

## **GRUPPO 1 – ORDINAMENTO GENERALE**

1. LA PREVENZIONE DELLA CORRUZIONE: SOGGETTI E STRUMENTI
2. IL CICLO DELLA PROGRAMMAZIONE ECONOMICO-FINANZIARIA: PRINCIPALI FASI E STRUMENTI.
3. LA DIGITALIZZAZIONE DELLA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE: PRINCIPALI STRUMENTI DI USO CORRENTE
4. LA PROTEZIONE DEI DATI PERSONALI NELLA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE: SOGGETTI E STRUMENTI
5. IL PRINCIPIO DI SEPARAZIONE DELLE COMPETENZE TRA ORGANI POLITICI E ORGANI GESTIONALI: PRINCIPI E FINALITÀ
6. LA TRASPARENZA DELL'AZIONE AMMINISTRATIVA: FINALITÀ E LIMITI

## **GRUPPO 2 – LEGGE REGIONALE TURISMO**

1. AI SENSI DELL'ART.7 DELLA LR 27/2015 QUALI SONO LE FUNZIONI DEI COMUNI
2. AI SENSI DELL'ART. 10 DELLA LR 27/2015 MI PARLI DEI DISTRETTI DELL'ATTRATTIVITÀ DEL TERRITORIO E DISTRETTI DEL COMMERCIO
3. RUOLO E FUNZIONI DELLE PRO LOCO
4. FUNZIONI E SERVIZI DELLE STRUTTURE DI INFORMAZIONE E ACCOGLIENZA TURISTICA

5. LE STRUTTURE RICETTIVE SI DISTINGUONO IN ALBERGHIERE ED EXTRA ALBERGHIERE: ELENCHI LE DIVERSE TIPOLOGIE
6. COMPITI DI VIGILANZA E CONTROLLO IN MATERIA TURISTICA AI SENSI DELLA LR 27/15 DA PARTE DEI COMUNI
7. PARLI SINTETICAMENTE DELLA RACCOLTA DEL DATO STATISTICO E DELLA DIFFERENZA TRA PRESENZE TURISTICHE ED ARRIVI

### **GRUPPO 3 – TURISMO**

1. IL MARKETING DI DESTINAZIONE DA ISTITUZIONALE E DI PRODOTTO È OGGI SEMPRE PIÙ INNOVATIVO ED ESPERIENZIALE. SI COMMENTI.
2. SI ILLUSTRINO TUTTE LE FASI DELL'ESPERIENZA TURISTICA (LATO CONSUMATORE), INSISTENDO IN PARTICOLARE SU QUELLE DI MAGGIOR RILIEVO RISPETTO AL RUOLO DELL'ENTE PUBBLICO LOCALE.
3. MOLTE DESTINAZIONI INVESTONO OGGI NELLA ISTITUZIONE DI DMO. SI SPIEGHI COS'È UNA DMO E CHE FUNZIONI SVOLGE.
4. IL TURISMO È CARATTERIZZATO DA ASIMMETRIE INFORMATIVE. SI ILLUSTRINO LE PIÙ RILEVANTI E QUAL È LA FUNZIONE DELL'ENTE PUBBLICO RISPETTO A QUESTO.
5. COSA SI INTENDE PER BRAND (O MARCA) DI DESTINAZIONE E PERCHÉ L'ENTE PUBBLICO HA UN RUOLO RILEVANTE, SEBBENE

NON ESCLUSIVO, NELLA CREAZIONE E PROMOZIONE DI UN BRAND TERRITORIALE?

6. L'ATTENZIONE ALLE DESTINAZIONI TURISTICHE 'SMART' (O INTELLIGENTI) È SEMPRE PIÙ RILEVANTE ANCHE A LIVELLO DI POLITICHE DI SOSTEGNO ED INDIRIZZO DEL SETTORE. SU COSA DOVREBBE INVESTIRE UNA DESTINAZIONE PER TRANSITARE VERSO UN APPROCCIO 'SMART'?