionali

La figura professionale formata ha un'ampia possibilità di impiego in strutture turistiche di diverso tipo e dimensione:

- alberghi o catene alberghiere,
- agenzie di viaggio,
- aziende turistiche,
- tour operator,



- centri congressuali,
- aziende di servizi e/o di informazione turistica,
- uffici pubblici (assessorati al turismo),
- filiali di grandi imprese turistiche,
- agenzie pubblicitarie,
- centri culturali, ricreativi, sportivi,
- musei archeologici.

Inoltre, il progetto ha una forte valenza imprenditoriale e pone le basi per la creazione di imprese nel settore turistico.

## Area di riferimento

L'area di riferimento del master è il turismo negli aspetti legati al marketing ed alla comunicazione multimediale.

## Tipologia del corso di studi

Il corso di studi si configura come Master non universitario

## Requisiti di accesso

Per partecipare al corso in oggetto occorre essere in possesso di laurea conseguita secondo le regole del vecchio ordinamento o di laurea specialistica/magistrale conseguita secondo le regole del nuovo ordinamento.

## Programma Didattico

Moduli	Unità didattiche
<b>1. Orientamento iniziale</b>	1.1 Accoglienza
<b>2. Competenze di base</b>	2.1 Lingua inglese tecnico/turistica 2.2 Tecnologie informatiche e Telematiche 2.3 La sicurezza nei luoghi di lavoro
<b>3. Geografia del turismo</b>	3.1 Geografia del turismo in Calabria
<b>4. Statistica del turismo</b>	4.1 Statistica del turismo (con particolare riferimento al contesto calabro)
<b>5. Archeologia e Storia dell'arte greca e romana</b>	5.1 Archeologia e Storia dell'arte greca e romana
<b>6. Tutela e valorizzazione dei beni culturali</b>	6.1 Norme generali di tutela e valorizzazione dei beni culturali
<b>7. L'impresa turistica</b>	7.1. Legislazione del turismo 7.2. Economia e gestione dell'impresa turistica 7.3. Organizzazione delle aziende turistiche 7.4. Marketing dell'impresa turistica 7.5. Tecniche di comunicazione e di promozione dell'offerta turistica
<b>8. Gestione dei dati turistici</b>	8.1. Database per la gestione turistica 8.2. Analizzare i dati con Excel
<b>9. Elaborazione grafica di progetti turistici</b>	9.1 La grafica in teoria 9.2 La grafica Vettoriale

Moduli	Unità didattiche
	9.3 La grafica Bitmap 9.4 Grafica multimediale con power point 8.3. Realizzazione di un locandina per la promozione turistica della Regione Calabria
<b>10. Reti di calcolatori</b>	10.1 Introduzione alle reti 10.2 Struttura della rete delle reti
<b>11. Promozione turistica usando Internet</b>	11.1 Accessibilità ed usabilità dei siti web 11.2 Dreamweaver 11.3 CSS 11.4 Javascript 11.5 Strumenti per la comunicazione web 11.6 Tecniche d'indicizzazione 11.7 Realizzazione di un sito per la promozione del turismo
<b>12. Orientamento finale</b>	12.1 Creazione d'impresa nel settore turistico 12.2 Tecniche di ricerca attiva del lavoro
<b>13. Stage</b>	Stage
<b>14. Esami</b>	Esami

### **Modulo n. 1 ORIENTAMENTO INIZIALE**

#### Obiettivi:

Orientare gli allievi in entrata al percorso formativo e porre le basi per un positivo avvio delle attività di formazione.

Illustrare il patto formativo del progetto e valutare le competenze in ingresso degli allievi.

Trasmettere le competenze comunicative, relazionali, decisionali, di problem solving, di negoziazione, ecc., che sono essenziali per trasformare il sapere tecnico in una prestazione lavorativa efficace.

