

Master of Tourism Management

Sviluppo sostenibile, gestione e marketing
delle destinazioni turistiche

3 novembre 2004
28 ottobre 2005

Con il sostegno di



Provincia Autonoma
di Trento

In partnership con

®



indice

l'ambiente di apprendimento	pag. 1
il contesto di riferimento	pag. 2
i destinatari e le competenze sviluppate	pag. 3
gli sbocchi professionali	pag. 4
il metodo formativo	pag. 5
l'articolazione del percorso	pag. 7
i contenuti	pag. 8
il team di lavoro	pag. 15
eventi significativi dell'edizione 2003/2004	pag. 16
la partnership e le collaborazioni	pag. 17
le modalità di adesione e di frequenza	pag. 18
i soci fondatori	pag. 20
le attività di tsm	pag. 21
le sedi	pag. 22
scheda di iscrizione	pag. 23

In collaborazione con:

AITR - Associazione Italiana Turismo Responsabile
TURISMO TORINO
APT SERVIZI EMILIA ROMAGNA

I'ambiente di apprendimento

tsm-Trento School of Management, Consorzio costituito dalla Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura di Trento, dall'Università degli Studi di Trento e dalla Fondazione Cassa di Risparmio di Trento e Rovereto, è una **Scuola di Alta Formazione** per lo sviluppo di competenze manageriali innovative per la gestione di imprese, istituzioni e sistemi locali.

tsm è un ambiente di crescita, incontro e formazione, che supporta i percorsi di sviluppo delle persone in una prospettiva di life-long learning, la cui vocazione internazionale è garantita dalle partnership con università, istituzioni e aziende che danno vita a:

Relazioni con manager e docenti di importanti imprese e istituzioni nazionali e internazionali

Esperienze di studio e ricerca presso organizzazioni innovative

Stage in aziende nazionali e internazionali

Visite e workshop con imprese e istituzioni partner

La possibilità di studiare in Trentino può diventare l'occasione per sperimentare una realtà che è un dinamico laboratorio economico e sociale, espressione di un ambiente con un'alta qualità dei servizi, attento alla crescita e al benessere delle persone che vi abitano e vi soggiornano, nonché storico crocevia di culture diverse. Trento conserva il fascino artistico ereditato nei secoli dall'incontro tra la cultura italiana e quella mitteleuropea, cui si affiancano gli attuali progetti di sviluppo in chiave moderna ed eco-compatibile.

Il Trentino, riconosciuto a livello internazionale come esempio di sistema turistico integrato, si propone quindi come un laboratorio all'interno del quale affrontare e capire i temi inerenti allo sviluppo delle destinazioni turistiche. **Trentino Spa**, società di marketing territoriale del Trentino, quale partner del **Master of Tourism Management**, garantisce la possibilità di sperimentare sul campo progetti di ricerca e di lavoro, valorizzando la relazione tra teoria e prassi nel percorso formativo.

il contesto di riferimento

Una destinazione turistica è un luogo che offre un insieme di relazioni, prodotti, servizi, elementi naturali e artificiali, capaci di attrarre un certo numero di visitatori e di soddisfarne le attese sia dal punto di vista funzionale che da quello emozionale.

Per molti anni le destinazioni turistiche si sono sviluppate in modo incontrollato, seguendo la domanda con soluzioni individuali. L'aumento della competizione richiede tuttavia un approccio diverso, basato sulla formulazione di una strategia di offerta che pone la destinazione nella logica dello sviluppo del sistema locale.

Grazie ad una strategia condivisa, lo sviluppo turistico può assumere le caratteristiche di sostenibilità, le cui dimensioni distintive sono:

la **dimensione economica**, per assumere decisioni che rendano efficiente ed efficace l'impiego delle risorse disponibili

la **dimensione manageriale**, per valorizzare le potenzialità del territorio, valutare gli investimenti e assumere decisioni inerenti lo sviluppo, la competitività e il marketing della destinazione

la **dimensione politica**, per favorire il coinvolgimento della collettività nei processi di sviluppo economico e sociale del territorio

la **dimensione antropologica**, per comprendere le specificità culturali, storiche e artistiche del luogo e il rapporto esistente fra le popolazioni residenti e i turisti ospitati

la **dimensione ecologica**, per evitare uno sviluppo turistico non controllato che possa impoverire le risorse paesaggistiche e naturali danneggiando l'ambiente

i destinatari e le competenze sviluppate

Il **Master of Tourism Management** intende formare 30 laureati e laureandi al sostegno dei processi di sviluppo, gestione e marketing delle destinazioni turistiche all'interno di una logica di sostenibilità.

I partecipanti svilupperanno competenze per:

Ascoltare le istanze della comunità locale e sviluppare attività di cooperazione, negoziazione, gestione di reti e alleanze

Valorizzare i fattori di attrattiva turistica presenti all'interno della destinazione

Valutare le emergenze naturali e culturali del territorio

Progettare e realizzare attività di sviluppo turistico elaborando le relative ipotesi finanziarie

Gestire la qualità dell'offerta della destinazione nel suo insieme: dai servizi specifici (ricettività, infrastrutture, viabilità, attività commerciali) al monitoraggio della customer satisfaction

Favorire l'accesso dei turisti alla destinazione, sia in senso fisico, sia in senso immateriale, attraverso la disponibilità di informazioni prima, durante e dopo lo svolgimento della vacanza

Utilizzare le tecnologie dell'informazione e della comunicazione per il potenziamento dell'attività di management e marketing della destinazione, in particolare la creazione di siti Web per l'informazione e la prenotazione delle attrattive offerte

