
SCHEMA DEL CORSO FUTOUR E QUADRO DI APPRENDIMENTO PER LO SVILUPPO DELLE COMPETENZE DIGITALI NEL TURISMO E NELL'OSPITALITÀ



Finanziato dall'Unione europea. I punti di vista e le opinioni espresse sono tuttavia esclusivamente quelli dell'autore o degli autori e non riflettono necessariamente quelli dell'Unione europea o dell'Agenzia esecutiva per l'istruzione e la cultura (EACEA). Né l'Unione Europea né l'EACEA possono essere ritenute responsabili.





Contenuti

1. Introduzione.....	3
1.1 Introduzione al progetto FuTour e obiettivi principali.....	3
1.2 Pubblico di riferimento.....	3
1.3 Finanza.....	4
1.4 Partner.....	4
2. Progettisti didattici.....	5
2.1 Identificare le esigenze di apprendimento.....	5
2.2 Determinare gli obiettivi di apprendimento.....	6
2.3 Progettare l'architettura dell'apprendimento - struttura e sequenze.....	7
2.4 Creare esperienze di apprendimento coinvolgenti e d'impatto.....	29
2.5 Sviluppare materiali didattici.....	31
3. Appendice.....	32
3.1 Materiale didattico:.....	32
Inglese.....	32
Greco.....	32
Polacco.....	32
Italiano.....	32



1. Introduzione

1.1 Introduzione al progetto FuTour e obiettivi principali

Il progetto "FuTour" è un consorzio che mira a promuovere il turismo sostenibile e digitale migliorando la formazione e la pianificazione della carriera degli operatori del settore. In linea con la politica turistica dell'UE, il progetto si concentra sul sostegno all'istruzione e alla formazione professionale (IFP) nel settore turistico per ridefinirsi e adottare strategie innovative. L'obiettivo è quello di dotare gli IFP degli ultimi aggiornamenti, tendenze, metodi e strumenti, consentendo loro di progettare curricula e corsi autentici che preparino i futuri professionisti a essere competitivi e occupabili nel settore turistico.

Ponendo l'accento sulle competenze e le abilità digitali, il progetto consente agli studenti di creare percorsi di carriera indipendenti e di successo nell'industria del turismo, garantendo un reddito sostenibile e il benessere socio-economico. Le conoscenze acquisite comprenderanno anche metodi verdi e sostenibili, contribuendo in ultima analisi a superare le crisi economiche del settore turistico.

L'approccio poliedrico e completo adottato dal progetto consentirà agli IFP di accedere a intuizioni, curricula e programmi preziosi, riducendo le duplicazioni e le perdite di tempo. Di conseguenza, i discenti acquisiranno una prospettiva olistica sullo sviluppo della loro carriera nel settore del turismo, promuovendone la forza, la sostenibilità e la resilienza. Grazie all'ampia portata geografica del progetto, i modelli e le soluzioni proposte hanno il potenziale per arricchire le competenze del turismo digitale al di là delle regioni coinvolte, mostrando l'importanza delle alte tecnologie sia nelle regioni metropolitane che in quelle meno conosciute, aumentando così la visibilità e i benefici economici per tutti gli attori coinvolti.

Il settore turistico è molto frammentato e i sottosettori come i trasporti, l'alloggio, la ristorazione e i servizi alla persona sono tutti soggetti a sfide e opportunità molto diverse quando si tratta di digitalizzazione. Ci sono differenze significative nelle capacità delle risorse umane, diversi livelli di consapevolezza e variazioni nelle competenze digitali. Inoltre, nel sistema turistico, le sfide e le opportunità che le singole imprese incontrano si amplificano, si distorcono e si amplificano sia negli ecosistemi aziendali che a livello collettivo di destinazione (Digitalisation in Tourism, European Commission's EASME).

1.2 Pubblico di riferimento

Il kit di formazione fornisce una comprensione del ruolo vitale del turismo digitale ai fornitori di IFP nel settore del turismo e dell'ospitalità. I destinatari diretti sono gli erogatori di IFP nel settore del turismo e dell'ospitalità, mentre i destinatari indiretti sono gli studenti, i professionisti e gli esperti e altri soggetti che non hanno un background diretto nel settore del turismo e dell'ospitalità, ma che desiderano aggiornare le proprie conoscenze per i propri scopi (individuali) solo sulla base dell'autoapprendimento.



1.3 Finanza

Il Training Kit è il risultato del progetto FuTour sostenuto dalla Commissione europea nell'ambito del **programma Erasmus +**:



Co-funded by
the European Union

Finanziato dall'Unione europea. I punti di vista e le opinioni espresse sono tuttavia esclusivamente quelli dell'autore o degli autori e non riflettono necessariamente quelli dell'Unione europea o dell'Agenzia esecutiva per l'istruzione e la cultura (EACEA). Né l'Unione Europea né l'EACEA possono essere ritenute responsabili.

1.4 Partner

I partner del progetto sono i seguenti:

- Gewerkstatt (Germania), <https://qbsgewerkstatt.de/> - coordinatore del progetto,
- Ctl Eurocollege, www.ctleuro.ac.cy, (Cipro),
- CONOSCENZA ASSERTITA, <https://www.asserted.eu/>, (Grecia),
- Zespol Szkol Morskich w Darlowie, <https://www.zsm.darlowo.pl/>, (Polonia), e
- CFPCEMON, <https://cfpcemon.it/>, (Italia).

Per maggiori informazioni sui partner del progetto: <http://www.futour.erasmusplus.website/about>



2. Progettisti didattici

2.1 Identificare le esigenze di apprendimento

I kit di formazione per gli IFP, sviluppati dai partner di "FuTour", ruotano attorno alla costruzione di una comprensione completa ed equilibrata della digitalizzazione nel settore del turismo e dell'ospitalità, promuovendo al contempo abilità e competenze che consentano ai discenti di affrontare le sfide e capitalizzare le opportunità presentate dalle tecnologie digitali. Per raggiungere l'obiettivo, sono state prese in considerazione le seguenti esigenze di apprendimento per creare una struttura completa di moduli.

Consapevolezza e comprensione della digitalizzazione: È necessario aumentare la consapevolezza e la comprensione dei fornitori di istruzione e degli studenti del settore turistico sull'importanza della digitalizzazione. Ciò include la comprensione dell'impatto e delle implicazioni delle tecnologie digitali sui vari sottosettori del turismo, come il marketing, i trasporti, l'alloggio, i ristoranti, la ristorazione e i servizi alla persona.

Abilità e competenze digitali: A causa delle significative variazioni nelle competenze digitali tra gli individui e le imprese del settore turistico, è necessario migliorare le abilità e le competenze digitali degli studenti. Ciò comporta la necessità di dotarli degli strumenti, delle pratiche e dei metodi più recenti relativi alla digitalizzazione nel settore del turismo e dell'ospitalità.

Adattabilità e flessibilità: Gli studenti devono sviluppare adattabilità e flessibilità per far fronte alla natura dinamica delle tecnologie digitali e al loro impatto sul settore turistico. Ciò include l'apertura ad accogliere le tendenze emergenti e i modelli di business in evoluzione.

Identificare le opportunità di digitalizzazione: I fornitori di formazione devono mettere i discenti in condizione di identificare le opportunità di digitalizzazione all'interno dei rispettivi sottosettori e aziende. Ciò può comportare il riconoscimento del potenziale non sfruttato e di approcci innovativi per migliorare la presenza e l'efficienza digitale.

Digitalizzazione sostenibile e responsabile: È necessario sottolineare l'importanza delle pratiche di digitalizzazione sostenibile e responsabile nel settore turistico. Ciò include la prevenzione dell'eccesso di turismo e la promozione di iniziative eco-compatibili che siano in linea con la responsabilità ambientale e sociale.

Miglioramento dell'occupabilità: Il corso dovrebbe concentrarsi sul miglioramento dell'occupabilità dei discenti, dotandoli di competenze e conoscenze pratiche rilevanti per il panorama



digitalizzato dell'industria turistica. Ciò può comportare la preparazione a vari ruoli e posizioni all'interno del settore che richiedano alfabetizzazione digitale e adattabilità.

2.2 Obiettivi di apprendimento determinati

Il Training Kit for VET fornisce una comprensione completa della digitalizzazione e della sua applicazione nel settore del turismo, dell'ospitalità e dei fornitori di servizi. Al termine della formazione, i discenti potranno:

- Esploreranno il concetto di turismo digitale e il suo sviluppo storico, l'evoluzione e le manifestazioni nel tempo. Discuteranno criticamente le questioni relative alla governance, all'etica e alle normative del turismo digitale nel contesto dell'industria turistica.
- Differenziare le varie forme di turismo digitale e analizzare le implicazioni della digitalizzazione sul turismo, sull'ospitalità e sui fornitori di servizi. Attraverso un'auto-riflessione critica, i partecipanti valutano le proprie azioni e le implementazioni pianificate per il turismo digitale, valutando i risultati e imparando dalle esperienze.
- Imparare a comunicare efficacemente le proprie intuizioni attraverso strategie didattiche innovative. Attingendo a diverse prospettive teoriche e di ricerca, gli studenti miglioreranno la loro comprensione del turismo digitale e svilupperanno le proprie teorie di apprendimento e pratica.

Il Kit di formazione contiene il Manuale e il Corso di apprendimento.

Il manuale è una guida supplementare per i discenti che partecipano al corso di apprendimento. A differenza dei contenuti dettagliati forniti nel corso, il manuale fornisce una panoramica concisa e facile da usare dei concetti chiave, degli obiettivi e della struttura del corso. È un punto di partenza per i discenti per capire cosa studieranno durante il corso.

I contenuti didattici sono presentati attraverso una serie di "presentazioni in Power Point". Queste presentazioni consistono in diapositive che contengono informazioni visive e testuali. Ogni presentazione si concentra su un particolare argomento o modulo del corso. Le presentazioni in Power Point offrono un modo strutturato e visivamente accattivante per trasmettere informazioni dettagliate ai discenti. Il Manuale funge da introduzione o panoramica, fornendo un'ampia panoramica o un riassunto di ciò che il corso comporta, mentre le Presentazioni in Power Point approfondiscono le specifiche di ogni argomento o modulo trattato nella formazione. I discenti possono trovare spiegazioni più dettagliate e discussioni su ogni concetto nella sezione dei commenti associata a ogni diapositiva. Questa impostazione garantisce ai discenti l'accesso sia a una panoramica concisa che a dettagli esaurienti, man mano che procedono nell'esperienza di apprendimento.

Il kit di formazione è composto da 12 unità, disponibili online al LINK {.....}. Le unità sono strutturate in modo da fornire agli erogatori di IFP un ampio corpus di materiale teorico e di attività in classe tra cui scegliere quando gli istruttori progettano i propri corsi. Tutte le unità offrono letture



consigliate e riferimenti aggiornati che il discente può seguire per migliorare sia le conoscenze che l'esperienza.

La sequenza delle unità è la seguente:

Unità 1. La politica verde dell'UE: Preparare il terreno per un futuro sostenibile.