#### Contenuti didattici:

##### U.D. 1.1 Accoglienza

- Presentare il coordinatore come unico canale di comunicazione e le sue funzioni all'interno del percorso formativo
- illustrare il percorso formativo e le finalità corsuali
- definire il patto formativo ossia gli obiettivi di ciascuna unità didattica e in generale del corso e confrontarli con le aspettative esplicitate dai partecipanti.
- presentare le modalità e i tempi di verifica dei risultati raggiunti con il patto formativo,
- presentare la figura professionale in uscita
- presentare il corpo docente,
- presentare gli allievi e verificare se esistono dei problemi alla frequenza
- presentare l'importanza dello stage come trampolino di lancio per il mondo del lavoro
- illustrare il Bic Omega e l'attività che svolge, soffermandosi sulla certificazione qualità e cosa questa comporti (procedure per la richiesta di eventuali rimborsi, segnalazione eventuali guasti, segnalazione eventuali reclami, schede di monitoraggio dell'attività, ecc.)
- presentare le misure di accompagnamento quali lo "Sportello Lavoro" del Bic Omega successivamente alla conclusione del corso finalizzata alla segnalazione

dei nominativi degli allievi, previa autorizzazione, alle aziende che ne fanno richiesta

## **Modulo n. 2 COMPETENZE DI BASE**

### Obiettivi:

Fornire agli allievi le abilità produttive e ricettive della lingua inglese legate alla vita quotidiana, alla formazione ma soprattutto al luogo di lavoro. Acquisire il linguaggio tecnico proprio del settore turistico.

Conoscere l'architettura di un moderno sistema di calcolo, saperne analizzare tutte le componenti principali, i sistemi operativi e ed pacchetti applicativi più diffusi.

Fornire agli allievi le conoscenze inerenti la sicurezza sui luoghi di lavoro, in particolare la legge 626/94.

### Contenuti didattici:

#### U.D. 2.1 Lingua inglese tecnico/turistica

Questa unità didattica vuole fornire ai discenti competenze tecniche e linguistiche volte alla comprensione ed analisi di testi specialistici. Ciò avverrà attraverso la riflessione sull'uso del lessico impiegato nei siti internet di lingua inglese che trattano temi inerenti lo specifico settore turistico. Verranno realizzate letture di testi specializzati e materiale promozionale con verifiche della comprensione (Skimming/scanning). Verranno forniti glossari tecnici specializzati. Si realizzeranno test di vocabolario e lessico specifico, verrà studiata la fraseologia tipica dell'accoglienza, le richieste/ risposte di informazioni.

#### U.D. 2.2 Tecnologie informatiche e telematiche

Architettura di un sistema di calcolo: struttura generale, il processore, la memoria, il bus di sistema, memorie di massa, slot e schede di espansione;

Dispositivi di I/O periferico: panoramica sui dispositivi connessi I/O, possibilità di condivisione dei dispositivi di I/O;

Concetto di sistema operativo, i sistemi operativi sul mercato e le loro differenze.

Multitasking, plug and play, multi utenza;

Concetto di cartella (directory) e file, procedure per creare ed eliminare una cartella, per copiare (taglia, copia ed incolla), rinominare, visualizzare ed eliminare file;

Finestre e loro caratteristiche; Menù ed icone; Attivazione e disattivazione di programmi;

L'uso delle principali utility previste nel sistema operativo;

Impostazione e controllo delle principali variabili del sistema: desktop, periferiche, stampanti;

La comunicazione fra i PC: il modem, le operazioni di trasferimento dati, collegamenti ad internet.

#### U.D. 2.3 La sicurezza sui luoghi di lavoro

- Introduzione e il quadro normativo: destinatari delle norme; responsabilità e deleghe; le disposizioni e gli obblighi dei preposti e degli addetti al servizio di prevenzione e protezione.
- Il rischio e la sua prevenzione: il pericolo: il rischio e la prevenzione; l'infortunio e le malattie professionali.;
- L'organizzazione della prevenzione in azienda: le figure della prevenzione; l'organizzazione aziendale; la gestione dell'emergenza; la consultazione e la partecipazione; la formazione e l'informazione dei lavoratori

## **Modulo 3: GEOGRAFIA DEL TURISMO**

### Obiettivi:

Fornire agli studenti una adeguata conoscenza del complesso sistema di interrelazioni orizzontali e umane che influiscono sulla organizzazione dello spazio turistico e di



delineare le strategie di gestione più idonee per la valorizzazione delle risorse turistiche di un territorio in un corretto rapporto con l'ambiente.

