

Programma di Laboratorio di Accoglienza Turistica svolto nella classe 5^

IL Marketing alberghiero

- ***Concetti fondamentali (marketing mix),***
- ***L'albergo verso il marketing;***

Il marketing in albergo

- 1. L'analisi del mercato;***
- 2. L'individuazione del target;***
- 3. Fair share e market share;***
- 4. Specificità del marketing alberghiero;***
- 5. Il prodotto e i prezzi dei servizi alberghieri;***
- 6. L'analisi della soddisfazione del cliente.***

Il web marketing

- ***L'importanza di Internet;***
- ***Gli strumenti del web marketing;***
- ***Il sito web dell'Hotel:***
 - 1. I requisiti indispensabili;***
 - 2. Il posizionamenti sui motori di ricerca;***
 - 3. Le statistiche dei visitatori.***
- ***La web reputation.***

Il piano marketing

- ***Analisi della situazione di marketing:***
 - 1. Descrizione del contesto economico generale;***
 - 2. Descrizione del mercato di riferimento;***
 - 3. Descrizione delle caratteristiche del prodotto;***
 - 4. Descrizione della concorrenza;***
 - 5. Descrizione dei sistemi di distribuzione.***
- ***Analisi dei punti di forza/debolezza e delle minacce/opportunità (SWOT Analysis);***
- ***Obiettivi di marketing;***
- ***Strategie di marketing;***
- ***Piani d'azione;***
- ***Budget;***

- *Sistemi di controllo.*

La sicurezza e protezione della salute nei luoghi di lavoro

- *Controllo della sicurezza negli alberghi;*
- *La sicurezza antincendio ed elettrica; mezzi ed impianti antincendio;*
- *Automazione degli impianti e della gestione;*
- *Il dvr di un front office d'albergo.*

Il Pricing Alberghiero

- *Le tariffe: evoluzione e quadro normativo;*
- *La diversificazione tariffaria;*
- *Tariffe: costi e ricavi:*
 1. *Calcolo del costPar;*
 2. *L'up-selling;*
 3. *Il cross-selling.*
- *Il revenue manager;*
- *Gli indici di performance alberghiera e la bottom rate*

I canali di distribuzione nella vendita dei servizi alberghieri

- *Le tipologie dei canali di distribuzione;*
- *Le caratteristiche del canale breve;*
- *Il canale diretto on line;*
- *Il canale medio indiretto:*
 1. *Le funzioni delle imprese di viaggio;*
 2. *I rapporti tra l'agenzia e l'azienda alberghiera;*
 3. *Altre forme di collaborazione tra agenzie e alberghi;*
 4. *Il calcolo della provvigione.*
- *Il canale indiretto on line*

Il ruolo di internet nel settore turistico

- *Gli intermediari on line;*
- *I contratti di collaborazione con le OTA;*
- *I channel manager e le principali funzionalità:*

La qualità in albergo

- *Il sistema di qualità*
 1. *Concetti fondamentali;*
 2. *L'albergo verso la qualità;*
 3. *Il ciclo di Deming.*

- *La certificazione e i marchi di qualità*

1. *La certificazione di qualità;*
2. *I marchi di qualità.*

L'albergatore e le leggi

- *Apertura e cessazione di un'attività ricettiva:*

1. *La procedura di apertura dell'attività;*
2. *I contenuti della SCIA;*
3. *L'accessibilità della struttura;*
4. *Il regime di liberalizzazione delle tariffe;*
5. *La chiusura dell'attività.*

- *Regolamentazione dei rapporti con il cliente:*

1. *Il contratto d'albergo;*
2. *La caparra;*
3. *La notifica dei clienti in arrivo;*
4. *Trattamento dei dati personali;*
5. *Responsabilità sulla sottrazione o danneggiamento dei beni;*
6. *Responsabilità nella cura e incolumità degli ospiti;*
7. *Privilegio sui beni portati in albergo a garanzia del credito;*
8. *L'imposta di soggiorno;*
9. *Le comunicazioni ISTAT.*

- *La classificazione alberghiera:*

1. *L'evoluzione della normativa nazionale;*
2. *Il Decreto Ministeriale del 21/10/2008;*
3. *Armonizzazione a livello Europeo.*

La Direzione dell'albergo

- *La professione del Direttore d'albergo:*

- a. *Le mansioni;*
- b. *Le competenze;*
- c. *La formazione.*

- *La gestione delle risorse umane:*

- a. *Il personale come fattore competitivo;*
- b. *Il fenomeno dell'outsourcing.*