Definire, promuovere e commercializzare i prodotti turistici espressi dalla destinazione, considerando anche le relazioni attivabili con i tour operator e le agenzie di viaggio

gli sbocchi professionali

Il **Master of Tourism Management** fornisce agli allievi competenze spendibili:

all'interno di **strutture private** o **pubbliche** dedite alla promozione e allo sviluppo del territorio con particolare attenzione alle attività turistiche

all'interno di **imprese turistiche** dedite all'organizzazione dei viaggi (consorzi di operatori, tour operator, network di agenzie) o all'offerta di servizi turistici (alberghi o villaggi, attrazioni sportive, culturali o storiche, enti gestori di fiere), che focalizzano il proprio business sulla capacità di gestione dei flussi turistici

in **enti e società** che si occupano della progettazione, gestione e promozione di eventi sportivi, culturali, enogastronomici ad alto impatto turistico

in **società di consulenza** che si occupano di progetti di sviluppo delle destinazioni turistiche orientate alla sostenibilità



il metodo formativo

L'attenzione rivolta ad ogni singolo partecipante e la valorizzazione del rapporto tra docenti e studenti si concretizza nella scelta di un metodo formativo articolato in più attività:

Azioni di sostegno e di orientamento

Docenze e testimonianze

Laboratori di area

Viaggi di studio

Progetti di ricerca applicata (RBL-Research Based Learning)

Stage in azienda

Valutazione

Azioni di sostegno e di orientamento

tsm riserva una particolare cura al coordinamento dei processi d'aula attraverso:

- l'initial, attività svolta in avvio dell'azione formativa per la creazione del gruppo di apprendimento
- la tutorship, che accompagna l'intero processo di formazione con l'obiettivo di sostenere il percorso individuale
- il supporto ai partecipanti nella definizione del progetto professionale
- l'orientamento al lavoro.

Docenze e testimonianze

Le aree didattiche, curate direttamente dai docenti responsabili, saranno arricchite e valorizzate dal contributo di altri docenti universitari, esperti, consulenti e manager italiani e stranieri.



Laboratori di area

I contenuti delle aree didattiche saranno arricchiti da attività trasversali di laboratorio, nelle quali gli allievi si impegneranno, individualmente o in gruppo, nella realizzazione di progetti, report e ricerche, sperimentando attività fondamentali per lo sviluppo di capacità manageriali. I laboratori saranno organizzati facendo interagire fra loro le diverse aree didattiche, al fine di facilitare il confronto e il dialogo.

Viaggi di studio

Le visite guidate a destinazioni, attrazioni e organizzazioni turistiche, nonché la partecipazione a convegni e seminari di settore, completano le esperienze di apprendimento degli allievi, prevedendo una fase preparatoria in aula, l'accompagnamento da parte di un docente responsabile dell'iniziativa e l'incontro in loco con manager e responsabili delle strutture visitate.

Progetti di ricerca applicata

L'apprendimento basato sul metodo RBL-Research Based Learning caratterizza il percorso mediante un lavoro di ricerca-intervento sul campo, che nasce da esigenze concrete espresse da una committenza. In questo modo gli studenti applicano ad una situazione reale gli apprendimenti teorici conseguiti in aula sperimentandosi direttamente sul campo. Lavorando in gruppo e dovendosi confrontare con un compito definito, gli allievi imparano a gestire le situazioni incerte e conflittuali, a negoziare in modo più efficace i progetti di sviluppo delle aziende, a definire i contenuti progettuali.

Stage in azienda

Lo stage in azienda, in Italia o all'estero, è parte integrante del percorso formativo e permette di mettere in pratica, in un contesto organizzativo, i contenuti teorici appresi in aula. Inoltre consente l'acquisizione di competenze tecnico-professionali e trasversali attraverso l'inserimento in gruppi di lavoro appartenenti a culture diverse e fornisce la possibilità di confrontarsi con un'esperienza personale legata al vivere e all'organizzarsi in un contesto diverso da quello di provenienza.

tsm supporta gli allievi nella gestione del placement mediante la rete di aziende in Italia e all'estero, le docenze di esperti nell'area dell'orientamento e del trans-cultural management, le docenze di Information & Communication Technology per l'utilizzo evoluto di Internet e dei motori di ricerca e il supporto costante, in tutte le fasi della ricerca, del Servizio Placement di **tsm**.

Valutazione

La valutazione del processo e degli esiti dell'intero percorso formativo si concentra, in particolare, nelle fasi intermedie e nella fase finale di verifica e di restituzione e riguarda le singole aree di contenuto così come la gestione del processo di apprendimento. Si prevede inoltre la realizzazione di un project work conclusivo, finalizzato ad integrare gli apprendimenti per astrazione e quelli per immersione, discusso con una Commissione rappresentativa dell'intero percorso del Master.