Analizzare il processo di sviluppo turistico, il suo diverso impatto sull'ambiente naturale e sul tessuto socio-culturale ed economico di un territorio in particolare di quello calabro, indicando, il contributo che una corretta pianificazione turistica potrebbe dare allo sviluppo sostenibile del territorio.

### Contenuti

#### U.D. 3.1 Geografia del turismo

Dal tempo libero al turismo. Il turismo attivo. La circolazione turistica: tipi, informazioni, promozione, tecnologie. Le risorse ricreative. Le risorse ricreative. Il turismo passivo: aspetti strutturali e dinamici.: attori, strategie e forme del processo di sviluppo turistico. L'impatto socio-economico della turisticizzazione. Sviluppo turistico e ambiente. I nuovi schemi logico-interpretativi dello spazio turistico: i modelli relativi alla circolazione turistica; i modelli strutturali; i modelli evolutivi. Aspetti e problemi del turismo in Calabria. Lettura e l'interpretazione di una carta turistica.

### **Modulo 4 : STATISTICA DEL TURISMO**

#### Obiettivi:

Affrontare e sviluppare le tecniche di una ricerca o indagine statistica con riferimento alle tematiche del turismo. Saranno analizzate le principali fonti di dati relative al fenomeno turistico, il loro contenuto, la loro validità e comparabilità, illustrati i metodi statistici più adatti e le elaborazioni statistiche più opportune per comprendere la problematica del turismo.

I partecipanti avranno le nozioni basilari per lo studio statistico di informazioni e dati di tipo turistico, in modo da evidenziare le caratteristiche principali di una distribuzione di dati.

Le nozioni apprese consentiranno ai partecipanti di elaborare le principali fonti statistiche utilizzabili, in modo da poter effettuare l'analisi del fenomeno turistico come fenomeno collettivo.

Gli allievi saranno capaci di utilizzare tali fonti nei processi decisionali e gestionali dell'impresa turistica, effettuando le rilevazioni e le rielaborazioni di base in riferimento ai principali indicatori riguardanti il fenomeno turistico.

Queste nozioni sono alla base dell'impostazione delle strategie di prodotto e promozione.

#### Contenuti:

#### U.D. 4.1 Statistica del turismo

##### INTRODUZIONE:

Il sistema statistico del turismo. Statistiche dell'attività ricettiva. Statistiche sulla spesa turistica.

Lo studio dei fenomeni collettivi

Le fasi della rilevazione dei dati. La classificazione delle rilevazioni. Gli strumenti di rilevazione: il questionario. Sistemazione dei dati in tabelle. Stesura della relazione finale.

##### L'ANALISI DEI DATI STATISTICI SUL TURISMO:

Misure di tendenza centrale e locazione: valore medio, mediana moda, quantili (quartili, decili, percentili), trimedia, il semi-intervallo, il semiquartile. I fogli elettronici per l'analisi dei dati. Elementi di base di un foglio elettronico. La gestione dell'area di lavoro.

L'impostazione delle formule: le funzioni matematiche e statistiche.

##### LA VARIABILITA' DEI FENOMENI TURISTICI:



Misure di dispersione: scostamento semplice medio, scarto quadratico medio, asimmetria e kurtosi, varianza. L'impiego dello scarto quadratico medio nella curva normale o di Gauss.

**PRINCIPALI INDICATORI DEL FENOMENO TURISTICO E LE FONTI STATISTICHE UFFICIALI:**

Il Sistema Statistico Nazionale (SISTAN). Le fonti statistiche ed amministrative nazionali e le fonti internazionali. Analisi della qualità dei dati (Attendibilità dei dati e loro comparabilità temporale e territoriale). La ricerca in internet. Indicatori dell'offerta turistica, Indicatori del flusso turistico, indicatori di utilizzazione degli esercizi ricettivi.

### **Modulo 5: ARCHEOLOGIA E STORIA DELL'ARTE GRECA E ROMANA**

#### Obiettivi:

Trasmettere allo studente un concetto chiaro dell'archeologia del mondo e delle società greche, nelle loro articolazioni culturali e politico-amministrative, con particolare riguardo alla cultura materiale e alle esperienze architettoniche e figurative. Proporre un modello d'indagine attraverso un'esemplificazione pratica di approccio alle tematiche dei processi di urbanizzazione, monumentalizzazione e di formazione delle culture figurative.