Unità 2. Il turismo dopo Covid 19

Unità 3. Strategia di digitalizzazione per gli erogatori di IFP negli Stati membri dell'UE

Unità 4. Educazione digitale per il turismo

Unità 5. Competenze umane digitali per il turismo

Unità 6. Formazione digitale per i fornitori di IFP: Caso di studio - Vasilis Travel

Unità 7. La formazione digitale per gli educatori I.: Nuove tendenze nell'IFP

Unità 8. Formazione digitale per gli educatori II.: Blended Learning nell'IFP

Unità 9. Formazione digitale per gli educatori III.: Nuovi metodi di insegnamento nell'IFP

Unità 10. Quadri per il turismo del futuro: Insegnare a gestire la crisi digitale.

Unità 11. Quadri per il turismo del futuro: come trovare e seguire le tendenze attuali.

Unità 12. Quadri per il turismo del futuro: come creare la propria identità digitale e migliorare il proprio lavoro.

2.3 Progettare l'architettura dell'apprendimento - struttura e sequenze

Le relazioni brevi per ogni unità, compresa la descrizione delle valutazioni in classe, i risultati di apprendimento e l'elenco dei riferimenti, sono presentate nella sezione seguente del manuale.

Unità 1. La politica verde dell'UE: Preparare il terreno per un futuro sostenibile

In questo capitolo, i discenti approfondiranno gli obiettivi, i principi e le strategie di attuazione della politica verde dell'UE, concepita per affrontare le pressanti sfide ambientali del nostro tempo. L'unità mira ad aumentare la consapevolezza dell'impatto delle attività umane sull'ambiente e a sottolineare l'urgente necessità di pratiche sostenibili.



Il capitolo tratta diversi aspetti chiave della politica verde dell'UE, tra cui gli sforzi per ridurre le emissioni di gas serra, promuovere l'uso di fonti di energia rinnovabili, migliorare l'efficienza energetica e proteggere la biodiversità. Gli studenti esploreranno la natura multiforme di queste iniziative e ne comprenderanno l'importanza per il raggiungimento di un futuro sostenibile.

Inoltre, il capitolo approfondisce il quadro giuridico e normativo su cui si basa la politica verde dell'UE. Gli studenti studieranno le direttive e i regolamenti che guidano e modellano le politiche ambientali all'interno dell'Unione Europea.

Per migliorare l'esperienza di apprendimento, il capitolo incorpora casi di studio coinvolgenti e attività interattive. Questi esempi di vita reale ed esercizi pratici forniscono agli studenti spunti pratici e permettono loro di approfondire la comprensione dell'impatto della politica verde dell'UE su vari settori e regioni.

Alla fine di questo capitolo, gli studenti avranno acquisito una solida base sulla politica verde dell'UE e sul suo ruolo nell'aprire la strada a un futuro sostenibile. Saranno dotati delle conoscenze e della consapevolezza necessarie per analizzare criticamente le questioni ambientali e contribuire allo sviluppo di soluzioni sostenibili nelle loro comunità e oltre.

Riferimenti:

- Behrens, A. e Liu, Z. (2020). Implicazioni del Green Deal europeo per il settore energetico.
- Boldrin, A., Maragnani, A., & Rigamonti, L.
- Valutazione della strategia europea per le materie plastiche nell'economia circolare: Dalla retorica alla realtà. *Risorse, conservazione e riciclaggio*, 161, 104942
- Delbeke, J. e Vis, P. (2019). Il Green Deal europeo: un pacchetto di politiche ambizioso ma fattibile per affrontare i cambiamenti climatici e le disuguaglianze. *Climate Policy*, 19(8), 969-974.
- Jepma, C. e van der Gaast, W. (2020). Il Green Deal europeo: le sfide per le industrie ad alta intensità energetica. *Energy Transitions*, 2(1), 33-42.
- Fondazione europea per il clima. Raggiungere l'obiettivo di neutralità climatica dell'UE - Priorità politiche per una transizione di successo.
- Commissione europea. L'offerta verde europea. Recuperato da https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/european-green-deal_en
- Commissione europea. Legge sul clima dell'UE. Recuperato da https://ec.europa.eu/clima/policies/eu-climate-action/law_en
- Commissione europea. Strategia sulla biodiversità per il 2030 - Riportare la natura nelle nostre vite. Recuperato da https://ec.europa.eu/environment/strategy/biodiversity-strategy-2030_en
- Commissione europea. Natura 2000 - la più grande rete di aree protette d'Europa. Recuperato da <https://ec.europa.eu/environment/nature/natura2000/>
- Commissione europea. Piano d'azione dell'UE - Per la natura, le persone e l'economia. Recuperato da https://ec.europa.eu/environment/nature/biodiversity/strategy/index_en.htm#eu-biodiversity-strategy-to-2030
- Commissione europea. Programma LIFE - Finanziamenti per la natura e la biodiversità. Recuperato da <https://ec.europa.eu/environment/life/>



- Commissione europea. Piano d'azione per l'economia circolare. Recuperato da https://environment.ec.europa.eu/strategy/circular-economy-action-plan_en
- Commissione europea. Strategia sulla biodiversità per il 2030. Recuperato da https://ec.europa.eu/environment/strategy/biodiversity-strategy-2030_en
- Commissione europea. Strategia Farm to Fork. Recuperato da https://ec.europa.eu/food/farm2fork_en
- Commissione europea. Strategia per la mobilità sostenibile e intelligente. Recuperato da https://ec.europa.eu/transport/themes/mobility-strategy_en
- Agenzia europea dell'ambiente. Relazione sullo stato dell'ambiente. Recuperato da <https://www.eea.europa.eu/soer>
- Ufficio europeo dell'ambiente. Economia circolare in Europa: Priorità d'azione. Recuperato da <https://eeb.org/library/circular-economy-in-europe-priorities-for-action/>
- Eurostat. Statistiche ambientali. Recuperato da <https://ec.europa.eu/eurostat/web/environment>
- Fondazione Ellen MacArthur. L'economia circolare in Europa: spunti dalla Fondazione Ellen MacArthur. Recuperato da <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/publications>
- Ufficio europeo dell'ambiente (EEB). Rassegna dell'attuazione ambientale dell'UE. Recuperato da <https://eeb.org/european-environmental-implementation-review-eir/>
- Consiglio europeo per le energie rinnovabili
- Hirth, L., Ueckerdt, F., & Edenhofer, O. (2020). Impatto occupazionale della transizione verso le energie rinnovabili in Europa - prove da un approccio macro-micro. *Journal of Cleaner Production*, 270, 122194.
- Banca europea per gli investimenti (BEI). Clima e ambiente. Recuperato da <https://www.eib.org/en/topics/climate-environment>
- Parlamento europeo). Un Green Deal europeo. Recuperato da <https://www.europarl.europa.eu/factsheets/en/sheet/141/a-european-green-deal>
- Parlamento europeo. Raggiungere l'obiettivo della neutralità climatica - Stato di avanzamento dei negoziati. Cortei dei conti europea). Il Green Deal europeo: sfide e opportunità. Recuperato da https://www.eca.europa.eu/Lists/ECADocuments/RESEARCHPAPER20_08/RESEARCHPAPER20_08_EN.pdf
- Consiglio europeo. Conclusioni sul Green Deal europeo. Recuperato da <https://www.consilium.europa.eu/en/press/press-releases/2019/12/13/european-council-conclusions-on-the-european-green-deal/>
- Istituto per le Politiche Ambientali Europee (IEEP)). Valutazione del Green Deal europeo. Recuperato da <https://ieep.eu/publications/assessing-the-european-green-deal>
- Gruppo intergovernativo sui cambiamenti climatici (IPCC). Cambiamento climatico 2021: The Physical Science Basis. Recuperato da <https://www.ipcc.ch/report/ar6/wg1/>
- Agenzia Internazionale dell'Energia (AIE). Politiche energetiche dei Paesi AIE: Unione Europea. Recuperato da <https://www.iea.org/reports/energy-policies-of-iea-countries-european-union-2020-review>
- Il nostro mondo in dati. Impatto ambientale degli alimenti. Recuperato da <https://ourworldindata.org/environmental-impacts-of-food>
- Vomiero, M. (2020). La direttiva sulle plastiche monouso dell'Unione europea: Ambiziosa e adeguata? *Journal for European Environmental & Planning Law*, 17(2), 165-175.
- Programma delle Nazioni Unite per l'Ambiente (UNEP). Rapporto sul divario di emissioni. Recuperato da <https://www.unep.org/emissions-gap-report-2020>
- UNEP. Fare pace con la natura: A Scientific Blueprint to Tackle the Climate, Biodiversity, and Pollution Emergencies. <https://www.unep.org/resources/making-peace-nature>
- Fondo mondiale per la natura (WWF). Rapporto sul pianeta vivente. Recuperato da https://wwf.panda.org/knowledge_hub/all_publications/living_planet_report_2020/



- Centro di diritto e politica ambientale di Yale. Indice di performance ambientale. Recuperato da <https://epi.yale.edu/>

Unità 2. Il turismo dopo Covid 19

In questo capitolo, i discenti esploreranno la profonda crisi che l'industria del turismo ha affrontato a causa della pandemia globale di Covid-19 e il suo impatto di vasta portata sul settore. Il capitolo analizza i cambiamenti e gli sviluppi che sono emersi a seguito di questa crisi e approfondisce le tendenze, le tendenze, le sfide e le esigenze che hanno plasmato il settore.

Nel corso dell'unità, gli studenti conosceranno le buone pratiche emerse in risposta alla crisi. Questi esempi di resilienza, adattabilità e innovazione forniranno lezioni preziose e ispirazione per la ripresa e la crescita futura dell'industria turistica.

Il capitolo si concentrerà anche sulla proposta di soluzioni per il rilancio e la ripresa del turismo nell'era post-pandemica. Il turismo digitale, che sfrutta la tecnologia e le piattaforme online, sarà esplorato come mezzo per adattarsi e prosperare nel nuovo paesaggio. Inoltre, le pratiche di turismo sostenibile saranno enfatizzate come una componente vitale per la resilienza a lungo termine e la gestione dell'ambiente.

Man mano che i discenti procedono nel capitolo, ampio spazio sarà dedicato alle discussioni e alle attività. Questi elementi interattivi incoraggeranno il pensiero critico, la collaborazione e la risoluzione creativa dei problemi. Impegnandosi attivamente con il materiale, i discenti potranno acquisire una comprensione completa delle sfide e delle opportunità che l'industria del turismo deve affrontare e contribuire all'esplorazione di potenziali soluzioni.

Alla fine di questo capitolo, gli studenti avranno una solida conoscenza della crisi che ha colpito l'industria del turismo, dei cambiamenti avvenuti e delle strategie necessarie per la ripresa e il successo futuro. Sono dotati di intuizioni e strumenti preziosi per navigare nel panorama in evoluzione dell'industria turistica, abbracciando approcci digitali e sostenibili per promuovere la resilienza e la crescita.