l'articolazione del percorso

13, 14, 15 ottobre 2004	Selezioni
3 novembre 2004	Seminario di apertura del Master
4-5 novembre 2004	Fondazione del gruppo
8 novembre - 17 dicembre 2004	Avvio delle aree didattiche da parte dei Responsabili d'area
21 dicembre 2004 9 gennaio 2005	Vacanze natalizie
10 gennaio - 11 marzo 2005	Svolgimento delle attività didattiche condotte da docenti, professionisti e manager del turismo. Saranno effettuate anche visite guidate, viaggi di studio, esercitazioni, lavori di gruppo e individuali
14 marzo - 29 aprile 2005	Progetto di ricerca applicata (RBL- Research Based Learning). Gli allievi affronteranno un progetto di ricerca proposto da un'organizzazione turistica, che si concluderà con la presentazione dei risultati al committente
2 maggio - 24 giugno 2005	Proseguimento delle attività didattiche condotte da docenti, professionisti e manager. Saranno effettuate ulteriori visite guidate, viaggi di studio, esercitazioni, lavori di gruppo e individuali. Saranno inoltre previste azioni di sostegno all'orientamento professionale
4 luglio - 14 ottobre 2005	Stage in Italia o all'estero
28 ottobre 2005	Discussione e valutazione conclusiva del programma di formazione

i contenuti

Il **Master of Tourism Management** si articola in dieci aree fondamentali:

Destination management

Destination marketing: ruoli, attori, strumenti

Project Management per le destinazioni turistiche

Economia e politica del turismo, del territorio e dello sviluppo

Metodi di analisi statistica per il turismo

Organizzazione del settore dei viaggi e del turismo

Antropologia del turismo

Geografie affettive: immaginario ed esperienza turistica

Information Technology e Destination Management Systems

Qualità dei siti web delle destinazioni turistiche

Da queste aree scaturiscono, in una prospettiva interdisciplinare, i contenuti e i metodi di management che caratterizzano il percorso. Tutte le aree formative, coordinate da un Responsabile, saranno arricchite dall'intervento in aula di manager e di esperti provenienti da imprese e istituzioni italiane e straniere.

L'identificazione dei temi chiave attorno ai quali il Master è strutturato viene supportata dall'attività di ricerca condotta dal Gruppo eTourism dell'Università di Trento, coordinato dalla Prof.ssa Mariangela Franch.



Destination Management

Responsabile d'area: **Umberto Martini**

Docente di Economia e gestione delle imprese e di Marketing presso la Facoltà di Economia dell'Università degli Studi di Trento, dove è membro del gruppo di ricerca eTourism

L'area affronta la progettazione, l'organizzazione e la gestione dell'offerta turistica di un luogo, sia esso in fase di lancio, di crescita, di maturità o di declino. Il riferimento metodologico è a modelli di sviluppo sostenibile, nell'ambito dei quali il fenomeno turistico è letto nelle sue molteplici dimensioni (economica, sociale, ecologica). Particolare enfasi è data alle decisioni strategiche ed operative attraverso le quali si definiscono i prodotti e i mercati-obiettivo, in relazione sia all'intervento dell'ente pubblico (politica turistica, trasporti e infrastrutture, pianificazione territoriale, servizi collegati al turismo), sia all'azione di singoli attori turistici, anche nella prospettiva della creazione di alleanze e reti.

- ✓ Il passaggio da luoghi a destinazioni turistiche
 - La generazione e la gestione dei flussi turistici
 - La definizione di "destinazione turistica"
 - Management della destinazione e problemi di coordinamento
 - Network organizing
 - Ruolo e compiti di una Destination Management Company (DMC)
 - Assetti istituzionali ed elementi di governance di una DMC
 - Le dimensioni della qualità di una destinazione turistica
 - Destination management nelle diverse fasi del ciclo di vita delle destinazioni: dal lancio, al riposizionamento, alla gestione del declino
 - La progettazione e la costruzione di prodotti turistici
 - Le alternative di collocazione sul mercato dei prodotti offerti dalla destinazione

Destination Marketing: ruoli, attori, strumenti

Responsabile d'area: **Ernesto Rigoni**

Docente di Organizzazione e istituzioni del turismo presso l'Università IULM di Milano, Vicepresidente di TrentinoTis spa.

L'area affronta l'organizzazione dei sistemi turistici, compresi quelli della distribuzione, identificando i principali attori istituzionali e di impresa operanti a livello internazionale, nazionale, regionale e locale. Nell'analizzare metodi e tecniche di promozione, comunicazione e commercializzazione dei prodotti turistici espressi dalle destinazioni, particolare attenzione è dedicata al loro inquadramento in una prospettiva di responsabilità sociale del marketing.

- ✓ Principi generali di destination marketing
 - Elaborazione di piani di marketing per le destinazioni turistiche
 - Offerta turistica e organizzazione dei prodotti
 - Concentrazione e integrazione orizzontali e verticali tra soggetti dell'offerta e dell'intermediazione
 - Marketing territoriale e marchi territoriali
 - Analisi dei mercati e tecniche di posizionamento e segmentazione
 - Metodi, strumenti e tecniche della promozione turistica
 - Il sistema distributivo: agenzie di viaggi, tour operator, aggregazioni, e-commerce
 - Progetti di co-marketing
 - Le aggregazioni di scopo, i club di prodotto e di qualità
 - Marketing degli eventi
 - Fiere, workshop, educational, viaggi stampa

Il packaging turistico
Metodi concertativi e partecipativi del marketing interno

Un modulo dedicato alle pubbliche relazioni nel turismo approfondirà i seguenti temi:

- Comunicazione turistica e eventi
- Le relazioni con i media
- Target e opinione pubblica
- Crisis management
- Corporate social responsibility
- Comunicazione e tecniche pubblicitarie nel turismo

Project Management per le destinazioni turistiche

Responsabile d'area: **Loris Gaio**

Docente di Project Management presso la Facoltà di Economia dell'Università degli Studi di Trento

L'area intende indagare gli elementi identificativi e gli aspetti gestionali delle attività realizzate per progetto, soffermandosi in particolare sugli strumenti e sui metodi normalmente impiegati nel turismo. Particolare attenzione sarà posta sulla natura e sui caratteri del ciclo di vita dei progetti, secondo un approccio per fasi, distinguendo le attività relative a identificazione e selezione degli obiettivi, pianificazione e programmazione, controllo in itinere e verifica finale. All'interno dell'area è prevista la simulazione di un progetto in ambito turistico.