#### Contenuti:

##### U.D. 5.1 Archeologia e storia dell'arte greca e romana

A. Storia della ricerca archeologica.

B. Storia dell'arte greca e romana dal periodo geometrico al tardo antico.

### **Modulo 6: VALORIZZAZIONE DEI BENI CULTURALI**

#### Obiettivi:

Rendere gli allievi competenti ed esperti nella salvaguardia e valorizzazione del patrimonio culturale calabro.

Fornire ai partecipanti tutte le informazioni giuridiche, storico-artistiche, ambientali, metodologiche e tecnico-operative, utili a consentire di operare in qualsiasi situazione.

#### Contenuti:

##### U.D. 6.1 "Norme generali di tutela e valorizzazione dei beni culturali"

Ordinamento internazionale. Cenni sull'Ordinamento comunitario. Cenni sulle Organizzazioni internazionali. Cooperazione internazionale per la protezione dei beni culturali. Circolazione ed esportazione dei beni culturali. Problematiche connesse alla tutela ed alla valorizzazione dei beni culturali (Furti d'arte, Conflitti internazionali ed interni, Operazioni di peace keeping, Calamità, Inquinamento etc.). Convenzioni di l'Aja del 1954, di Parigi del 1970 e del 1972. Nuovi sviluppi per la legislazione internazionale per la protezione dei beni culturali. La legislazione italiana dei beni culturali, dalla L. n. 1089/1939 al Testo Unico D. Lgs. 29.10.99 n. 490. Esempi di valorizzazione di beni culturali.

### **Modulo n. 7 L'IMPRESA TURISTICA**

#### Obiettivi:

Conoscenza degli strumenti di marketing turistico per lo sviluppo di azioni promozionali e commerciali

Competenze per la gestione e lo sviluppo di progetti di offerta turistica

Analisi e valutazione della soddisfazione del cliente finale



Conoscenza degli aspetti legislativi e normativi che regolano le imprese turistiche a livello nazionale e regionale

Conoscenza degli aspetti organizzativi di un'attività turistico-alberghiera, agenziale e di trasporti

Conoscenza dei principali criteri economici per una corretta gestione di un'impresa turistico-alberghiera ed agenziale.

#### Contenuti:

##### U.D.7.1 Legislazione del turismo

Normativa relativa alle attività turistiche, con lo studio dei rapporti contrattuali e privatistici e di quelli di diritto pubblico caratterizzanti lo specifico settore economico.

In particolare:

Contratto di albergo; responsabilità dell'albergatore per le cose consegnate e portate in albergo; contratti di allotment; contratti di organizzazione ed intermediazione di viaggio; convenzione di Bruxelles e D.L. 17 marzo 95 n.111 (attuazione della direttiva n. 90/314/CE concernente i viaggi, le vacanze ed i circuiti tutto compreso) locazione alberghiera e di interesse turistico e affitto di aziende alberghiere; contratto di trasporto; regolamento CEE sull'Overbooking aereo; titoli di credito e documenti di legittimazione di interesse turistico; Legge Quadro sul turismo – 25 marzo 2001 n. 135 "Riforma della legislazione nazionale sul turismo"; organizzazione turistica pubblica centrale; ENIT; organizzazione turistica regionale e subregionale ; sistemi turistici locali; legislazione regionale in materia turistica; normative comunitarie in materia turistica.

##### U.D.7.2 Economia e gestione dell'impresa turistica

Il concetto di azienda ed i suoi caratteri fondamentali.

La gestione dell'impresa turistica La struttura degli investimenti e dei finanziamenti

L'economicità e le condizioni di equilibrio del sistema d'impresa con particolare riferimento alle aziende turistiche.

##### U.D.7.3 Organizzazione delle aziende turistiche

Settore Aziende di viaggio e trasporto: Lineamenti generali delle imprese del sistema agenziale e di trasporto; definizione e ruolo delle imprese di viaggi e trasporti ; principali modelli organizzativi e le figure professionali tipiche delle agenzie di viaggio.

Il sistema agenziale: gli operatori – Tour Operator – agenzie dettaglianti – agenzie incoming;

Le reti di vendita, sistemi telematici di prenotazione dei servizi turistici.