Riferimenti:

- Airey, D., & Tribe, J. (Eds.). (2022). *Cibo, bevande e turismo: Dal terroir alla gastronomia*. Channel View Publications.
- Buhalis, D., & Leung, R. (Eds.). (2023). *Tecnologie dell'informazione e della comunicazione nel turismo 2023: Proceedings of the International Conference in Dubai, UAE, January 23-26, 2023*. Springer.
- Deloitte. (2023). *Prospettive globali del settore viaggi e ospitalità 2023: Rimodellare il settore per il futuro*. Recuperato da <https://www2.deloitte.com/global/en/pages/consumer-business/articles/global-travel-hospitality-outlook.html>.
- Dias, Á., & Machado, C. (2022). *Ricostruzione del turismo dopo la pandemia COVID-19: Il caso del Portogallo*. *Current Issues in Tourism*, 1-18.



- Taskforce DMO Turismo Futuro. (2022). Il turismo oltre il 2022: un quadro per la ripresa. Recuperato da <https://www.destinationmarketing.org/sites/default/files/2022-04/DMO%20Tourism%20Futures%20Taskforce%20Report%20Final.pdf>
- Dredge, D., & Gyimóthy, S. (Eds.). (2023). Turismo e trasformazione digitale: Impatti e sfide. Channel View Publications.
- Commissione europea per i viaggi (ETC). (2023). Relazione trimestrale sul turismo europeo: Q4/2022. Recuperato da <https://etc-corporate.org/quarterly-report-on-european-tourism/>
- Garante europeo della protezione dei dati
- Gretzel, U. e Yoo, K. H. (2022). I robot nell'ospitalità e nel turismo: Applicazioni, implicazioni e direzioni di ricerca future. *Journal of Travel Research*, 00472875211066262.
- Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2023). Turismo intelligente: Fondamenti e sviluppi. In *Information and Communication Technologies in Tourism 2023* (pp. 1-10). Springer.
- Liu, Z., Li, X. e Liang, X. (2022). Progettare esperienze turistiche persuasive: Un quadro di riferimento per i marketer delle destinazioni. *Journal of Destination Marketing & Management*, 20, 100713.
- McKinsey & Company. (2022). Ripensare viaggi e turismo per il mondo post-COVID-19. Recuperato da <https://www.mckinsey.com/industries/travel-logistics-and-transport-infrastructure/our-insights/rethinking-travel-and-tourism-for-the-post-covid-19-world>
- McKinsey & Company. (2023). Viaggi e turismo dopo la COVID-19: Navigare sulla via della ripresa. Recuperato da <https://www.mckinsey.com/industries/travel-transport-and-logistics/our-insights/travel-and-tourism-after-covid-19-navigating-the-path-to-recovery>
- Meng, B., Hall, C. M., & Scott, D. (2022). Co-creazione di prodotti turistici esperienziali: Opportunità e sfide per le organizzazioni di gestione delle destinazioni. *Journal of Travel Research*, 00472875221103366.
- Nguyen, H. T. H., & Nguyen, T. H. (2022). Il potenziale della realtà virtuale nel migliorare le esperienze turistiche: Un caso di studio sul Vietnam. *Journal of Tourism and Hospitality Management*, 29(1), 21-33.
- Scott, D., Hall, C. M., & Gössling, S. (2023). Transizioni del turismo sostenibile: Una tabella di marcia per la trasformazione. *Journal of Sustainable Tourism*, 31(1), 1-19.
- La Banca Mondiale. (2022). Risposte delle politiche turistiche al Coronavirus (COVID-19). Recuperato da <https://www.worldbank.org/en/topic/tourism/brief/covid-19-tourism-policy-responses>
- Wang, D. e Xiang, Z. (2022). Destinazioni turistiche intelligenti: Migliorare la competitività della destinazione. *Journal of Destination Marketing & Management*, 100667. doi: 10.1016/j.jdmm.2022.100667
- Xiang, Z., Du, Q., Ma, Y. e Fan, W. (2022). La trasformazione digitale nel settore dei viaggi: Una revisione e una sintesi. *Journal of Travel Research*, 00472875221080714.
- Zhang, J., & Xie, P. F. (2022). Ripresa e resilienza del turismo nell'era post-COVID: Uno studio comparativo tra Cina ed Europa. *Journal of Destination Marketing & Management*, 12, 100719. doi: 10.1016/j.jdmm.2021.100719
- Zhang, Y., Li, X. e Zhang, X. (2022). Come la tecnologia robotica migliora la qualità percepita del servizio nell'industria dell'ospitalità: Uno studio sull'esperienza degli ospiti dell'hotel. *Journal of Travel Research*, 00472875221124468.

Unità 3. Strategia di digitalizzazione per gli erogatori di IFP negli Stati membri dell'UE

Questo capitolo approfondisce il tema cruciale della strategia di digitalizzazione per gli istituti di istruzione e formazione professionale (IFP) negli Stati membri dell'Unione Europea (UE). Con i rapidi



progressi della tecnologia e la crescente importanza delle competenze digitali nella forza lavoro moderna, la necessità di abbracciare la trasformazione digitale è diventata fondamentale per gli istituti di istruzione e formazione professionale.

Il capitolo inizia con un'esplorazione approfondita della trasformazione digitale, evidenziandone il significato e l'impatto sul settore dell'istruzione e della formazione professionale. Si discute di come le tecnologie digitali abbiano rivoluzionato vari aspetti dell'istruzione, tra cui la progettazione dei curricula, i metodi didattici, le tecniche di valutazione e i processi amministrativi. Il capitolo sottolinea che gli erogatori di IFP devono adattarsi a questi cambiamenti per rimanere rilevanti e preparare efficacemente gli studenti alle esigenze dell'era digitale.

Il capitolo si concentra sulla formulazione di una strategia di digitalizzazione completa per gli erogatori di IFP. Il capitolo analizza le componenti e le considerazioni chiave che dovrebbero essere prese in considerazione nello sviluppo di tale strategia. Vengono esaminati in dettaglio fattori quali lo sviluppo delle infrastrutture, l'integrazione di strumenti e risorse digitali, la formazione e l'aggiornamento degli insegnanti e i meccanismi di supporto agli studenti. Il capitolo sottolinea l'importanza di allineare la strategia di digitalizzazione con gli obiettivi generali dell'istituto di IFP.

Inoltre, il capitolo approfondisce gli aspetti politici e programmatici della strategia di digitalizzazione nel settore dell'istruzione e della formazione professionale. Esamina il ruolo delle politiche nazionali e comunitarie nel plasmare e guidare la trasformazione digitale dei fornitori di IFP. Il capitolo esplora le iniziative politiche, i meccanismi di finanziamento e i quadri normativi che supportano l'adozione delle tecnologie digitali nell'IFP. Discute inoltre le sfide e le considerazioni politiche che i responsabili politici e gli erogatori di IFP devono affrontare per garantire il successo dell'implementazione delle strategie di digitalizzazione.

Nel corso del capitolo vengono presentati casi di studio reali e buone pratiche provenienti da vari Stati membri dell'UE, per fornire spunti pratici e ispirazione agli erogatori di IFP che desiderano sviluppare e attuare le proprie strategie di digitalizzazione.

Il capitolo si conclude con una sintesi delle principali indicazioni e raccomandazioni per gli erogatori di IFP, i responsabili politici e gli stakeholder coinvolti nella definizione del futuro digitale dell'istruzione e della formazione professionale nell'UE.

Riferimenti:

- Berger, T.; Frey, C.B. Digitalizzazione, occupazione e convergenza in Europa: strategie per colmare il divario di competenze. Rapporto di ricerca della Oxford Martin School. 2016. Disponibile online: https://www.oxfordmartin.ox.ac.uk/downloads/reports/SCALE_Digitalisation_Final.pdf
- Caruncho, V.F. Effetti della pandemia COVID-19 sui giovani durante la transizione dalla scuola alla formazione e al lavoro in Germania. In Effetti della pandemia COVID-19 sull'istruzione e la formazione professionale: International Perspectives of Policy Makers and Practitioners; BIBB: Bonn, Germania, 2022.



- Piano d'azione per l'istruzione digitale (2021-2027) (senza data) Spazio europeo dell'istruzione. Disponibile all'indirizzo: <https://education.ec.europa.eu/focus-topics/digital-education/action-plan> (Accesso: 20 marzo 2023).
- Esser, F.H. La digitalizzazione e l'intelligenza artificiale contribuiscono ad aumentare l'attrattiva dell'istruzione e della formazione professionale. In *Formazione professionale nella ricerca e nella pratica: VET Trends 2019, Edizione speciale*; BIBB: Bonn, Germania, 2019; Volume 3, pag. 4.
- Commissione europea, Direzione generale del Bilancio, Il bilancio a lungo termine dell'UE per il periodo 2021-2027 e NextGenerationEU: fatti e cifre, Ufficio delle pubblicazioni dell'Unione europea, 2021, <https://data.europa.eu/doi/10.2761/808559>.
- Sintesi di-D4.1.pdf (eddie-erasmus.eu)
- Che cos'è l'educazione digitale? (1970) Università di Edimburgo. Disponibile all'indirizzo: <https://www.ed.ac.uk/institute-academic-development/learning-teaching/staff/digital-ed/what-is-digital-education> (Accesso: 31 maggio 2023).
- Wolter, A.; Kerst, C. L'"accademizzazione" del sistema di qualificazione tedesco: Recenti sviluppi nei rapporti tra formazione professionale e istruzione superiore in Germania. *Res. Comp. Int. Educ.* 2015, 4, 510-524.
- Forum economico mondiale. Rapporto sul futuro dell'occupazione 2020. 2020. Disponibile online: https://www3.weforum.org/docs/WEF_Future_of_Jobs_2020.pdf
- Yang, C.; Kaiser, F.; Tang, H.; Chen, P.; Diao, J. Sostenere lo sviluppo qualitativo dell'istruzione e della formazione professionale tedesca nell'era della digitalizzazione: Sfide e strategie. *Sostenibilità* 2023, 15, 3845. <https://doi.org/10.3390/su15043845>
- Zancajo, A., Verger, A. e Bolea, P., 2022. Digitalizzazione e non solo: gli effetti di Covid-19 sulla politica e sull'offerta educativa post-pandemica in Europa. *Politica e società*, 41(1), pp.111-128, DOI: <https://doi.org/10.1093/polsoc/puab016>

Unità 4. Educazione digitale per il turismo

Questo capitolo esplora il regno della formazione digitale per l'industria del turismo, concentrandosi sulle sfide poste dalla digitalizzazione e sull'importanza di dotare i professionisti del turismo delle conoscenze e delle competenze necessarie in questo panorama in rapida evoluzione.

Il capitolo inizia discutendo le sfide digitali affrontate dal settore turistico. Evidenzia il profondo impatto delle tecnologie digitali su vari aspetti del settore, tra cui il comportamento dei clienti, le strategie di marketing, i canali di distribuzione e l'esperienza di viaggio complessiva. Il capitolo esamina come progressi quali piattaforme di prenotazione online, social media e siti web di recensioni abbiano trasformato il modo in cui i viaggiatori pianificano e vivono i loro viaggi. Inoltre, affronta le sfide derivanti dalla crescente domanda di esperienze digitali personalizzate e coinvolgenti nel turismo.

