

3.4.1.2.2 - Organizzatori di convegni e ricevimenti

Le professioni classificate in questa unità organizzano convegni, conferenze e ricevimenti garantendo accoglienza, socialità e servizi ai convenuti.

Evoluzione del ruolo professionale nel settore Turismo

Nel medio termine, saranno chiamati a progettare e curare le attività di promozione degli eventi, facendo un uso sempre maggiore di media innovativi per la comunicazione.

Dovranno progettare e mettere a disposizione servizi di assistenza sul territorio in particolare con la collaborazione dei produttori locali. Collaboreranno alla progettazione delle scenografie degli eventi e all'introduzione delle innovazioni tecnologiche.

Compiti innovati

- dedicare un'attenzione crescente alla introduzione delle innovazioni tecnologiche per la presentazione dei contenuti dello spazio espositivo;
- curare le scenografie degli spazi in cui vengono realizzati gli eventi, aggiungendo elementi sempre più creativi e prestare consulenza per la "regia" dell'evento.

Compiti nuovi

- prestare assistenza e curare sempre più in maniera diretta la promozione dell'evento anche attraverso processi di integrazione a valle, erogando servizi di consulenza al cliente e indicando i migliori canali per la comunicazione promozionale;
- fornire informazioni alla clientela per una sempre più corretta attività di segmentazione e indicando i canali di distribuzione dell'evento più idonei;
- fornire informazioni e curare i dettagli anche all'esterno dell'evento, organizzando anche i momenti di relax e di convivialità;
- fornire assistenza sul posto per favorire lo sviluppo di contatti produttivi fra partecipanti e produttori territoriali.

A fronte delle innovazioni e delle novità che si prevede saranno introdotte nell'esercizio della professione, l'intero sistema di competenze subirà dei cambiamenti. In particolare sono 15 le competenze individuate come caratterizzanti il Turismo nel medio periodo. Queste potranno rivelarsi molto importanti, mediamente importanti, scarsamente importanti o non influenti rispetto all'esercizio del ruolo professionale. Lo schema che segue riepiloga in forma sinottica il quadro delle 15 competenze indicando la rilevanza o meno, per ognuna di esse, per l'unità professionale degli Organizzatori di convegni e ricevimenti.

