

Nazwa: Pracownik informacji turystycznej

Kod: 422502

Synteza: Informuje klientów o typowych usługach turystycznych i specjalistycznych, atrakcjach podróży, walorach krajobrazowych miejsca pobytu oraz o warunkach świadczenia usług - wykorzystując gromadzone oferty, informatory, mapy, przewodniki i inne materiały oraz doświadczenia własne.

Zadania zawodowe: informowanie klientów o interesujących ich usługach turystycznych i paraturystycznych;
doradzanie klientom optymalnych tras turystycznych, środków komunikacji, bazy noclegowej, gastronomicznej, sportowej, rekreacyjnej, leczniczej czy pomoc przy wyborze rekomendowanych imprez kulturalno-rozrywkowych lub specjalności regionu;
udostępnianie zainteresowanym rozkładów jazdy, map, przewodników, katalogów, książek telefonicznych i kodowych, wykazów bazy noclegowej, usługodawców i imprez, a także innych materiałów informacyjno-reklamowych oferentów usług;
prenumerowanie, gromadzenie i systematyzowanie materiałów oraz dokumentów umożliwiających kompleksową obsługę interesantów;
współpraca z gestorami bazy noclegowej i innych usług dla turystów, a zwłaszcza z centralnymi dyspozycjami miejsc komunikacyjnych (lotniczych, kolejowych, autobusowych, żeglugowych, taksówkowych), noclegowych czy imprez turystycznych - w celu zdobycia aktualnych i atrakcyjnych informacji;
opracowywanie i aktualizowanie informacji o własnych usługach, obiektach, atrakcjach w celu ich promowania.

Dodatkowe zadania zawodowe: prowadzenie banków wolnych miejsc w lokalnych obiektach noclegowych czy na imprezy turystyczne;
obsługiwanie ogólnodostępnych lub specjalistycznych systemów rezerwacyjnych;
opracowywanie i przekazywanie zunifikowanych danych do regionalnych oraz centralnych baz danych o usługach i infrastrukturze turystycznej i paraturystycznej;
analizowanie jakości lokalnych usług i wydawanie informatorów oraz katalogów usług rekomendowanych;
uczestniczenie w giełdach, targach, wystawach i sympozjach turystycznych;
prowadzenie odpłatnej działalności usługowej na własny rachunek lub pełnienie funkcji agenta czy akwizytora oferty pracodawcy albo innych usługodawców;
prowadzenie własnych badań rynku oraz współpraca w tym zakresie z instytutami naukowymi, ośrodkami badań społecznych, a także wyspecjalizowanymi agendami organizacji i biur turystycznych.