In seguito, il capitolo approfondisce il concetto di educazione digitale per il turismo. Sottolinea la necessità per i professionisti del turismo di sviluppare una solida comprensione degli strumenti, delle piattaforme e delle strategie digitali per prosperare in questo panorama competitivo. Il capitolo esplora le componenti chiave della formazione digitale, tra cui le competenze tecniche, il marketing digitale, l'analisi dei dati e l'uso delle tecnologie emergenti nel settore turistico. Sottolinea l'importanza di



promuovere una cultura di apprendimento continuo e di adattamento per stare al passo con le tendenze digitali in evoluzione.

Uno degli argomenti principali trattati in questo capitolo è la conoscenza del metaverso. Il capitolo approfondisce il concetto di metaverso e le sue potenziali implicazioni per l'industria del turismo. Esamina come la realtà virtuale (VR), la realtà aumentata (AR) e altre tecnologie immersive stiano rimodellando il modo in cui i turisti esplorano le destinazioni, si confrontano con il patrimonio culturale e interagiscono con i fornitori di servizi. Il capitolo esplora le opportunità educative presentate dal metaverso e come i professionisti del turismo possono sfruttare queste tecnologie per migliorare l'esperienza turistica complessiva.

Nel corso del capitolo vengono presentati casi di studio ed esempi provenienti dal settore turistico per illustrare le applicazioni pratiche della formazione digitale in diversi contesti. Questi esempi mostrano come le organizzazioni turistiche e le istituzioni educative stiano incorporando strumenti e strategie digitali nei loro programmi di formazione per dotare i professionisti delle competenze necessarie per prosperare nell'era digitale.

Il capitolo si conclude riassumendo i risultati principali e sottolineando l'importanza di abbracciare la formazione digitale nel settore turistico. Il capitolo evidenzia i potenziali benefici della digitalizzazione per i professionisti del turismo, tra cui una maggiore competitività, un maggiore coinvolgimento dei clienti e una maggiore efficienza. Il capitolo sottolinea inoltre la necessità di una collaborazione tra gli stakeholder del settore, le istituzioni educative e i responsabili politici per creare un ecosistema di supporto alla formazione digitale nel turismo.

Riferimenti:

- Alfabetizzazione digitale nella biblioteca pubblica | Centro per le città BOLD. (n.d.). Recuperato il 7 maggio 2023, da <https://www.centre-for-bold-cities.nl/news/digital-literacy-in-the-public-library>.
- Doppler, J. (2022). Il ruolo dell'intelligenza artificiale nel metaverso. Forbes.
- Dwivedi, Y. K., Hughes, L., Baabdullah, A. M., Ribeiro-Navarrete, S., Giannakis, M., Al-Debei, M. M., Dennehy, D., Metri, B., Buhalis, D., Cheung, C. M. K., Conboy, K., Doyle, R., Dubey, R., Dutot, V., Felix, R., Goyal, D. P., Gustafsson, A., Hinsch, C., Jebabli, I., ... Wamba, S. F. (2022). Il metaverso oltre il clamore: Prospettive multidisciplinari sulle sfide emergenti, le opportunità e l'agenda per la ricerca, la pratica e la politica. *International Journal of Information Management*, 66, 102542. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2022.102542>
- Merckx, C. e Nawijn, J. (2021). Esperienze turistiche di realtà virtuale: Dipendenza e isolamento. *Tourism Management*, 87, 104394. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2021.104394>
- Partenariati nell'istruzione | UNWTO. (n.d.). Recuperato il 7 maggio 2023, da <https://www.unwto.org/partnerships-in-education>.
- Tupper, P. (2022). *Il Metaverso: The Business and Culture of Online Worlds*. Columbia University Press.
- Yeoman, I., McMahon-Beattie, U., & Sigala, M. (2021). 19 Sviluppare un quadro teorico della fantascienza e del futuro del turismo: Una prospettiva di mappatura cognitiva. *Fantascienza, disruption e turismo*, 6

Unità 5. Competenze umane digitali per il turismo



Questo capitolo approfondisce il tema delle competenze umane digitali per l'industria del turismo, concentrandosi sull'importanza di abbracciare la digitalizzazione e la connettività nel XXI secolo. Fornisce una comprensione completa di ciò che le competenze umane digitali comportano, specificamente adattate alle esigenze del settore turistico. Il capitolo sottolinea inoltre l'importanza di mantenere aggiornate le competenze digitali per rimanere competitivi in un panorama digitale in continua evoluzione.

Il capitolo inizia esplorando i concetti di digitalizzazione e connettività nel settore turistico. Evidenzia come le tecnologie digitali e la connettività abbiano trasformato il modo in cui le imprese turistiche operano, interagiscono con i clienti e forniscono servizi. Il capitolo analizza la crescente dipendenza dalle piattaforme digitali, dai sistemi di prenotazione online e dai social media per scopi di marketing e comunicazione. Sottolinea la necessità per i professionisti del turismo di adattarsi a questi cambiamenti e di acquisire le competenze digitali necessarie per navigare efficacemente nel panorama digitale.

In seguito, il capitolo approfondisce l'insieme specifico di competenze digitali del XXI secolo che sono vitali per i professionisti dell'industria turistica. Esplora competenze chiave come l'alfabetizzazione digitale, la gestione delle informazioni, la comunicazione e la collaborazione in ambienti digitali, il pensiero critico, la risoluzione dei problemi e l'adattabilità. Il capitolo evidenzia come queste competenze siano fondamentali per i professionisti del turismo per utilizzare efficacemente gli strumenti digitali, analizzare i dati, coinvolgere i clienti attraverso i canali digitali e stare davanti alla concorrenza.

Il capitolo si addentra poi nel regno delle competenze digitali specificamente rilevanti per l'industria del turismo. Esplora argomenti come le strategie di marketing digitale, l'ottimizzazione dei motori di ricerca (SEO), la gestione dei social media, la gestione della reputazione online, l'analisi dei dati e i sistemi di gestione delle relazioni con i clienti (CRM). Il capitolo fornisce indicazioni su come i professionisti del turismo possono sfruttare queste competenze digitali per migliorare l'esperienza dei clienti, migliorare l'efficienza operativa e favorire la crescita del business nell'era digitale.

Uno dei punti focali di questo capitolo è l'importanza di mantenere aggiornate le competenze digitali. Fornisce indicazioni su come i professionisti del turismo possono tenersi aggiornati sulle ultime tendenze, strumenti e tecniche digitali. Il capitolo esplora varie vie per l'apprendimento continuo, tra cui corsi online, webinar, conferenze di settore e networking con i colleghi. Sottolinea la necessità di una mentalità di crescita e di un impegno all'apprendimento continuo per adattarsi al rapido ritmo dei progressi digitali nel settore turistico.

Nel corso del capitolo vengono presentati esempi pratici, casi di studio e storie di successo del settore turistico per illustrare le applicazioni reali delle competenze umane digitali. Questi esempi mostrano come i professionisti del turismo abbiano utilizzato le loro competenze digitali per promuovere l'innovazione, migliorare l'esperienza dei clienti e raggiungere gli obiettivi aziendali.

Il capitolo si conclude riassumendo i risultati principali e sottolineando l'importanza dello sviluppo e dell'aggiornamento delle competenze digitali nel settore turistico. Sottolinea che abbracciare le competenze umane digitali non è solo essenziale per la crescita personale e professionale, ma anche

fondamentale per il successo e la sostenibilità delle imprese turistiche nell'era digitale. Il capitolo incoraggia i professionisti del turismo a investire nelle proprie competenze digitali e a cogliere le opportunità offerte dalla digitalizzazione e dalla connettività nel dinamico panorama turistico.

Riferimenti:

- 20 suggerimenti rapidi per una migliore comunicazione e collaborazione digitale. <https://www.huddo.com/blog/20-quick-tips-for-better-digital-communication-and-collaboration>
- Becker, W.J., Belkin, L.Y., Conroy, S.A., & Tuskey, S. (2021). Uccidermi dolcemente: L'impatto delle aspettative di monitoraggio della posta elettronica organizzativa sul benessere dei dipendenti e delle persone care. *Journal of Management*, 47 (4), 1024-1052.
- Creatività digitale: una guida pratica. Guide pratiche dell'Università di York (2023). <https://subjectguides.york.ac.uk/digital-creativity>
- Emmanuel, A.A., Oluwafunmilayo, O.O., Mobolaji, O.A., Abioye, A., & Adedoyin, O.O. (2018). Percezione degli agenti di viaggio verso Amadeus e Galileo Global Distribution System. *Canadian Social Science*, 14, 17-30.
- Ferrari A. (2012). La competenza digitale nella pratica: Un'analisi dei quadri di riferimento. Siviglia, Spagna: Centro comune di ricerca, Istituto per le prospettive tecnologiche.
- Firth, J.A.; Torous, J.; Firth, J. (2020). Esplorazione dell'impatto dell'uso di Internet sui processi di memoria e attenzione. *Int. J. Environ. Res. Public Health* 2020, 17, 9481. <https://doi.org/10.3390/ijerph17249481>
- Iniziate ad accedere alla nostra formazione gratuita in webinar dal vivo, progettata per aiutarvi a sviluppare nuove competenze. Cosa imparerete oggi? Google Digital Garage. (2023) <https://learndigital.withgoogle.com/digitalgarage/f2f>
- Greiff, S. e Funke, J. (2017). Risoluzione interattiva dei problemi: Esplorare il potenziale dei sistemi minimi complessi. In B. Csapó, & J. Funke (Eds.). *La natura del problem solving: Usare la ricerca per ispirare l'apprendimento del XXI secolo* (pp. 93-105). Parigi, Francia: OECD Publishing.
- Karanasios S., Gekara V., Molla A., Snell D. (2019) *Skilling the Australian workforce for the digital economy, Support document 1: a review of digital skills frameworks literature*. Centro nazionale per l'istruzione e la formazione professionale (NCVER), pagine 16-23. <https://researchrepository.rmit.edu.au/esploro/outputs/9921861092301341>
- Lee, H., Park, N. e Hwang, Y. (2015). Una nuova dimensione del divario digitale: Esplorando la relazione tra connessione a banda larga, uso dello smartphone e competenza comunicativa. *Telematica e informatica*, 32(1), 45-56. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2014.02.001>
- Lyngs, U., Lukoff, K., Slovak, P., Binns, R., Slack, A., Inzlicht, M., Van Kleek, M., Shadbolt, N. (2019). Autocontrollo nel cyberspazio: Applying Dual Systems Theory to a Review of Digital Self-Control Tools. *Conference on Human Factors in Computing Systems Proceedings (CHI 2019)*, maggio 2019, 4-9. doi.org/10.1145/3290605.3300361.
- Malkawi E., Khayrullina M. (2021). Le competenze umane digitali formano l'economia aziendale e lo sviluppo del business. *Ekonomicko-manazerske spectrum*, Volume 15, Numero 1, pp. 64-74 https://ems.uniza.sk/wp-content/uploads/2021/06/EMS_1_2021_06_Malkawi_Khairullina.pdf
- Siemens, G. (2005). Connettivismo: Una teoria dell'apprendimento per l'era digitale. *International Journal of Instructional Technology and Distance Learning*, 2(1).
- Van Deursen, A. J. A. M., Courtois, C., & Van Dijk, J. A. G. M. (2014). Competenze in Internet, fonti di supporto e uso vantaggioso di Internet. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 30(4), 278-290. <https://doi.org/10.1080/10447318.2013.858458>