- ✓ Ciclo di vita dei progetti
 - Identificazione degli obiettivi di progetto
 - Gestione dei conflitti e negoziazione
 - Elementi di strategia e selezione delle alternative
 - Valutazione economica e valutazione finanziaria
 - Valutazione e gestione del rischio e dell'incertezza
 - Pianificazione delle attività
 - Programmazione e allocazione delle risorse
 - Controllo e monitoraggio nei progetti
 - Elementi organizzativi nelle imprese che lavorano su progetto
 - Gestione delle risorse umane nei progetti

Economia e politica del turismo, del territorio e dello sviluppo

Responsabile d'area: **Onorio Clauser**

Docente di Economia dello sviluppo presso la Facoltà di Economia dell'Università degli Studi di Trento

L'area definisce gli elementi costitutivi di un approccio sistemico al turismo, identificando le caratteristiche e le relazioni tra la domanda e l'offerta turistica, analizzando gli impatti economici, ambientali e socioculturali che si producono. Verrà data particolare importanza al ruolo della programmazione nel contenere gli impatti entro la massima capacità di accoglienza di una destinazione turistica e nel definire strategie di sviluppo sostenibile.

- ✓ Analisi microeconomica e macroeconomica del turismo
 - Sviluppo locale integrato, sistemi turistici locali e valorizzazione delle risorse
 - Sviluppo turistico sostenibile
 - Crescita e qualità ambientale
 - Programmazione economica e sistemi di incentivazione
 - Pianificazione territoriale e urbanistica
 - Turismo culturale, enoturismo e turismo gastronomico: cultura

dell'accoglienza del territorio
Certificazione di qualità ambientale (ISO 14001, EMAS, Ecolabel)
Europrogettazione (progetti Life, progetti Agenda 21 locale) e
modalità di accesso ai finanziamenti UE.

Metodi di analisi statistica per il turismo,

Responsabile d'area: **Pier Luigi Novi Inverardi**

Docente di Statistica presso la Facoltà di Economia dell'Università degli Studi di Trento dove è membro del gruppo di ricerca eTourism

L'area intende consentire agli allievi di impadronirsi degli strumenti fondamentali per l'analisi dei flussi turistici in un territorio, sia sul lato della domanda che su quello dell'offerta. In questo senso, saranno presentate le principali grandezze alla base dell'analisi del fenomeno turistico, le fonti informative, i metodi di produzione dei dati primari attraverso indagini di mercato. La costruzione di indici di impatto antropico consentirà inoltre di valutare la sostenibilità (economica ed ambientale) dei modelli di sviluppo turistico.

- ✓ Introduzione alla statistica come metodologia della ricerca
- Elementi di statistica descrittiva applicati al settore turistico
- La produzione e l'analisi dei dati statistici sul turismo
- Il sistema statistico del turismo
- Le rilevazioni statistiche sulla domanda turistica
- L'indagine statistica e la generazione di "nuovi" dati
- Tecniche di analisi multivariata utilizzabili nel turismo
- Indici di impatto e di carico antropico
- Statistica dell'ambiente

Organizzazione del settore dei viaggi e del turismo

Responsabile d'area: **Sabrina Taddei**

Imprenditrice, titolare di un'impresa turistica.

L'area intende presentare la struttura del mercato turistico, analizzando gli attori che, a livello nazionale ed internazionale, operano sul mercato, definendone gli obiettivi e le funzioni. Particolare attenzione sarà riservata al settore dell'intermediazione e alle organizzazioni la cui attività si rivolge a un turismo che privilegia la valorizzazione e il rispetto della diversità culturale e delle risorse ambientali.

- ✓ Analisi degli attori e delle tendenze nell'intermediazione commerciale nel turismo
- Analisi del settore alberghiero e del suo ruolo nell'offerta
- Sperimentazione diretta di alcune attività di organizzazione, di promozione e di vendita dei prodotti turistici all'interno dei principali canali commerciali
- Partecipazione guidata a fiere e borse del turismo
- Simulazione di transazioni commerciali e di attività di consulenza
- Testimonianze di imprenditori e manager del settore

Antropologia del turismo

Responsabile d'area: **Duccio Canestrini**

Antropologo, autore di numerosi volumi su aspetti rituali e simbolici della cultura turistica.

L'area affronta le dinamiche antropologiche del rapporto tra indigeni e forestieri, tra persone e culture, tra comunità ospitante e comunità visitante. Il territorio viene esplorato - con abbondanza di esempi e in maniera

comparata - come luogo che genera mitologie e ammette usi diversi, anche conflittuali. La didattica di quest'area si caratterizza per la sua multimedialità.

- ✓ Spirito del luogo, identità e senso di appartenenza
 - Perché si fa vacanza: lavoro ed evasione
 - Leisure time mobility
 - Elementi di ritualità turistica
 - La ricerca dell'autenticità
 - Destinazione paradiso: Eden naturali e villaggi di Cuccagna
 - Iperiturismo e deterritorializzazione
 - Fabbriche del divertimento e messa in scena dell'autenticità
 - Fenomenologia antituristica
 - Limiti etici del marketing del territorio
 - Antropologia culturale e sostenibilità dello sviluppo turistico

Geografie affettive, immaginario ed esperienza turistica

Responsabile d'area: **Paolo Miorandi**

Psicologo del lavoro e psicoterapeuta, svolge attività clinica e lavora come formatore. Direttore di percorsi di formazione manageriale in tsm.