Trasporto aereo; l'organizzazione della IATA; charter e voli di linea; trasporto ferroviario; trasporto marittimo.

Settore alberghiero ed extra alberghiero: Organizzazione alberghiera; tipologie e strutture alberghiere; classificazione alberghiera nazionale ed internazionale; forme di servizio e trattamento alberghiero; prenotazione alberghiera; regime commissionale convenzionale.

##### U.D. 7.4 Marketing dell'impresa turistica

Caratteristiche dell'attività di marketing, le principali tecniche di segmentazione e posizionamento; il ciclo di vita del prodotto turistico; i fattori che compongono il marketing mix delle imprese turistiche; i criteri di impostazione della politica di prodotto e dei prezzi. L'informatica a supporto della funzione di marketing.

Project work: analisi di un piano aziendale concreto per definire un piano di marketing turistico – alberghiero, costruzione di un pacchetto turistico.

##### U.D. 7.5 Tecniche di comunicazione e promozione dell'offerta turistica



Metodologie e strumenti di elaborazione di un piano di comunicazione. Teorie e tecniche delle comunicazioni individuali, di gruppo, di massa; creazione e sviluppo di un media planning globale e coerente; la mobilitazione interna, leva della comunicazione esterna; dai supporti di vendita al direct marketing; dalla pubblicità alle promozioni; il cyber marketing; la comunicazione efficace su internet. Metodologia di tecnica pubblicitaria; studio del linguaggio pubblicitario; studio del sistema di comunicazione globale; azioni di pubblicità, promozioni e relazioni.

### **Modulo n. 8 GESTIONE DEI DATI TURISTICI**

#### Obiettivi:

Le soluzioni software per la gestione, la lettura e l'analisi dei dati relativi al turismo e/o ai servizi turistici.

#### Contenuti didattici:

##### U.D. 8.1 Database per la gestione turistica

Progettazione di una base di dati: il concetto di archivio, il vantaggio degli archivi elettronici, il modello relazionale, il concetto di entità, attributo e le tipologie di relazione, il passaggio dal diagramma E/R al modello logico, la normalizzazione.

Realizzazione della base di dati: creazione delle tabelle, i tipi di dati, definizione di chiave primaria, importazione e collegamento di tabelle esterne.

Realizzazione di query di selezione, di join. Realizzazione di query di comando: Accodamento, Aggiornamento e Eliminazione. Eseguire calcoli con le query.

Realizzare maschere e Report. Creazione di macro ed assegnazione ad eventi.

Realizzazione di un pannello di comandi.

##### U.D. 8.2 Analizzare i dati con Excel

Acquisire i dati da fonti esterne (Access). Creare e gestire le cartelle e fogli di lavoro. Realizzare tabelle. Funzionalità di riempimento e serie. Usare la formattazione condizionale per la rappresentazione dei dati. Formattazione automatica delle tabelle. Uso delle funzioni, definizione di funzioni personalizzate. Uso del filtro automatico. Grafico e tabella pivot. Rappresentazione grafica dei dati.

### **Modulo n. 9 ELABORAZIONE GRAFICA DI PROGETTI TURISTICI**

#### Obiettivi:

Conoscere le nozioni basilari sulla grafica in formato elettronico e quindi le sostanziali differenze tra i vari formati di file in special modo tra quelli compressi e non.

Comprendere la teoria dei colori e le differenze tra RGB e CMYK.

Distinguere in modo chiaro gli scopi e gli usi della grafica vettoriale da quella a mappa di bit (bitmap) oltre le sostanziali differenze nell'operare con l'una piuttosto che con l'altra. Utilizzare gli strumenti informatici più appropriati nel campo della grafica per produrre materiale turistico cartaceo comunicativo e di alto impatto grafico.

#### Contenuti didattici:

##### U.D. 9.1 La grafica in teoria

La grafica in teoria; La composizione dei colori; Gli stili grafici; Come progettare una pagina grafica efficace; Esercitazioni.