- Van Laar E., Alexander J. A. M. van Deursen, Jan A. G. M. van Dijk e Jos de Haan (2020). Determinanti delle competenze del 21° secolo e delle competenze digitali del 21° secolo per i lavoratori: A Systematic Literature Review SAGE Open
- Van Laar E., Van Deursen A. J. A. M., Van Dijk J. A. G. M., De Haan J. (2017). La relazione tra le competenze del 21° secolo e le competenze digitali: Una revisione sistematica della letteratura. *Computers in Human Behavior*, 72, 577-588. Crossref
- Voogt J., Roblin N. P. (2012). Un'analisi comparativa dei quadri internazionali per le competenze del XXI secolo: Implicazioni per le politiche curriculari nazionali. *Rivista di studi sul curricolo*, 44(3), 299-321.
- Yu Zhao, Ana María Pinto Llorente, María Cruz Sánchez Gómez (2021), Digital competence in higher education research: Una revisione sistematica della letteratura. *Computers & Education*, Volume 168, 2021, <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2021.104212>

Unità 6. Formazione digitale per i fornitori di IFP: Caso di studio - Vasilis Travel

Questo capitolo presenta un accattivante caso di studio su Vasilis Travel, esplorando l'intersezione tra la formazione digitale e il ruolo degli influencer di viaggio nel marketing di destinazione. Il capitolo mira a fornire risultati di apprendimento specifici, concentrandosi sul concetto di influencer di viaggio e sul loro impatto sul settore.

Il capitolo inizia introducendo il concetto di influencer di viaggio e sottolineando la loro importanza nel campo del marketing delle destinazioni. Esplora il modo in cui questi individui sfruttano la loro presenza online, le piattaforme dei social media e le capacità di narrazione digitale per promuovere e presentare diverse destinazioni di viaggio. Il capitolo sottolinea l'importanza del destination marketing degli influencer e il potere delle narrazioni personali nel plasmare le percezioni e le scelte dei viaggiatori.

In seguito, il capitolo analizza il modo in cui gli influencer di viaggio utilizzano la tecnologia per migliorare la loro portata e il loro coinvolgimento. Esamina i vari strumenti e piattaforme digitali che utilizzano, come le piattaforme dei social media, il travel blogging, il vlogging e le tecnologie immersive come la realtà virtuale (VR) e la realtà aumentata (AR). Il capitolo esplora il modo in cui gli influencer di viaggio sfruttano la tecnologia per creare contenuti interessanti, coinvolgere il proprio pubblico e ispirare esperienze di viaggio.

Inoltre, il capitolo evidenzia come la tecnologia possa aiutare gli individui a commercializzare se stessi e i luoghi. Si discute il ruolo delle strategie di marketing digitale, dell'ottimizzazione per i motori di ricerca (SEO), della creazione di siti web e contenuti e della gestione dei social media nella promozione di marchi personali e destinazioni di viaggio. Il capitolo fornisce indicazioni su come la tecnologia può consentire ai singoli e alle destinazioni di comunicare efficacemente le loro proposte di valore uniche, di attrarre visitatori e di costruire una forte presenza online.

Nel corso del capitolo, il caso di studio di Vasilis Travel funge da esempio reale, illustrando come l'azienda sfrutti la formazione digitale, gli influencer di viaggio e la tecnologia per migliorare le attività di destination marketing. Il capitolo illustra come Vasilis Travel abbia abbracciato gli strumenti digitali e



collaborato con gli influencer di viaggio per amplificare il proprio marchio, espandere la propria portata e coltivare una base di clienti fedeli.

In conclusione, questo capitolo consente ai lettori di comprendere il concetto di influencer di viaggio e il loro ruolo nel marketing di destinazione. Sottolinea l'importanza dell'influencer marketing di destinazione e l'uso efficace della tecnologia in questo contesto. Esplorando il caso di studio di Vasilis Travel, i lettori acquisiscono una visione pratica di come l'educazione digitale e la tecnologia possano essere sfruttate per commercializzare se stessi e le destinazioni in un settore dinamico e competitivo come quello dei viaggi.

Riferimenti:

- Bennett, S. (2014). Statistiche, fatti, cifre e tendenze del business dei social media 2014. Adweek. Accesso Internet: <http://www.adweek.com/socialtimes/social-businesstrends-2014/498129> [visitato l'11 aprile 2023].
- Vice Ministero del Turismo - Repubblica di Cipro. (2023). Home page : Vice Ministero del Turismo - Repubblica di Cipro Recuperato da https://www.tourism.gov.cy/tourism/tourism.nsf/home_en/home_en?openform [visitato il 21 aprile 2023].
- Prospettive di viaggio del Gruppo Expedia (2023). Accesso a Internet: <https://www.expediagroup.com/media/media-details/2021/Expedia-Group-Monthly-Travel-Outlook/> [consultato il 6 maggio 2023].
- Kaur, H. (2018). I social media come influencer di viaggio: Una rassegna di studi recenti. International Journal of Academic Research & Development (IJAR&D), 4(2), 81-85.
- Mathieson, A. e Wall, G. (1982). Turismo: impatto economico, fisico e sociale. Londra: Logman.
- McKinsey and Company (2023). Accesso a Internet: <https://www.mckinsey.com/industries/travel-logistics-and-infrastructure/our-insights/make-it-better-not-just-safer-the-opportunity-to-reinvent-travel> [consultato il 27 aprile 2023].
- Sondaggio Nielsen sulla fiducia globale nella pubblicità.(2012). Accesso a Internet: <http://www.nielsen.com/us/en/press-room/2012/niensenglobal-consumers-trust-in-earned-advertisinggrows.html> [consultato il 29 aprile 2023].
- PWC SURVAY (2023) :). Accesso a Internet: <https://www.pwc.com/us/en/industries/consumer-markets/library/five-travel-trends.html> [consultato il 27 aprile 2023].
- Sesar, V., Hunjet, A. e Kozina, G. (2021). Influencer marketing nei viaggi e nel turismo: revisione della letteratura. Sviluppo economico e sociale: Book of Proceedings, 182-192.
- UNWTO. (2023). TRASFORMAZIONE DIGITALE. Recuperato da: <https://www.unwto.org/digital-transformation>. [consultato il 5 maggio 2023].

Le tre unità successive (unità 7, unità 8 e unità 9) si concentrano sulle nuove tendenze e sui filoni che stanno influenzando il settore dell'IFP a livello globale.

Unità 7. La formazione digitale per gli educatori I.: Nuove tendenze nell'IFP



In questa unità, l'attenzione si concentrerà sulle trasformazioni significative che stanno avvenendo nei sistemi di istruzione e formazione professionale (IFP) a livello globale. Gli studenti approfondiranno le questioni chiave che riguardano questi cambiamenti e il loro impatto sugli erogatori di IFP. Inoltre, il capitolo esplorerà i passi cruciali da compiere per sostenere gli insegnanti e i formatori dell'IFP nella loro missione.

Il capitolo inizierà esaminando le tendenze emergenti e le potenziali minacce nel panorama dell'IFP. Analizzerà le forze dinamiche che stanno plasmando il settore ed esplorerà come queste tendenze possano influenzare il futuro dell'IFP. Comprendendo questi fattori, il discente può prepararsi meglio alle sfide e alle opportunità che lo attendono.

Il capitolo si concentra poi sul futuro dell'IFP all'interno dell'Unione europea (UE). Gli studenti approfondiranno la visione e le strategie dell'UE per il progresso dell'IFP, comprese le iniziative volte a promuovere l'innovazione, l'adattabilità e la cooperazione internazionale. Attraverso questa esplorazione, potranno comprendere l'impegno dell'UE nel dotare gli individui delle abilità e delle competenze necessarie per la forza lavoro moderna.

Infine, il capitolo presterà attenzione al ruolo vitale degli insegnanti e dei formatori dell'IFP in un mondo in continua evoluzione. Gli studenti esamineranno l'evoluzione delle richieste poste agli educatori e le sfide che devono affrontare per adattarsi ai nuovi paradigmi educativi ed esploreranno le strategie per sostenere gli insegnanti e i formatori dell'IFP, come le opportunità di sviluppo professionale, la collaborazione e l'integrazione di approcci pedagogici innovativi.

Nel corso di questo capitolo, i discenti si cimenteranno in discussioni e attività stimolanti per approfondire la comprensione dei temi trattati. Partecipando attivamente a questi elementi interattivi, avranno l'opportunità di contribuire con le proprie intuizioni ed esperienze, favorendo un ambiente di apprendimento collaborativo.

Al termine di questo capitolo, i discenti avranno acquisito una comprensione completa delle trasformazioni in atto nei sistemi di IFP a livello globale, delle prospettive future dell'IFP nell'UE e del ruolo vitale degli insegnanti e dei formatori dell'IFP. Grazie a queste conoscenze, saranno meglio preparati a sostenere e promuovere le iniziative di IFP, assicurando la crescita continua e il successo dell'istruzione e della formazione professionale in un mondo in continua evoluzione.

Riferimenti:

- Analizzare i finanziamenti Erasmus+ per l'istruzione e la formazione professionale in Europa, Carlos de Olagüe-Smithson, Technical and Vocational Education and Training: Issues, Concerns and Prospects 30, Springer International Publishing, 2019, ISBN: 978-3-030-16210-8;978-3-030-16211-5
- L'istruzione professionale basata sulle competenze: Bridging the Worlds of Work and Education, Martin Mulder (eds.), Technical and Vocational Education and Training: Issues, Concerns and Prospects 23, Springer International Publishing, 2017, ISBN: 978-3-319-41711-0,978-319-41713-4
- Statistiche sull'e-learning: Da sapere nel 2023 - Studocu. Studocu.com. <https://www.studocu.com/blog/en/e-learning-statistics>



- Integration of Vocational Education and Training Experiences, Sarojni Choy, Gun-Britt Wärvik, Viveca Lindberg, Technical and Vocational Education and Training: Issues, Concerns and Prospects 29, Springer Singapore, 2018, ISBN: 978-981-10-8856-8,978-981-10-8857-5
- JEON, S. e VANDEWEYER, M. (n.d.). Insegnanti e dirigenti nell'IFP Policy Brief. OCSE. <https://www.oecd.org/skills/centre-for-skills/Teachers-and-Leaders-in-VET-Policy-Brief.pdf>
- OCSE (2021), Teachers and Leaders in Vocational Education and Training, OECD Reviews of Vocational Education and Training, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/59d4fbb1-en>.
- Poulidou, A., Kvisteroy, J., & Santos, M. (n.d.). Il futuro dell'IFP. CEDEFOP. <https://www.cedefop.europa.eu/en/projects/future-vet>
- Competenze per lo sviluppo umano: Transforming Vocational Education and Training, Lesley Joy Powell, Simon McGrath, Routledge, 2019, ISBN: 1138100579,9781138100572
- Insegnanti e dirigenti nell'istruzione e formazione professionale, Organizzazione per la Cooperazione e lo Sviluppo Economico, OECD reviews of vocational education and training, 2021, ISBN: 9789264367715,9264367713,9789264390027,9264390022,9789264545458,926454545X
- Insegnanti e formatori in un mondo che cambia - Costruire competenze per un'istruzione e formazione professionale (VET) inclusiva, verde e digitalizzata. CEDEFOP. https://www.cedefop.europa.eu/files/5586_en.pdf
- Capacità e competenze degli insegnanti di IFP: Istruzione e formazione professionale in tempi di crisi economica: Lessons from Around the World, Matthias Pilz (eds.), Technical and Vocational Education and Training: Issues, Concerns and Prospects 24, Springer International Publishing, 2017, ISBN: 978-3-319-47854-8,978-3-319-47856-2

Unità 8. Formazione digitale per gli educatori II.: Blended Learning nell'IFP

L'unità esplora il concetto di insegnamento online in modo più dettagliato, con particolare attenzione ai metodi di apprendimento misto. Nel corso del capitolo, gli studenti analizzeranno i vantaggi dell'apprendimento misto, i diversi tipi di modelli di apprendimento misto e i consigli pratici per implementare questi metodi nella pratica didattica quotidiana.