- ✓ Le storie, i luoghi e i percorsi di formazione dell'immaginario turistico
 - L'immaginario nei processi di scelta della destinazione e di costruzione dell'esperienza turistica
 - Il viaggio nelle mitologie occidentali
 - Fughe permesse: turismo, disagio del quotidiano, follia
 - Palombari della memoria: il cibo nell'immaginario individuale e collettivo
 - Laboratorio di lettura, studio e ricerca sull'immaginario turistico

Information Technology e Destination Management Systems

Responsabile d'area: **Diego Calzà**

General Manager presso il Laboratorio di Ingegneria Informatica ed Analisi Organizzativa dell'Università degli Studi di Trento.

L'area analizza il ruolo delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione nell'ambito dei Destination Management Systems (DMS), con particolare importanza alle tecnologie e alle applicazioni che stanno emergendo nello sviluppo e nella gestione delle reti di micro e piccole imprese.

- ✓ Information & Communication Technology (ICT) e Turismo:
 - innovazione di business, tecnologica, organizzativa e culturale
 - Destination Management Systems: architetture informatiche, tecnologie ed applicazioni specifiche
 - Progettare DMS nel contesto delle reti di micro e piccole imprese: il coinvolgimento della committenza, le buone prassi sulle quali far leva, le tecnologie disponibili e quelle emergenti, i modelli di business per progetti economicamente sostenibili
 - La formazione come supporto all'innovazione tecnologica: e-learning e multimedialità nei nuovi scenari di formazione continua on the job nel turismo

L'area prevede inoltre:

- un progetto palestra, dedicato alla realizzazione di alcune componenti di un DMS, finalizzato allo sviluppo di competenze ed abilità manageriali sui processi d'innovazione tecnologica a supporto delle piccole e micro imprese turistiche;
- una tavola rotonda con imprenditori che offrono testimonianze in merito all'impatto delle tecnologie informatiche sul business delle loro aziende.

La qualità per il sito web delle destinazioni turistiche

Responsabile d'area: **Luisa Mich**

Docente di Progettazione dei sistemi informativi presso la Facoltà di Economia dell'Università degli Studi di Trento, dove è membro del gruppo di ricerca eTourism

L'area intende focalizzare l'attenzione sui diversi aspetti collegati alla valutazione della qualità del sito web di una destinazione turistica. A tal fine sarà introdotto un approccio sistemico basato su un modello concettuale originale denominato 7Loci. Il meta-modello consente di tener conto delle esigenze delle diverse categorie di operatori e di utilizzatori e di valutare e disegnare la qualità di un'applicazione web a diversi livelli di dettaglio.

- ✓ Ruolo del sito web per una destinazione turistica
 - Esigenze degli stakeholder: operatori, turisti, sviluppatori, enti
 - Componenti di un sito web
 - Modelli per la valutazione della qualità dei siti web
 - Il meta-modello di valutazione 7Loci
 - Il processo di valutazione di un sito web
 - Applicazione dell'approccio a siti di operatori
 - Valutazione dei siti web degli enti turistici regionali delle Alpi
 - La personalizzazione dei siti web

Trasversalmente alle diverse aree disciplinari, sono previste le seguenti attività:

Sostegno al riconoscimento dell'evoluzione delle competenze professionali

Responsabile: **Milena Casagranda**

Psicologa del lavoro e consulente di imprese private e pubbliche, esperta nei temi dell'orientamento

L'area si propone di supportare l'allievo nell'orientamento al lavoro attraverso un approfondimento dei propri interessi, competenze e capacità. Due sono i momenti fondamentali:

- restituzione dei colloqui di selezione
- azione di assessment center

Obiettivi:

- riconoscere le proprie potenzialità
- favorire lo sviluppo o il potenziamento della capacità di riflettere e apprendere dal confronto tra esperienze diverse, stimolando l'autoanalisi per incrementare la consapevolezza delle proprie risorse e valorizzarle nei contesti di lavoro.

L'attività si articola attraverso esperienze gruppali, colloqui individuali, e momenti di autovalutazione; si conclude con un'attività di rispecchiamento, restituzione, confronto e condivisione con ogni singolo allievo.

Negoziazione, conflitti e competenze manageriali nel turismo

Responsabile: **Giuseppe Varchetta**

Docente di Scienze Organizzative presso l'Università Milano Bicocca

I seminari trattano alcuni aspetti chiave dei processi organizzativi che collegano soggetti, gruppi e organizzazioni coinvolte nell'offerta turistica, nonché i temi dell'assunzione di decisioni in contesti turbolenti e della gestione dei conflitti e delle pratiche negoziali in contesti non caratterizzati da relazioni di tipo gerarchico, come sono quelli nei quali operano le organizzazioni turistiche territoriali.

- ✓ La prospettiva dell'attore e le problematiche del cambiamento e dello sviluppo organizzativo
Il costruito delle competenze, un nuovo metodo di gestione e sviluppo delle risorse umane
La realtà della leadership e la gestione della valutazione
La negoziazione e la gestione dei conflitti
Le risorse umane e lo sviluppo organizzativo nell'esperienza contemporanea

Tourism Management English

Dopo un test di accertamento linguistico gli allievi saranno suddivisi in gruppi e frequenteranno 40 ore di immersione nella lingua inglese.