##### U.D. 9.2 La grafica Vettoriale

Esposizione dei concetti propri di un programma di disegno vettoriale;

Tecniche per la realizzazione di grafica vettoriale: - disegno vettoriale, - tecniche di realizzazione degli oggetti, - composizione dei colori, - curve di Bezier, - tecniche complesse di blending, morphing, embedding e gradient filling;



Uso dei programmi di servizio di Illustrator: manipolazione del testo, - Streamline: vettorializzazione di immagini raster;

#### U.D. 9.3 La grafica Bitmap

Esposizione dei concetti e delle metodologie relative al trattamento digitale e di immagini acquisite tramite scanner e/o foto camera digitale.

Fotoritocco di immagini;

Gli strumenti di Photoshop: Pennelli, Aerografo, Timbro, Clone, Penna, Gomma, Secchiello, ecc.

Gestione delle immagini: ridimensionamento, saturazione, luminosità contrasto.

Uso dei livelli

Fusione di immagini tramite maschere: effetto rilievo, effetto bagliore ecc.

Strumento testo e i livelli testo, differenze tra testo vettoriale e testo bitmap.

Vettorializzazione delle immagini: realizzazione di tracciati.

#### U.D. 9.4 Grafica multimediale con Power Point

Interfaccia del programma. Layout di visualizzazione. Aggiungere slide alla presentazione, selezionare o modificare il layout della slide. Aspetto grafico del progetto: selezione ed applicazione di un modello di presentazione. Definizione di un proprio modello di presentazione. Inserire testi personalizzati. Definire animazioni personalizzate, modificare i tempi di animazione manualmente. Gestire gli effetti di transizione diapositiva. Definizione dei pulsanti di comando e dei collegamenti ipertestuali. Registrazione di intervalli. Uso ed applicazioni di suoni, commenti o colonna sonora. Esportare la presentazione per un CD.

#### U.D. 9.5 Realizzazione di un progetto grafico per la promozione turistica

Progettare e realizzare una locandina per la promozione del turismo nella Regione Calabria sfruttando gli strumenti di progettazione di grafica vettoriale e bitmap.

### **Modulo n. 10 RETI DI CALCOLATORI**

#### Obiettivi:

Comprendere il principio di funzionamento delle reti informatiche ed i vantaggi che queste apportano nell'ambiente lavorativo: condivisione delle informazioni e gestione delle risorse. Tipologie di indirizzi IP, il DNS, il web server. Tipologie di connessioni ad Internet: PSTN, ISDN, xDSL. Interazione Client/Server e Peer to Peer

#### Contenuti didattici:

##### U.D. 10.1 Introduzione alle reti

Le tipologie di rete: LAN, MAN e WAN. Le tipologie di connessione: doppino telefonico, cavo coassiale, fibra ottica e wireless. Interazione Client/Server e peer to peer. Condivisione ed amministrazione dei servizi e delle risorse.

##### U.D. 10.2 Struttura della rete delle reti

I fornitori di accesso alla rete globale. Le tipologie di connessione ad Internet: PSTN, ISDN, xDSL. Tipologie e classi di indirizzi IP. I domini ed il DNS. Il web server.

### **Modulo n. 11 PROMOZIONE TURISTICA USANDO INTERNET**

#### Obiettivi:



Conoscere e utilizzare il codice HTML e i CSS per realizzare contenuti turistici accessibili ed usabili da diffondere attraverso il web.

Utilizzare un editor HTML visuale quale Macromedia Dreamweaver al fine di trasformare un layout grafico in una pagina web.

Integrare le pagine HTML di script in linguaggio Javascript.

Far indicizzare efficacemente le pagine web da parte dei motori di ricerca quindi conoscere i parametri che influenzano tale attività.

Sfruttare gli strumenti esistenti e predisposti in rete per la comunicazione fornitori/clienti: blog, forum, ecc

#### Contenuti didattici:

##### U.D. 11.1 Accessibilità ed usabilità dei siti web

Definizione di accessibilità. Differenze tra accessibilità ed usabilità. Lo standard W3C, WAI. La legge Stanca sull'accessibilità. Gli strumenti per verificare l'accessibilità di un contenuto web.

##### U.D. 11.2 Dreamweaver

- Creazione di un semplice documento HTML;
- Modifica di un documento HTML;
- Paragrafi, stili, liste;
- Link a URL, mail ed ancore interne;
- Caratteri speciali;
- Definizione di moduli: FORM, INPUT, RADIO, SELECT;
- Gli attributi Background e Bgcolor, colori e texture;
- I meta tag;
- Le tabelle ed i livelli: differenza tra sito table less e no.