Il capitolo inizia esaminando i numerosi vantaggi dell'apprendimento misto. Sfruttando strumenti e risorse online, l'apprendimento misto può migliorare il coinvolgimento degli studenti, promuovere l'apprendimento attivo e fornire esperienze di apprendimento personalizzate. Gli studenti analizzeranno come questi vantaggi possano avere un impatto positivo sulle competenze didattiche, consentendo ai docenti di creare un ambiente di apprendimento più interattivo ed efficace.

Successivamente, l'unità approfondirà i vari tipi di modelli di apprendimento misto. Dall'approccio flipped classroom al modello di rotazione delle stazioni, esploreremo i diversi modi in cui l'istruzione faccia a faccia e le attività online possono essere integrate. Grazie alla comprensione di questi modelli, i discenti avranno la conoscenza e la flessibilità necessarie per selezionare l'approccio di apprendimento misto più appropriato per il contesto didattico e gli obiettivi di apprendimento specifici.

Infine, l'unità fornirà suggerimenti pratici per l'utilizzo dell'apprendimento misto nell'istruzione e formazione professionale (IFP). L'unità discuterà le strategie per progettare materiali didattici online efficaci, favorire la collaborazione e l'interazione degli studenti e valutare i loro progressi. Questi



suggerimenti permetteranno agli insegnanti di implementare con successo l'apprendimento misto nei loro corsi di IFP, migliorando l'esperienza di apprendimento e creando un rapporto con gli studenti.

Nel corso del capitolo ci saranno occasioni di discussione e attività che permetteranno ai docenti di riflettere sulla propria pratica didattica e di collaborare con i colleghi. Impegnandosi attivamente in questi elementi interattivi, i discenti acquisiranno una comprensione più profonda di come l'apprendimento misto possa essere efficacemente applicato nel contesto dell'IFP.

Alla fine di questo capitolo, gli studenti avranno una comprensione completa dell'apprendimento misto nell'insegnamento online. Saranno dotati delle conoscenze e dei suggerimenti pratici necessari per implementare vari modelli di apprendimento misto, sfruttarne i vantaggi e promuovere competenze didattiche e rapporti positivi con gli studenti. L'adozione di approcci di apprendimento misto consentirà loro di creare esperienze di apprendimento coinvolgenti ed efficaci nell'ambiente di insegnamento online.

Riferimenti:

- 15 siti per l'apprendimento misto. Tecnologia e apprendimento. <https://www.techlearning.com/tl-advisor-blog/8160>
- Apprendimento misto e online per la cittadinanza globale: New Technologies and Opportunities for Intercultural Education, William J. Hunter, Roger Austin, Series: Routledge Research in International and Comparative Education, Routledge, Anno: 2020, ISBN: 2020022881,9780367408213,9780367821661
- Blended learning in action: a practical guide toward sustainable change, Green, Jason T.;Tucker, Catlin R.;Wycoff, Tiffany, SAGE Publications;Corwin Press, Anno: 2017;2016, ISBN: 9781506341163,1506341160
- L'apprendimento misto nella pratica: A Guide for Practitioners and Researchers, Amanda G. Madden (Editor, Contributor), Lauren Margulieux (Editor, Contributor), Robert S. Kadel (Editor, Contributor), The MIT Press, Year: 2019, ISBN: 0262039478
- Universo dell'apprendimento misto. Apprendimento misto. <https://www.blendedlearning.org/>
- Apprendimento misto. Enhancing Learning Success, Simon K.S. Cheung, Lam-for Kwok, Kenichi Kubota, Lap-Kei Lee, Jumpei Tokito, Lecture Notes in Computer Science 10949, Springer International Publishing, Anno: 2018, ISBN: 978-3-319-94504-0,978-319-94505-7
- Apprendimento misto. Siti Google. <https://sites.google.com/site/blendclass/home>
- Apprendimento misto: Convergenza tra tecnologia e pedagogia, Antonio Víctor Martín-García, Lecture Notes in Networks and Systems 126, Springer International Publishing; Springer, Anno: 2020, ISBN: 9783030457808,9783030457815
- Progressioni di coaching. La cassetta degli attrezzi del PL. <https://www.thepltoolbox.com/progressions.html>
- Risorse per gli educatori. Risorse per l'apprendimento misto di Seton Education Partners. <https://www.blendedlearning.org/>
- TeachThought. Teachthought. <https://www.teachthought.com>

Unità 9. Formazione digitale per gli educatori III.: Nuovi metodi di insegnamento nell'IFP



Questa unità approfondisce le ultime tendenze nel campo dell'insegnamento e dell'educazione, concentrandosi su sei degli approcci più recenti e di maggior impatto. Confronterà e contrasterà queste tendenze, fornendo approfondimenti sulle loro caratteristiche uniche e sui loro potenziali benefici. Attraverso esempi e casi di studio, l'unità dimostrerà come questi metodi possano essere applicati in contesti diversi per arricchire le esperienze degli studenti e creare classi coinvolgenti e piacevoli.

L'unità inizia esplorando la distinzione tra apprendimento basato su progetti e apprendimento basato su problemi. Questi approcci incentrati sullo studente enfatizzano la partecipazione attiva, il pensiero critico e la capacità di risolvere i problemi. Gli studenti approfondiranno le caratteristiche principali di ciascun metodo, ne evidenzieranno le somiglianze e le differenze e mostreranno esempi reali di come sono stati implementati con successo.

In seguito, il capitolo esaminerà i concetti di microapprendimento e di apprendimento in pillole. In un mondo in cui i tempi di attenzione si riducono, questi approcci suddividono l'apprendimento in unità più piccole e gestibili. Il capitolo esplorerà la loro efficacia nel promuovere la ritenzione delle conoscenze e la flessibilità, oltre a fornire esempi pratici di come il microapprendimento e l'apprendimento in pillole possano essere integrati in diversi ambienti di apprendimento.

Inoltre, l'unità esplorerà i regni della gamification e dell'apprendimento basato sui giochi. Incorporando elementi di gioco nel processo di apprendimento, questi approcci aumentano il coinvolgimento e la motivazione degli studenti. Gli studenti discuteranno i principi della gamification e dell'apprendimento basato sui giochi, esamineranno le loro applicazioni in varie materie e gruppi di età e condivideranno esempi stimolanti di come gli educatori hanno sfruttato con successo questi metodi per creare esperienze di apprendimento interattive e divertenti.

Infine, il capitolo offrirà al pubblico una serie di attività per approfondire le conoscenze acquisite in questo capitolo. Queste attività incoraggeranno gli studenti a riflettere sulla propria pratica didattica, ad applicare i concetti esplorati e ad esplorare ulteriori risorse per approfondire la comprensione di queste tendenze innovative.

Alla fine di questo capitolo, gli studenti avranno una comprensione completa delle nuove tendenze nel campo dell'istruzione. Saranno dotati di conoscenze ed esempi pratici per implementare l'apprendimento basato su progetti, l'apprendimento basato su problemi, il microapprendimento, l'apprendimento a piccoli passi, la gamification e l'apprendimento basato sui giochi nella propria pratica didattica. Questi approcci miglioreranno il coinvolgimento degli studenti, creeranno classi più dinamiche e divertenti e contribuiranno al successo complessivo del percorso formativo dei vostri studenti.

Riferimenti:

- Le migliori pratiche di tutoraggio nei programmi online: Supporting Faculty and Students in Higher Education, Susan Ko, Olena Zhadko, Best Practices in Online Teaching and Learning, Routledge 2022, ISBN: 9780429434754
- Catturare un fuoco: alimentare l'indagine e la passione attraverso l'apprendimento basato su progetti, Henderson, Matt A, Portage & Main Press 2019, ISBN:9781553797517,9781553797890,1553797892,9781553797906,1553797906



- Gamification, Digitalisierung e Industrie 4.0: Transformation und Disruption verstehen und erfolgreich managen, Lutz Anderie (auth.), Gabler Verlag 2018, ISBN: 978-3-658-19864-0, 978-3-658-19865-7
- Gamification nell'apprendimento e nell'educazione: Enjoy Learning Like Gaming, Sangkyun Kim, Kibong Song, Barbara Lockee, John Burton, Advances in Game-Based Learning, Springer International Publishing 2018, ISBN: 978-3-319-47282-9, 978-319-47283-6.
- Global Perspectives on Project-Based Language Learning, Teaching, and Assessment: Key Approaches, Technology Tools, and Frameworks, Gulbahar H. Beckett (editor), Tammy Slater (editor), Routledge Studies in Applied Linguistics, Routledge 2019, ISBN: 113835175X,9781138351752
- Apprendimento basato su progetti: Come approcciarsi, riferire, presentare e imparare dai progetti di un corso, Harm-Jan Steenhuis, Lawrence Rowland, Business Expert Press 2018, ISBN: 1631574752,9781631574757
- Project Based Learning Made Simple: 100 Classroom-Ready Activities that Inspire Curiosity, Problem Solving and Self-Guided Discovery, April Smith, Libri per insegnanti, Ulysses Press 2018, ISBN: 9781612438191
- Mentoring centrato sullo studente: Mantenere gli studenti al centro dell'apprendimento dei nuovi insegnanti, Amanda Brueggeman, Corwin 2022, ISBN: 1071855190,9781071855195

Unità 10. Quadri per il turismo del futuro: Insegnare a gestire la crisi digitale.

Questa unità fornirà agli insegnanti strumenti e strategie preziosi per trasformare un'ipotetica crisi digitale in un progresso strategico. L'unità si concentrerà su tre aspetti chiave: il rafforzamento della reputazione digitale, la gestione delle recensioni negative e il rebranding di attività specifiche. Affrontando queste aree, gli insegnanti saranno dotati delle conoscenze e delle competenze necessarie per affrontare e superare efficacemente le sfide digitali.