Strumenti informatici di base

Nella fase iniziale del percorso gli allievi svolgeranno un'attività in aula informatica per appropriarsi delle conoscenze di base sui principali software di office automation.

Il metodo formativo è reso efficace grazie a team di lavoro formati da esperti che hanno maturato significativa esperienza nella formazione e permettono di presidiare tutti i processi legati ai percorsi di apprendimento. La scelta dei docenti che collaborano con **tsm** è legata al mantenimento dell'equilibrio tra l'interesse e la rilevanza scientifica e quella professionale e applicativa. Vengono così attivati contesti di apprendimento differenziati affidati a:

Direttore, responsabile dell'iniziativa formativa, coordina l'azione dei singoli docenti curando in particolar modo l'integrazione tra i diversi contenuti e il disegno complessivo del percorso.

Responsabile d'Area, esperto nella disciplina di cui si occupa, cura in particolar modo la qualità dei contenuti della didattica e il rapporto con i docenti che intervengono nell'area di competenza e i partecipanti alle iniziative formative.

Tutor, responsabile del gruppo di apprendimento, cura il rapporto tra i docenti e i partecipanti occupandosi dell'assistenza dell'intero percorso, degli ambienti, dei materiali e dei supporti didattici.

Network Manager, cura la relazione con il network di aziende partner di **tsm**, esplora le possibilità di placement a livello nazionale e internazionale per gli studenti del master e individua le opportunità di ricerca-intervento.

Direttore del Percorso

Prof. Umberto Martini

Professore Associato di Economia e gestione delle imprese presso la Facoltà di Economia dell'Università degli Studi di Trento. Svolge attività di ricerca nel campo del turismo all'interno del gruppo eTourism, dove coordina l'attività legata allo studio e al management delle destinazioni turistiche.

Tutor del Master

Dott. Alessandro Bazzanella

Ricercatore e formatore, è tutor di programmi Master presso **tsm-Trento School of Management**.

Network manager

Dott. Paolo Grigolli

Già direttore dell'Accademia di Commercio e Turismo di Trento e Responsabile Marketing di **tsm**, consulente su progetti di sviluppo turistico e di organizzazioni per la gestione di progetti di placement nazionali e internazionali.

eventi significativi dell'edizione 2003/2004

Visita alla Borsa internazionale del Turismo di Milano (BIT)
Visita alla Fiera del Turismo di Monaco di Baviera (CBR)
Visita ad una stazione invernale leader (Alpe di Pampeago - Obereggen)
Viaggio studio in Emilia Romagna, incontri con operatori del turismo e manager
Esplorazione del turismo enogastronomico nelle Langhe e incontri con i referenti
Visita al Touriseum di Merano
Visita alle Cantine Rotari a Mezzacorona (Trento) e incontro sul turismo del vino
Trekking all'interno del Parco Naturale Adamello Brenta e incontro con la direzione
Partecipazione a seminari e convegni sul turismo

Alcuni docenti del Master hanno tenuto durante l'anno alcuni seminari attorno a temi di particolare rilevanza.

Alfredo Somoza

Presidente dell'Associazione Italiana Turismo Responsabile
Turismo Sostenibile: tempo di management

Tom Selänniemi

Chairman of the Tour Operators' Initiative for Sustainable Tourism Development
The Sustainability Ethic and the Spirit of Tour Operating

Joseph Ejarque

Direttore Turismo Torino
Il marketing delle città e dei grandi eventi

Enrico Camanni

Direttore rivista Alpi
Turismo e sviluppo sostenibile nelle Alpi



Alfredo Somoza



Tom Selänniemi

la partnership e le collaborazioni

La partnership

Il **Master of Tourism Management** si svolge in partnership con **Trentino SpA**, società di marketing territoriale creata dalla Provincia Autonoma di Trento e dalla Camera di Commercio Industria Artigianato Agricoltura di Trento per la valorizzazione del Trentino.

La realizzazione del Master con **Trentino SpA** rappresenta un tratto distintivo per entrambe le istituzioni e una scelta altamente caratterizzante il percorso formativo, rispetto alla possibilità di realizzare progetti di ricerca e di stage e fornire l'occasione agli studenti di sperimentare sul campo le attività di comunicazione nell'ambito turistico.

Le collaborazioni

tsm-Trento School of Management ha attivato delle collaborazioni con alcuni enti ed istituzioni particolarmente significative rispetto alle aree di contenuto svolte nel Master, quali

AITR - Associazione Italiana Turismo Responsabile

TURISMO TORINO

APT SERVIZI EMILIA ROMAGNA

Gli ambiti di collaborazione riguardano gli stage formativi, la presentazione delle attività delle diverse organizzazioni, le testimonianze significative e l'individuazione di progetti di ricerca-intervento che verranno svolti dagli studenti del Master nella fase RBL-Research Based Learning.

Le modalità di adesione e di frequenza

Partecipanti

Giovani in possesso di diploma di laurea e laureandi fino a un massimo di **30 partecipanti**.

Per partecipare alle selezioni i candidati devono presentare la domanda di ammissione al Master entro l'**8 ottobre 2004** sull'apposito modulo, che può essere inviato direttamente dal sito internet **www.tsm.tn.it**.

L'ammissione al **Master of Tourism Management** avviene sulla base dei titoli e dei risultati conseguiti nelle prove di selezione, che si svolgeranno presso **tsm** nei giorni **13, 14 e 15 ottobre 2004** e impegneranno ciascun candidato per una sola giornata.