##### U.D. 11.3 CSS

Realizzare CSS in linea, esterni ed embedded. Usare i CSS per la formattazione del testo. Usare i CSS per gestire i livelli e la grafica della pagina. Realizzare CSS Weel-formed.

##### U.D. 11.4 Javascript

- Inserire e richiamare script;
- Inclusione di script esterni;
- Funzioni, oggetti e metodi e proprietà;
- Oggetti: navigator, window, document (DOM – Document Object Model);
- Gestire gli eventi.

##### U.D. 11.5 Strumenti per la comunicazione web

Funzionamento di un blog.

Creazione di un blog.

Uso degli RSS e degli Aggregatori.

Differenza tra un blog, una chat ed un forum.

##### U.D. 11.6 Tecniche d'indicizzazione

I motori di ricerca e le directory. La scelta delle chiavi per il proprio sito. La scelta del nome del dominio. I file robots.txt. Il page rank. La link popularity Le landing pages. Gli strumenti per migliorare la visibilità nei motori di ricerca: Ad-words, Ad-sense.

##### U.D. 11.7 Realizzazione di un sito per la promozione del turismo



Realizzare un sito accessibile ed usabile per la pubblicizzazione e diffusione di informazioni e materiale turistico attraverso il web. Progettazione dell'interfaccia grafica. Montaggio dell'interfaccia grafica. Creazione dei contenuti. Pubblicazione, indicizzazione e pubblicizzazione.

## **Modulo n. 12 ORIENTAMENTO FINALE**

### Obiettivi:

Orientamento alle forme di lavoro dipendente per il futuro inserimento professionale degli allievi formati.

Conoscere le forme di finanziamento pubblico e le procedure operative per realizzare un progetto d'impresa orientato ai servizi nel settore turistico.

### Contenuti didattici:

#### U.D. 12.1 Creazione d'impresa nel settore turistico

- La figura dell'imprenditore e la "missione" aziendale.
- Essere imprenditori oggi: competenze e capacità previsionali e organizzative.
- Capacità di problem solving;
- La pianificazione strategica; -Analisi economica e finanziaria; -Creazione di nuove imprese (mezzi, finanziamenti, buone prassi);
- Le leggi che favoriscono l'imprenditorialità femminile;
- Il Business plan

#### U.D. 12.2 Tecniche di ricerca attiva del lavoro

- La definizione degli obiettivi e la pianificazione della ricerca: impostazione di un progetto professionale individuale per la ricerca attiva di lavoro, individuare conoscenze, requisiti formativi ed attitudinali richiesti per una determinata professione.
- La ricerca delle opportunità: la costruzione di un archivio di contatti utili, interpretare e gestire gli annunci di lavoro sulla stampa e su Internet, interpretare i bandi di concorso: analisi delle tecniche di adesione e progettazione della fase preparatoria.
- La gestione della candidatura: stesura di un curriculum vitae personale mirato alle diverse opportunità individuate strategie e metodi aziendali per la selezione del personale (test, questionari, prove di gruppo) i colloqui di selezione del personale: modalità generali di gestione di un colloquio ed analisi dei contenuti specifici di un colloquio.

## **Modulo n. 13 STAGE**

### Obiettivi:

Lo stage permetterà agli allievi di acquisire esperienza aziendale sulle materie cursuali in modo che il confronto con problemi applicativi consolidi le conoscenze acquisite durante il percorso formativo. Consentirà, inoltre, di avere una formazione più vicina a quelle che sono le richieste reali delle imprese.

### Contenuti didattici:

L'attività di stage permette ai corsisti di integrarsi con il mondo del lavoro, sperimentando la possibilità di lavorare in squadra, di stimolare le proprie doti di intraprendenza e il proprio spirito critico nonché di applicare concretamente sul campo le conoscenze di base, trasversali e professionalizzanti acquisite. Il periodo di stage, vista la sua importanza, poiché riesce ad avvicinare gli allievi al mondo del lavoro, verrà preceduto da una pluralità di azioni grazie alle quali verrà stabilito un collegamento tra la formazione teorico-pratica e l'addestramento al lavoro.