Il capitolo inizia esplorando i modi per rafforzare la reputazione digitale. Gli studenti approfondiranno l'importanza della gestione della reputazione online e forniranno suggerimenti pratici su come migliorare e proteggere la propria presenza digitale. Attuando queste strategie, gli insegnanti possono costruire un'immagine online positiva che rafforza la loro credibilità e professionalità.

Successivamente, gli studenti approfondiranno il tema della gestione delle recensioni negative. L'unità fornirà una guida passo dopo passo su come gestire i feedback negativi e mitigare i potenziali danni. Gli insegnanti impareranno tecniche di comunicazione efficace, strategie di risoluzione dei conflitti e metodi per trasformare le esperienze negative in opportunità di crescita e miglioramento.

Infine, l'unità si concentrerà sul concetto di rebranding di attività specifiche. Riconoscendo l'importanza del branding nell'era digitale, gli studenti esploreranno come gli insegnanti possono riposizionare e rivitalizzare strategicamente le loro attività per attrarre e coinvolgere il loro pubblico di riferimento. Questo capitolo discuterà l'importanza di una messaggistica coerente, dell'identità visiva e dello storytelling per creare una narrazione convincente del marchio.

Nel corso del capitolo, saranno condivisi esempi pratici e casi di studio per illustrare i concetti e le strategie discusse. Gli insegnanti avranno l'opportunità di applicare questi principi ai propri contesti professionali, assicurando che le informazioni siano applicabili e praticabili.

Al termine di questo capitolo, gli insegnanti saranno dotati degli strumenti per gestire efficacemente una crisi digitale e trasformarla in un progresso strategico. Avranno acquisito una comprensione completa di come rafforzare la reputazione digitale, gestire le recensioni negative e rilanciare attività specifiche. Applicando queste strategie, gli insegnanti possono migliorare la loro presenza online, gestire efficacemente le sfide e creare un'impronta digitale positiva e d'impatto.

Riferimenti:

- Coombs WT. Settembre 2014. Gestione e comunicazione delle crisi. <http://www.instituteforpr.org/crisis-management-communications/>
- Simola S. Insegnare la gestione delle crisi aziendali attraverso l'educazione all'etica aziendale. European Journal of Training and Development. 2014;38(5):485-503. DOI: 10.1108/EJTD-05-2013-0055
- Benzaghta, M. A., Elwalda, A., Mousa, M. M., Erkan, I., & Rahman, M. (2021). Applicazioni dell'analisi SWOT: Una revisione integrativa della letteratura. Journal of Global Business Insights, 6(1), 55-73. <https://www.doi.org/10.5038/2640-6489.6.1.1148>
- Alpaslan, C.M., Green, S.E. e Mitroff, I.I. (2009), Corporate Governance in the Context of Crises: Towards a Stakeholder Theory of Crisis Management. Journal of Contingencies and Crisis Management, 17: 38-49. <https://doi.org/10.1111/j.1468-5973.2009.00555.x>
- Gürel, Ş., & Tat, M. (2017). L'ANALISI SWOT: UNA REVISIONE TEORICA. The Journal of International Social Research, 10(51), 994-1006. <https://doi.org/10.17719/jisr.2017.1832>
- Wut, T. M., Xu, J., & Wong, S. M. (2021). La ricerca sulla gestione delle crisi (1985-2020) nel settore dell'ospitalità e del turismo: Una revisione e un'agenda di ricerca. Tourism Management, 85, 104307. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2021.104307>
- Afshardoost, M., & Eshaghi, M. S. (2020). Immagine della destinazione e intenzioni comportamentali dei turisti: Una meta-analisi. Tourism Management, 81, 104154.
- Shin, H., Perdue, R. R., & Pandelaere, M. (2020). Gestire le recensioni dei clienti per la creazione di valore: Una prospettiva di teoria dell'empowerment. Journal of Travel Research, 59(5), 792-810. <https://doi.org/10.1177/0047287519867138>

Unità 11. Quadri per il turismo del futuro: come trovare e seguire le tendenze attuali

L'unità 11 fornirà agli insegnanti una serie completa di strumenti per la ricerca e l'analisi delle tendenze turistiche attuali. L'unità si concentrerà su due aree chiave: la comprensione delle esigenze turistiche delle diverse generazioni e l'identificazione delle tendenze e delle risorse online. Esplorando questi argomenti, gli insegnanti saranno dotati delle conoscenze e delle competenze necessarie per rimanere informati e adattare il loro insegnamento alle esigenze in evoluzione dell'industria turistica.

Il capitolo inizia con un approfondimento sull'importanza di comprendere le esigenze turistiche delle diverse generazioni. Gli studenti esploreranno le caratteristiche e le preferenze di varie generazioni, come i Baby Boomers, la Generazione Z e la Generazione Y (Millennials), tra le altre. Grazie alla conoscenza dei loro comportamenti, interessi e aspettative di viaggio, gli insegnanti possono



adattare i loro approcci didattici e i programmi di studio per coinvolgere e soddisfare efficacemente le esigenze di diversi gruppi di studenti.

Il capitolo si concentra poi sui metodi e sulle risorse disponibili per la ricerca delle tendenze online nel settore turistico. Gli studenti discuteranno le strategie efficaci per trovare e analizzare le informazioni rilevanti, come i rapporti di settore, le ricerche di mercato, l'ascolto dei social media e i sondaggi online. Gli insegnanti impareranno dove trovare dati affidabili e aggiornati sulle tendenze del turismo, consentendo loro di incorporare le ultime intuizioni nei loro materiali didattici e nelle discussioni in classe.

Nel corso del capitolo, saranno condivisi esempi pratici e casi di studio per illustrare come gli insegnanti possono applicare i risultati della ricerca alla loro pratica didattica. In questo modo si garantisce che le informazioni siano rapportabili e applicabili agli scenari del mondo reale.

Alla fine di questo capitolo, gli insegnanti avranno acquisito una comprensione completa della ricerca delle tendenze turistiche attuali. Avranno a disposizione gli strumenti per comprendere le esigenze turistiche delle diverse generazioni e per individuare le risorse online pertinenti per tenersi aggiornati sulle ultime tendenze. Integrando queste conoscenze nel loro insegnamento, gli insegnanti possono creare lezioni dinamiche e coinvolgenti che riflettono l'evoluzione delle richieste e degli interessi dell'industria turistica, assicurando che i loro studenti siano ben preparati per le future opportunità di carriera.

Riferimenti:

- Aldao, C., Blasco, D. e Poch Espallargas, M. (2022), Lessons from COVID-19 for the future: destination crisis management, tourist behaviour and tourism industry trends, *Journal of Tourism Futures*, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/JTF-02-2022-0059>
- Demir, M., Demir, Ş. Ş., Dalgiç, a., & Ergen, F. D. (2021). Impatto della pandemia COVID-19 sull'industria del turismo: Una valutazione dal punto di vista dei direttori d'albergo. *Giornale di teoria e ricerca sul turismo*, 7(1), 44-57.
- Kayumovich, K. O., Gulyamovich, D. I., & Khudoynazarovich, S. A. (2020). Le tecnologie dell'informazione e della comunicazione nel turismo digitale. Numero speciale sulle prospettive di sviluppo finanziario del tenore di vita in Asia centrale, 32 p. 33-34.
- Van, N. T. T., Vrana, V., Duy, N. T., Minh, D. X. H., Dzung, P. T., Mondal, S. R., & Das, S. (2020). Il ruolo dei dispositivi interattivi uomo-macchina per il turismo sostenibile innovativo post-COVID-19 a Ho Chi Minh City, Vietnam. *Sostenibilità*, 12(22), 9523
- Yang, E. C. L., (2021) Cosa motiva e ostacola le persone a viaggiare da sole? Uno studio su viaggiatori solitari e non, *Current Issues in Tourism*, 24:17, 2458-2471, DOI: 10.1080/13683500.2020.1839025
- Khanra, S., Dhir, A., Kaur, P., Mäntymäki, M. (2021). Analisi bibliometrica e revisione della letteratura sull'ecoturismo: Verso uno sviluppo sostenibile. *Journal of Tourism Management Perspectives*, Volume 37, 100777, ISSN 2211-9736, <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100777>.
- Paulauskaite, D., Powell, R., Coca-Stefaniak, J. A., Morrison, A. M. (2017). Vivere come un locale: Esperienze turistiche autentiche e sharing economy. *Rivista internazionale di ricerca sul turismo*, vol. 19, numero 6, 619-628.



- Martínez-González, J.A.; Álvarez-Albelo, C.D. (2021) Influenza della personalizzazione del sito e della prima impressione sulla fedeltà dei giovani consumatori ai siti web turistici. *Sostenibilità*, 13, 1425. <https://doi.org/10.3390/su13031425>
- Zeqiri, A., Dahmani, M. e Youssef, A. B. (2020). Digitalizzazione dell'industria turistica: Quali sono gli impatti della nuova ondata di tecnologie? *Rassegna economica balcanica*, 2, 63-82.
- Piccoli, G., Lui, T., Grün, B. (2017). L'impatto dei sistemi di servizio al cliente abilitati dall'IT sulla personalizzazione del servizio, sulla percezione del servizio al cliente e sulla performance dell'hotel, *Tourism Management*, Volume 59, 349-362, ISSN 0261-5177, <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.08.015>.
- Christou, P., Farmaki, A., & Evangelou, G. (2018). Coltivare la nostalgia? Una risposta dagli stakeholder del turismo rurale. *Tourism Management*, 69, 42-51. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.05.010>
- Marschall, S. (2017). *Turismo e memorie di casa: Migranti, sfollati, esuli e comunità diasporiche*. Channel View Publications.
- "Tendenze di viaggio multigenerazionali in Europa", 2018. Expedia e il Centro per la cinetica generazionale

Unità 12. Quadri per il turismo del futuro: come creare la propria identità digitale e migliorare il proprio lavoro

L'unità 12 approfondisce il tema della creazione dell'identità digitale e del networking digitale. L'unità fornirà agli insegnanti preziose indicazioni e buone pratiche per stabilire una forte presenza digitale e sfruttare le strategie di marketing digitale. Il contenuto proposto per questo capitolo comprende la comprensione del significato e dell'importanza del marketing digitale, la coltivazione di un'identità digitale convincente e l'esplorazione di vari social network e strumenti online.

Il capitolo inizia esplorando il significato e l'importanza del marketing digitale. Gli insegnanti comprenderanno come il marketing digitale abbia trasformato il modo in cui le aziende e i professionisti promuovono il loro lavoro, raggiungono il loro pubblico di riferimento e creano connessioni significative. Discuteranno concetti e strategie chiave, come l'ottimizzazione per i motori di ricerca (SEO), il content marketing, il social media marketing e l'email marketing. Grazie alla comprensione di questi concetti, gli insegnanti saranno in grado di utilizzare tecniche di marketing digitale efficaci per migliorare il proprio lavoro e coinvolgere il proprio pubblico.