Ai candidati provenienti da una distanza superiore a 250Km da Trento è previsto un rimborso pari a **€ 100,00** a parziale copertura dei costi sostenuti per partecipare alle selezioni.

Le prove di selezione consistono in:

- una prova scritta di cultura generale
- un colloquio motivazionale individuale
- un colloquio di gruppo.

Di particolare rilievo risultano la motivazione e l'orientamento dei candidati a sviluppare apprendimenti e competenze per il management delle imprese turistiche.

Durata

9 novembre 2004 - 9 novembre 2005

6 mesi di formazione in aula

2 mesi di progetti di ricerca applicata

3 mesi di stage in aziende italiane o internazionali.

Condizioni di frequenza

Il Master richiede un impegno a tempo pieno, con obbligo di frequenza sia per le attività in aula, sia per quelle in azienda.

Le attività formative in sede si svolgono dal lunedì al venerdì con orario 9.00-13.00 e 14.00-18.00. L'attestato di frequenza verrà rilasciato ai partecipanti che abbiano frequentato almeno il 70% delle lezioni in aula e il 50% delle fasi di stage e superato l'esame finale.

Sede

Il Master of Tourism Management si svolge a Trento presso la sede di **tsm-Trento School of Management**, Palazzo Consolati, in via Santa Maria Maddalena 1.

Quota di partecipazione

La frequenza al Master è agevolata da finanziamenti dei partner di **tsm-Trento School of Management** e della Provincia Autonoma di Trento.

Rimane a carico dello studente una quota di **€ 6.000,00** (IVA inclusa) che comprende il materiale didattico fornito, l'utilizzo individuale del laboratorio informatico, la consultazione e il prestito di materiali e testi della biblioteca.

I **versamenti** devono avvenire tramite bonifico bancario presso:

tsm-Trento School of Management

P. IVA 01782430225

Cassa Centrale delle Casse Rurali Trentine - Sede di Trento

Via Segantini 51 - 38100 Trento

C/C 115177

ABI 03599 - CAB 01800

I versamenti devono essere effettuati alle seguenti scadenze:

Prima rata di € 3.000,00 all'atto dell'ammissione al Master

Seconda rata di € 3.000,00 entro il 30 maggio 2005

La quota dovrà essere pagata interamente anche in caso di ritiro dal corso e non sarà rimborsabile a nessun titolo.

Borse di studio

Per facilitare la frequenza al Master, **tsm** mette a disposizione:

- borse di studio da parte di enti e istituzioni sponsor dell'iniziativa
- borse di studio sulla base dei criteri reddituali e patrimoniali adottati dall'Opera Universitaria di Trento.

L'erogazione delle borse di studio avverrà a conclusione del percorso formativo subordinata ad una regolare frequenza con profitto.

Sono inoltre previste alcune borse di studio all'interno del programma dell'Unione Europea **Leonardo da Vinci** per coloro che svolgeranno lo stage in uno stato estero europeo a parziale copertura delle spese di viaggio, vitto e alloggio.



Leonardo da Vinci

Riserva

La Direzione della **tsm-Trento School of Management** si riserva la facoltà di apportare al piano di studi, alle condizioni di frequenza, ai requisiti per l'ammissione, all'organizzazione e al calendario del Corso ogni variazione che a suo giudizio dovesse risultare opportuna.

i soci fondatori

tsm-Trento School of Management nasce come Consorzio di istituzioni che trovano un forte tratto comune nell'impegno verso la valorizzazione del capitale sociale e nell'interesse alla promozione della conoscenza quale fattore strategico di sviluppo del sistema locale. La Camera di Commercio Industria, Artigianato e Agricoltura di Trento, l'Università degli Studi di Trento, la Fondazione Cassa di Risparmio di Trento e Rovereto condividono un patrimonio di know-how che, maturato nei rispettivi ambiti di attività, può essere fruttuosamente valorizzato in un progetto che risponde alla domanda di formazione, ricerca qualificata e specializzazione espressa dal sistema sociale, economico e imprenditoriale.

La **Camera di Commercio di Trento**, con la sua rete di relazioni nazionali e internazionali, è un soggetto privilegiato nell'individuazione della domanda di conoscenza e formazione proveniente dal tessuto socio-economico e, attraverso **tsm**, valorizza un'esperienza ventennale nella formazione manageriale e imprenditoriale e nella promozione di servizi innovativi a favore delle imprese e dello sviluppo locale svolta dall'Accademia di Commercio e Turismo.

L'**Università degli Studi di Trento**, valorizza con questa iniziativa le proprie capacità di ricerca e conoscenza scientifica nel campo dell'economia applicata ai processi organizzativi delle aziende e delle istituzioni, nello studio delle dinamiche sociali più significative e nelle applicazioni delle diverse discipline.

La **Fondazione Cassa di Risparmio di Trento e Rovereto**, che per statuto persegue scopi di utilità sociale e di promozione dello sviluppo economico, partecipa al Consorzio perché ritiene strategico l'obiettivo di creare un centro di eccellenza per la formazione manageriale, che abbia respiro internazionale e che stimoli la crescita del sistema locale.