## **Modulo n. 14 ESAMI FINALI**

### Obiettivi:

L'esame finale ha come obiettivo quello di riconoscere agli allievi, al termine del percorso formativo, l'attività svolta attraverso il conseguimento della dello specifico attestato master.

### Contenuti didattici:

L'esame di compone di una prova scritta di una prova pratica e di una prova orale.

## **Calendario e sede di svolgimento**

Il corso ha la durata di 1208 ore pari a 8 mesi circa e si svolgerà presumibilmente dal 02 aprile 2007 al 06 dicembre 2007.

Le attività formative, della durata di 640 ore, si svolgeranno presso la sede del Bic Omega srl, sita in Zona Industriale, Ancarano (TE). Il periodo indicativo di svolgimento delle attività formative va dal 02/04/2007 al 03/08/2007.

Le attività di stage, della durata di 560 ore, si svolgeranno essenzialmente presso agenzie turistiche e strutture ricettive della Regione Calabria ma anche di altre Regioni Italiane in cui il turismo rappresenta un settore importante per lo sviluppo territoriale. Lo stage si svolgerà presumibilmente dal 27/08/2007 al 04/12/2007.

Le lezioni saranno sospese per una settimana durante il periodo di vacanze pasquali e per 3 settimane nel mese di agosto.

Al termine delle ore di stage, sono previste ulteriori 8 ore da dedicare agli esami finali (giorni 05/12/2007 e 06/12/2007).

## **Sistemi di verifica e di monitoraggio dell'apprendimento**

Durante l'attività di formazione in aula/laboratorio, al termine di ogni unità didattica, i docenti predispongono delle verifiche scritte composte da test a risposta multipla e/o delle prove pratiche volte a rilevare gli apprendimenti degli studenti.

### Il corretto svolgimento della fase di stage viene monitorato attraverso:

- la presenza del tutor aziendale e del coordinatore che assisteranno l'allievo durante tutto il percorso di tirocinio permettendogli di affrontare serenamente ogni problematica che dovesse manifestarsi;
- la predisposizione di questionari di valutazione della soddisfazione dei tirocinanti e delle aziende ospitanti;
- la predisposizione della relazione finale dello stagista che metterà in evidenza aspetti positivi e difficoltà incontrate durante lo stage nonché permetterà di presentare un lavoro svolto durante il corso;
- un registro presenza di ogni singolo allievo, in cui vengono riportate le attività giornalmente svolte e i mezzi utilizzati, nonché un giudizio ad opera del tutor stage.

### E' prevista una verifica finale dell'apprendimento che si realizzerà come segue:

1. Predisposizione di una prova orale che verterà sulle materie professionalizzanti del corso e sulla relazione finale predisposta dagli allievi.
2. Svolgimento di una prova pratica attraverso la realizzazione di un progetto che ha l'obiettivo di stabilire il grado di autonomia e di abilità conseguito dall'allievo.



3. Svolgimento di una prova scritta consistente in tests a risposte aperte e/o chiuse inerenti tutte le materie trattate nel corso con particolare riguardo a quelle professionalizzanti.

### **Certificazione**

Al termine del master, dopo l'esame finale e a seguito di una frequenza non inferiore all'80% del monte ore corso, verrà rilasciato un attestato di conseguimento del "Master in tecnologie multimediali nel turismo" con l'indicazione delle ore complessive di frequenza, delle materie oggetto del corso, delle competenze acquisite e della votazione finale riportata.

### **Costo complessivo**

Il costo complessivo del master (corrispondente al costo di iscrizione) è di € 12.000,00.

### **Modalità di Iscrizione**

La domanda di iscrizione, corredata da copia di un documento di identità in corso di validità, potrà essere consegnata a mano oppure spedita, tramite raccomandata A/R (fa fede la data del timbro postale) o tramite fax, entro e non oltre il 30/03/2007 al

B.I.C. OMEGA S.r.l.  
Zona Industriale – 64010 Ancarano (TE)

Fax. n. 0861/86246

Per maggiori informazioni:

Tel. 0861/80561

[www.bicomega.it](http://www.bicomega.it)

E-mail: [bicomega@bicomega.it](mailto:bicomega@bicomega.it)