Successivamente, il capitolo approfondirà il tema della presenza e dell'identità digitale. Gli studenti esploreranno gli elementi che contribuiscono a una forte identità digitale, tra cui l'importanza del personal branding, della coerenza dei messaggi e dello storytelling professionale. Gli insegnanti impareranno ad allineare la loro presenza digitale con i loro obiettivi e valori, a comunicare efficacemente le loro competenze e i loro risultati e a costruire una reputazione online positiva.

Inoltre, l'unità esplorerà vari social network e strumenti online che possono facilitare il networking digitale e la crescita professionale. Gli studenti discuteranno di piattaforme popolari come LinkedIn, Twitter e blog professionali, evidenziandone le caratteristiche e i vantaggi unici. Gli insegnanti capiranno come utilizzare efficacemente queste piattaforme per espandere la propria rete

professionale, condividere il proprio lavoro, collaborare con i colleghi e rimanere aggiornati sulle tendenze del settore.

Nel corso del capitolo, saranno condivisi esempi pratici e casi di studio per illustrare i concetti e le strategie discusse. Gli insegnanti avranno l'opportunità di applicare questi principi al proprio contesto professionale, assicurando che le informazioni siano applicabili e praticabili.

Al termine di questo capitolo, gli insegnanti saranno dotati delle conoscenze e degli strumenti necessari per creare un'identità digitale convincente e migliorare il proprio lavoro attraverso un marketing digitale e un networking online efficaci. Comprendranno l'importanza della presenza e dell'identità digitale e come coltivare una personalità online coinvolgente. Inoltre, gli insegnanti avranno familiarità con vari social network e strumenti online, che consentiranno loro di creare connessioni, collaborare e rimanere informati all'interno delle loro comunità professionali. L'adozione di queste pratiche aiuterà gli insegnanti a migliorare la loro reputazione professionale, ad ampliare le loro opportunità e a navigare efficacemente nel panorama digitale.

Riferimenti:

- Pencarelli, T. (2019). La rivoluzione digitale nel settore dei viaggi e del turismo. *Journal of Information Technology & Tourism* volume 22, 455-476. <https://doi.org/10.1007/s40558-019-00160-3>
- Bala, M., Verma, D. (2018). Una revisione critica del marketing digitale. *Rivista internazionale di gestione, informatica e ingegneria*, 8(10), 321-339.
- Kannan, P.K., Hongshuang, A. L. (2017). Il marketing digitale: Un quadro, una revisione e un'agenda di ricerca. *International Journal of Research in Marketing*, Volume 34, Issue 1, 22-45, ISSN 0167-8116, <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2016.11.006>.
- Dizionario universale di marketing. Dizionario di marketing in linguaggio comune. (2023, 4 maggio). <https://marketing-dictionary.org/>
- Ritz, W., Wolf, M., McQuitty, S. (2019), "Adozione del marketing digitale e successo per le piccole imprese: The application of the do-it-yourself and technology acceptance models", *Journal of Research in Interactive Marketing*, Vol. 13 No. 2, pp. 179-203. <https://doi.org/10.1108/JRIM-04-2018-0062>
- Kaur, G. (2017). L'importanza del marketing digitale nell'industria del turismo. *International Journal of Research - Granthaalayah*, 5(6), 72- 77. <https://doi.org/10.5281/zenodo.815854>
- Quota di mercato dei motori di ricerca nel mondo. StatCounter Global Stats. (n.d.). <https://gs.statcounter.com/search-engine-market-share>
- Reillier, L. C., Reillier, B. (2017). *Strategia della piattaforma: How to Unlock the Power of Communities and Networks to Grow Your Business*. Routledge, Gruppo Taylor & Francis
- Kemp, S. (2021). *Digitale 2020: Panoramica digitale globale - DataReportal - approfondimenti digitali globali*. DataReportal. <https://datareportal.com/reports/digital-2020-global-digital-overview>
- Petrosyan, A. (2023, 3 aprile). Utenti di Internet e dei social media nel mondo 2023. Statista. <https://www.statista.com/statistics/617136/digital-population-worldwide/>
- Rapporto Digital 2022. Hootsuite. (2022). <https://www.hootsuite.com/research/social-trends#67J3gYjmYRHkJclINCFEmY>
- Matkiki, R., Mpinganjira, M., Roberts-Lombard, M. (2017). I social media nel turismo: Establishing Factors Influencing Attitudes towards the Usage of Social Networking Sites for Trip Organisation. *Acta Commercii Journal*, vol. 17, iss. 1, 1-13. doi: 10.4102/ac.v17i1.396



- Tafveez, M. (2017). Il ruolo dei social media nel turismo: A Literature Review. International Journal for Research in Applied Science and Engineering Technology 2017 Vol.5 No.11 pp.633-635 ref.19
- Sotiriadis, M.D. (2017), "Condividere esperienze turistiche sui social media: A literature review and a set of suggested business strategies", International Journal of Contemporary Hospitality Management, Vol. 29 No. 1, pp. 179-225. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-05-2016-0300>
- Moro, S. e Rita, P. (2018), "Brand strategies in social media in hospitality and tourism", International Journal of Contemporary Hospitality Management, Vol. 30 No. 1, pp. 343-364. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-07-2016-0340>

2.4 Creare esperienze di apprendimento coinvolgenti e d'impatto

Creare esperienze di apprendimento coinvolgenti richiede un approccio olistico. Non si tratta semplicemente di selezionare una modalità o un'altra per garantire il successo dell'apprendimento. E certamente non si tratta di confinare l'apprendimento in un arco di tempo specifico. Le esperienze di apprendimento devono essere organiche e continuare liberamente insieme al flusso del lavoro. Devono essere sempre presenti nei cuori e nelle menti dei vostri studenti. Qui di seguito trovate 7 tecniche che i leader innovativi dell'apprendimento utilizzano per creare esperienze formative coinvolgenti e d'impatto.

- **Abbracciare il pensiero progettuale**

Il corso online offre un approccio di design thinking. Piuttosto che concentrarsi sui risultati dell'apprendimento, i fornitori di servizi veterinari possono iniziare con domande aperte che rispondono alle esigenze dei discenti. Questo può includere un sondaggio tra i discenti e il coinvolgimento delle unità del corso online fin dall'inizio, per assicurarsi che siano allineate sulle priorità e sui valori chiave. Identificando le tendenze e i requisiti utilizzando il design thinking e le migliori pratiche di apprendimento degli adulti, possono identificare meglio la modalità di erogazione più efficace per l'esperienza formativa in questione.

- **Sfruttare l'apprendimento mobile**

Sulla scia del design thinking, l'apprendimento mobile è una soluzione che favorisce il coinvolgimento. Questo corso online utilizza la scienza dell'apprendimento per creare esperienze di apprendimento coinvolgenti. L'erogazione mobile è efficace per brevi periodi di microapprendimento e video. Comprendere il potere del mobile aiuterà a soddisfare le aspettative degli studenti Millennial e Gen Z, ma è efficace anche con altre generazioni. La chiave dell'apprendimento mobile sta nella costruzione di un'esperienza di apprendimento che rimanga inalterata e che supporti gli studenti nei loro ruoli quotidiani.

- **Utilizzare i video per catturare e mantenere l'attenzione degli studenti**

Il video apprendimento è un modo efficace per aumentare il coinvolgimento e la fidelizzazione dei discenti. In un'epoca in cui il binge-watching di programmi televisivi è ampiamente diffuso, questo ha senso. I video brevi e divertenti possono essere facilmente accessibili sui computer di casa o sui dispositivi mobili, offrendo una soluzione scalabile e conveniente. I video sono anche un ottimo strumento per fornire brevi dimostrazioni e fungono da ausilio al lavoro per i dipendenti. Allo stesso modo in cui una persona potrebbe cercare su Internet video su come fare il pane, può accedere a informazioni tecniche critiche mentre è al lavoro. Anche i videomessaggi di istruttori, facilitatori e leader sono un ottimo modo per trasmettere informazioni a distanza. Fortunatamente, realizzare video non è mai stato così facile grazie ai numerosi strumenti di cattura dello schermo e alle telecamere disponibili sui computer desktop e sui dispositivi mobili.



- **Utilizzare l'apprendimento sociale per costruire la comunità**

Questo corso online può essere offerto ai sistemi di gestione dell'apprendimento (LMS) che possono integrare portali di social networking per supportare l'apprendimento peer-to-peer, il mentoring e altro ancora. Fornire uno spazio sociale in cui i discenti possano condividere le loro esperienze aiuta a sostenere una cultura del coaching all'interno dell'organizzazione.

- **Adottare l'apprendimento esperienziale**

Le esperienze di apprendimento efficaci sono spesso quelle che includono la pratica, la riflessione e la collaborazione per favorire la ritenzione. L'apprendimento esperienziale immerge gli studenti in un'esperienza e permette loro di applicare le conoscenze in situazioni reali. Questo corso online considera i giochi, l'apprendimento basato sui giochi, la realtà virtuale o aumentata (VR o AR) come parte delle sue attività, fornendo così esperienze di apprendimento non solo rilevanti, ma anche immersive e coinvolgenti. Gli erogatori di IFP possono prendere in considerazione i giochi di ruolo in un ambiente di apprendimento remoto, così come le simulazioni aziendali, gli avatar e le esperienze interattive simili ai giochi per coinvolgere i discenti.

- **Rendilo Just-in-time**

Con la diffusione dell'apprendimento online, è sempre più difficile per gli educatori mantenere l'impegno con gli studenti quando sono al lavoro. Questo approccio non solo si presta all'oblio, ma è un'occasione persa per coinvolgere gli studenti in modo significativo. In assenza di educatori, mentori, formatori, istruttori, ecc. in carne e ossa, le esperienze di apprendimento digitale devono essere il più possibile attraenti e interattive. Gli studenti si chiederanno "Cosa ci guadagno?" e i formatori veterani di questo corso online dovranno rispondere all'appello: questo corso online deve essere divertente, rilevante, accessibile e just-in-time.

- **Coaching e rinforzo**

Le esperienze di apprendimento coinvolgenti non devono necessariamente fermarsi alla fine di questo corso online. Al contrario, tutti i veterani possono pensare a come costruire efficacemente una cultura del coaching all'interno dell'organizzazione, in modo che l'apprendimento sia continuo e sempre rilevante per le prestazioni lavorative. L'uso di elementi come le schede di valutazione e gli incontri individuali può monitorare continuamente le prestazioni di apprendimento e fornire utili indicazioni e suggerimenti.



2.5 Sviluppare materiali didattici

I seguenti materiali didattici sono stati sviluppati come parte del corso online per i veterinari:

- Schema del corso online [\(vedi link\)](#)
- Corso online 12 unità [\(vedi link\)](#)
- Valutazioni del corso online [\(vedi link\)](#)
- Letture del corso online [\(vedi link\)](#)
- Rapporto di revisione della letteratura [\(vedi link\)](#)



3. Appendice

3.1 Materiale didattico:

Inglese

Greco

Polacco

Italiano