3.4.1.2.2 - Organizzatori di convegni e ricevimenti

e ristorazione

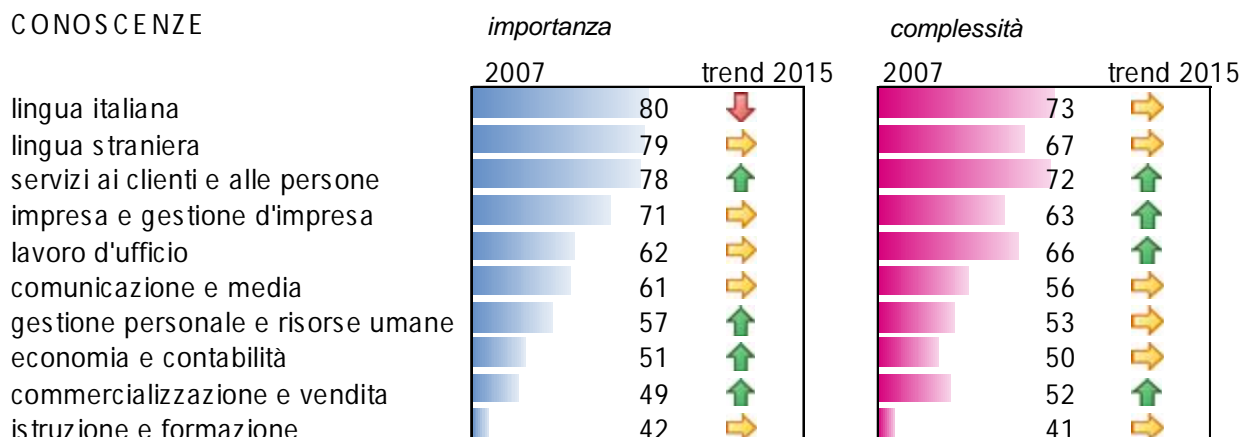
COMPETENZE

1	Essere in grado di definire le strategie e gli obiettivi della comunicazione via web ai diversi mercati e consumatori finali	B
2	Essere in grado di scegliere i linguaggi e i contenuti della comunicazione per la presentazione dei prodotti sul web	C
3	Essere in grado di definire e attuare le modalità di contatto dei segmenti target attraverso il web (e di gestire i rapporti via web con gli utenti del sito aziendale e con gli utenti dei blog)	A
4	Essere in grado di monitorare tendenze, individuare cambiamenti ed evoluzioni nei gusti del pubblico che utilizza la rete e definire "valori" della qualità per diversi segmenti – target	A
5	Essere in grado di declinare le tendenze di cambiamento in ipotesi di prodotto turistico e di nuovi servizi e costruire offerte e pacchetti di offerte ingegnerizzando il packaging e i possibili punti di assemblaggio da parte dei clienti	C
6	Essere in grado di valutare l'apporto dei fornitori alla creazione del valore aziendale (analisi della supply chain)	C
7	Essere in grado di definire le norme e le modalità di funzionamento per favorire la creazione e sviluppo di sistemi integrati territoriali per le produzioni turistiche	X
8	Essere in grado di effettuare analisi territoriali per la individuazione degli elementi a potenziale sviluppo turistico	B
9	Essere in grado di monitorare la formazione della percezione della qualità da parte dei clienti nei diversi momenti del ciclo produttivo	A
10	Essere in grado di applicare le tecniche di revenue management e di definire il sistema per ottimizzare i rendimenti aziendali	A
11	Essere in grado di costruire sistemi gestionali di controllo per il monitoraggio delle modalità di creazione dei flussi di costo e ricavo	A
12	Essere in grado di effettuare l'analisi organizzativa aziendale per la ripartizione e la delega di compiti e obiettivi	A
13	Essere in grado di formare i propri collaboratori anche durante lo svolgimento delle attività lavorative	C
14	Essere in grado di rendere flessibile la propria organizzazione aziendale per essere pronta a recepire nuovi prodotti e attivare/modificare i propri processi	A
15	Essere in grado di progettare l'andamento dei flussi di costo e di ricavo a sostegno delle attività aziendali e per la realizzazione di prodotti "coerenti"	C

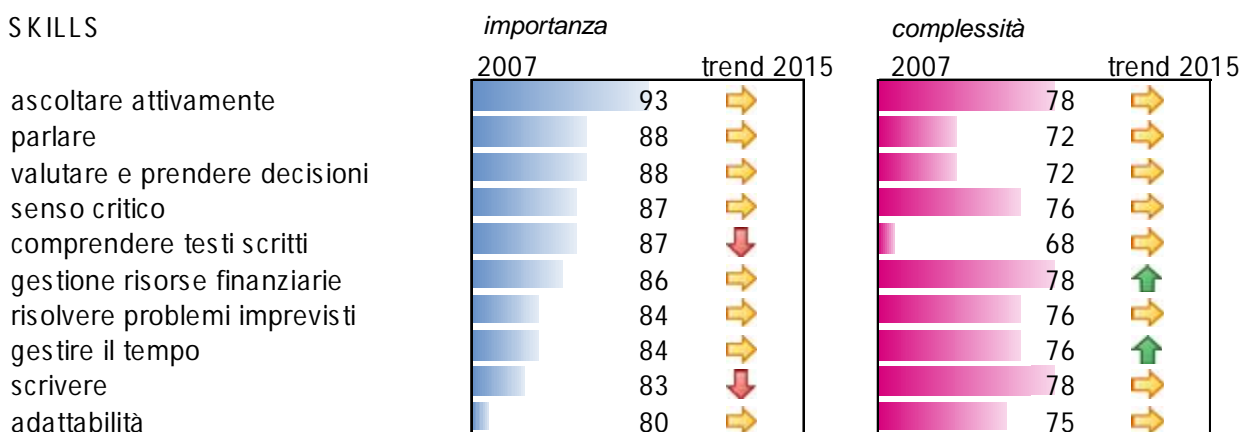
A	molto importante
B	mediante importante
C	scarsamente importante
X	non influente rispetto al ruolo