La **Provincia Autonoma di Trento** sostiene l'iniziativa poiché vede in essa un fondamentale supporto alle capacità competitive dell'intero territorio e il concretizzarsi di un riferimento non solo trentino, per la qualificazione del management delle imprese private e della Pubblica Amministrazione.

tsm si occupa della ricerca relativa all'evoluzione del management in rapporto alle trasformazioni dell'economia e delle organizzazioni, all'analisi dello sviluppo delle competenze, allo sviluppo dei modelli e dei metodi della formazione e, in particolare, ai vincoli e alle possibilità di apprendimento nel corso della vita.

Tali azioni di ricerca si basano sulla consapevolezza dell'impossibilità di progettare e attuare attività di formazione senza conoscere il contesto economico, sociale e culturale con il quale si intende dialogare e prendono forma in attività di studio dei sistemi locali, delle competenze in uso, degli apprendimenti in atto e della loro possibilità di innovazione. Attraverso queste attività è possibile la sperimentazione della qualità e l'innovazione della didattica mettendole a fondamento delle azioni formative di **tsm**, strutturate nelle seguenti aree:

Master per laureati

Executive Master

Formazione per giovani diplomati

Programma di Formazione Manageriale

le sedi

Sede di tsm è **Palazzo Consolati**, in Via S. Maria Maddalena 1, a Trento. Il palazzo venne eretto per volere del conte Simone Consolati verso la fine del Settecento ad opera dell'architetto Sebastiano Boni in stile neorinascimentale. La facile raggiungibilità, le dotazioni didattiche coerenti con gli obiettivi della Scuola e la funzionalità dell'edificio, ottenuta mediante un progetto di ristrutturazione ad hoc, fanno di Palazzo Consolati un contesto ideale per la formazione dei giovani.



La sede del Master of Art and Culture Management è il **MART-Museo di Arte Moderna e Contemporanea di Trento e Rovereto**, a Rovereto. Tale scelta mira a valorizzare la relazione tra teoria e prassi all'interno del percorso formativo e la collaborazione tra istituzioni che condividono il progetto di "laboratorio della formazione e della conoscenza".



Sede del Programma di Formazione Manageriale è **Villa Bortolazzi** ad Acquaviva, sette chilometri a sud di Trento. L'ambientazione signorile, l'atmosfera raccolta e serena, la vicinanza alla città, il comodo parcheggio, i servizi di ristorazione di alto livello e le dotazioni didattiche, fanno di Villa Bortolazzi un ambiente ideale per la formazione di manager e imprenditori.



MASTER OF TOURISM MANAGEMENT

La scheda d'iscrizione può essere spedita a mezzo posta, fax, oppure può essere compilata online all'indirizzo www.tsm.tn.it e deve pervenire entro e non oltre l'8 ottobre 2004 a:

Spett. le tsm-Trento School of Management

Palazzo Consolati

Via S. Maria Maddalena 1 - 38100 Trento

tel. + 39 0461 883417 - 883414 fax + 39 0461 981910

www.tsm.tn.it

info@tsm.tn.it

Il sottoscritto

Nome

Cognome

chiede di essere ammesso alle selezioni del MASTER OF TOURISM MANAGEMENT

a tal fine dichiara di:

essere nato/a

Prov.

il

essere residente in via

n.

Comune

CAP

Prov.

Indicare solo se diverso dalla residenza

domicilio in via

n.

Comune

CAP

Prov.

Codice Fiscale

telefono

fax

e-mail

cellulare

di essere in possesso del titolo di studio

conseguito nell'anno

presso l'Università di

con votazione

titolo della tesi

di conoscere le seguenti lingue straniere:

Francese

Tedesco

Spagnolo

Inglese

Altro

Il sottoscritto dichiara di aver preso visione del presente modulo e di accettare interamente le sue condizioni e modalità. Autorizza altresì il trattamento dei dati personali ai fini della selezione e comunicazione in conformità alla normativa vigente.

Informativa - D.lgs. 196/03

I Suoi dati sono trattati per la finalità di adempimento contrattuale per la fornitura di beni o servizi; il conferimento dei dati è facoltativo; i Suoi dati saranno trattati con modalità manuali, informatiche e/o telematiche e non saranno comunicati a terzi né saranno diffusi. Il suo indirizzo di posta elettronica (qualora indicato) verrà utilizzato per l'invio di informazioni commerciali relativi ai nostri prodotti; Lei potrà rivolgersi (anche telefonicamente) al "Servizio Privacy" presso il titolare del trattamento per verificare i Suoi dati e farli integrare, aggiornare o rettificare e/o per esercitare gli altri diritti previsti dall'art. 7 del D.lgs 196/03,). La informiamo che il titolare del trattamento dei dati è la Trento School of Management con sede in Via Asiago 2 - Trento - Responsabile del Trattamento il Sig. Merz Luciano, domiciliato per la carica presso la sede del titolare (l'informativa completa è presente sul sito internet www.tsm.tn.it).

Data

Firma

WHAT IS SUSTAINABLE TOURISM

Sustainable tourism

```
graph TD; A[Sustainable tourism] --- B[Ecological sust.]; A --- C[Economical sust.]; A --- D[Socio];
```

Ecological sust.

Economical sust.

Socio



Conorzio **tsm**



CAMERA DI COMMERCIO
INDUSTRIA, ARTIGIANATO, AGRICOLTURA
DI TRENTO



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI TRENTO



FONDAZIONE
CASSA DI RISPARMIO
DI TRENTO E ROVERETO

tsm
Trento School of Management

Palazzo Consolati
Via S. Maria Maddalena, 1
38100 Trento - Italy
Tel.: +39 0461 883414
883417
Fax: +39 0461 981910

www.tsm.tn.it
info@tsm.tn.it