Tendenze del cambiamento rispetto alla rappresentazione attuale della Unità Professionale^(*)

CONOSCENZE



SKILLS



<i>Legenda</i>	
Crescita	↑
Stabilità	→
Declino	↓

^(*) Ci si riferisce agli esiti della prima edizione della indagine campionaria sulle professioni condotta da Isfol e Istat terminata nel 2007. I risultati sono disponibili sul sito <http://fabbisogni.isfol.it>. Dei 10 descrittori utilizzati per indagare la struttura professionale, nell'ambito della anticipazione dei fabbisogni professionali sono stati selezionati come benchmark gli esiti rilevati rispetto a Conoscenze e Skill in quanto aree sensibili per gli interventi di formazione. Nel quadro dell'indagine le *conoscenze* - sono insiemi strutturati di informazioni, principi, pratiche e teorie necessari al corretto svolgimento della professione. Si acquisiscono attraverso percorsi formali (istruzione, formazione e addestramento professionale) e/o con l'esperienza; le *skills* - sono insiemi di procedure e processi cognitivi generali che determinano la capacità di eseguire bene i compiti connessi con la professione. Si tratta, in particolare, di processi appresi con il tempo e che consentono di trasferire efficacemente nel lavoro le conoscenze acquisite

L'*importanza* - è un valore percentuale risultante dalle valutazioni degli intervistati facenti parte della specifica UP, rispetto ad una scala valoriale su 5 livelli, da Non importante ad Assolutamente importante

La *complessità* - è un valore percentuale risultante dalle valutazioni degli intervistati facenti parte della specifica UP, rispetto ad una scala valoriale su 7 livelli con ancoraggi esemplificativi del livello di complessità crescente ed esemplificative delle conoscenze o skills che l'UP deve possedere

Indicazioni per il sistema dell'*education*

I Professional Congress Organizer (PCO) operano o come titolari di proprie aziende specializzate in questo ambito produttivo o come professionisti singoli o, in ultimo, come dipendenti di aziende specializzate nel settore, spesso agenzie di viaggi che hanno focalizzato la propria attività nella organizzazione di eventi complessi.

La complessità e l'eterogeneità dei mercati in cui si deve muovere un PCO presuppone una formazione superiore, preferibilmente a livello universitario di natura economico/aziendalistica. Sono naturalmente da preferire i corsi di laurea per il settore del turismo, che in Italia sono ormai estremamente numerosi. Per l'esercizio della professione può essere sufficiente una laurea triennale, con un curriculum di studio che deve necessariamente avere degli aspetti tecnico/organizzativi relativi al particolare ambito produttivo. La preparazione teorica deve essere approfondita anche con un congruo periodo di esperienza professionale da maturare in un'azienda che operi anche con l'estero.

La formazione e gli interventi di aggiornamento consigliabili nel medio periodo riguardano i seguenti ambiti:

- evoluzione dei mercati turistici: i bisogni e i nuovi modelli di consumo
- marketing turistico;
- internet marketing nel business dell'ospitalità,
- mercati, le evoluzioni del turismo e i canali di distribuzione di prodotti turistici.
- costruzione della comunicazione via Web: caratteristiche e linguaggi;
- relazioni contrattuali con i clienti e con la distribuzione di prodotti turistici;
- tecniche e metodi per la organizzazione di viaggi taylor made;
- sistema di qualità per le produzioni turistiche;
- metodi di analisi dei dati gestionali interni per l'assunzione delle decisioni strategiche;
- metodi e tecniche di controllo delle modalità di creazione dei flussi economici aziendali;
- gestione degli acquisti nel Food & Beverage;
- gestione del Food & Beverage;
- prodotti e caratteristiche della produzione per persone disabili.