

tsm

TRENTINO
SCHOOL OF
MANAGEMENT



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI TRENTO
FACOLTÀ DI ECONOMIA

Master of Tourism Management

Sviluppo sostenibile, gestione e marketing delle destinazioni turistiche

Master Universitario di Primo Livello

5a edizione

5 novembre 2007

5 novembre 2008

Master di 1° livello

In partnership con
Trentino SpA
Società di marketing territoriale del Trentino



Il Master

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, infatti,

lo sviluppo turistico può essere sostenibile nella dimensione economica, socio-antropologica ed ecologica.

Il Master of Tourism Management affronta le principali questioni inerenti lo sviluppo, la gestione e il marketing dei territori turistici, offrendo un approccio completo e innovativo al destination management, nel quale la sostenibilità è intesa come condizione strategica per il mantenimento della competitività della destinazione.

Direttore del Master	prof. Umberto Martini
Tutor	dott. Alessandro Bazzanella
Network Manager	dott. Paolo Grigolli

I destinatari e le competenze sviluppate

Il Master si rivolge ad un massimo di 30 partecipanti:

Laureati in ogni disciplina, con una laurea triennale o specialistica
Laureati in ogni disciplina, con titolo universitario equipollente (triennale o superiore), conseguito presso un'università straniera
Laureandi in ogni disciplina, che conseguiranno il titolo entro la data di avvio del master.

I partecipanti svilupperanno competenze per:

Valorizzare i fattori di attrazione turistica presenti all'interno della destinazione.

Valutare le caratteristiche naturali, sociali e culturali del territorio ascoltando le istanze della comunità locale per sviluppare reti e alleanze tramite attività di cooperazione e di negoziazione. Pianificare l'offerta turistica della destinazione secondo criteri di sostenibilità economica, sociale e ambientale.

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

Favorire l'accesso dei turisti alla destinazione in senso fisico (trasporti, viabilità, mobilità interna) e in senso simbolico (disponibilità di informazioni, immagine).

Pianificare una strategia di comunicazione.

Definire, promuovere e commercializzare i prodotti turistici.

Utilizzare le tecnologie dell'informazione e della comunicazione per l'attività di management e marketing della destinazione, attraverso la progettazione di siti web e di sistemi informativi integrati.

Gestire la qualità dell'offerta della destinazione e la customer satisfaction analysis.

Le competenze sviluppate sono spendibili:

- all'interno di strutture private o pubbliche dedite alla promozione e allo sviluppo di prodotti turistici territoriali
- all'interno di imprese turistiche dedite all'organizzazione dei viaggi (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
- nella consulenza per lo sviluppo di progetti turistici.

Il metodo formativo

La qualità del Master è garantita dall'elevato livello dei docenti, manager e consulenti coinvolti e da un metodo formativo che valorizza il rapporto tra docenti e studenti. Diverse sono le metodologie adottate nel percorso: azioni di sostegno e di orientamento individuale; docenze e testimonianze; laboratori di area; viaggi di studio; progetti di ricerca applicata (RBL-Research Based Learning); stage in azienda in Italia o all'estero; valutazione.

Articolazione del percorso

18 giugno - 10 settembre - 8 e 10 ottobre 2007

Selezioni

5 novembre 2007

Avvio del Master

6 novembre - 14 dicembre 2007

Fondazione del gruppo e avvio delle aree didattiche da parte dei docenti responsabili

7 gennaio - 18 aprile 2008

Svolgimento delle attività didattiche condotte da docenti, professionisti e manager del turismo. Visite guidate, viaggi di studio, esercitazioni, lavori di gruppo e individuali

21 aprile - 27 giugno 2008

RBL-Research Based Learning: analisi e svolgimento di ricerche proposte da organizzazioni turistiche

7 luglio - 10 ottobre 2008

Stage in Italia o all'estero

5 novembre 2008

Chiusura del programma di formazione

I contenuti principali e i laboratori

Il Master adotta una prospettiva interdisciplinare e si articola nelle seguenti aree di contenuto, con i rispettivi Responsabili d'Area.

Are

Destination management

Umberto Martini, Università degli Studi di Trento

Destination marketing e distribuzione turistica

Ernesto Rigoni, Università IULM, Milano

Comunicazione e relazioni pubbliche

Alberto Mancinelli, Sociologo della comunicazione di massa

Project management per le destinazioni turistiche

Loris Gaio, Università degli Studi di Trento

Metodi di analisi statistica per il turismo

Pier Luigi Novi Inverardi, Università degli Studi di Trento

Antropologia del turismo

Duccio Canestrini, Antropologo del turismo

Geografie affettive: immaginario ed esperienza turistica

Paolo Miorandi, Psicologo del lavoro e psicoterapeuta

Information technology e destination management systems

Diego Calzà, E-tour srl

La qualità dei siti web delle destinazioni turistiche

Luisa Mich, Università degli Studi di Trento

Negoziazione, conflitti e competenze manageriali nel turismo

Giuseppe Varchetta, Università degli Studi Milano-Bicocca

Tourism English

I Laboratori

Figure professionali e competenze nel turismo

Costruzione di una mappa delle competenze e dei ruoli manageriali dell'offerta turistica

Piano di marketing

Creazione di un piano di marketing di una destinazione turistica

Fiere del turismo

Partecipazione alla BIT di Milano e all'ITB di Berlino per incontrare gli specialisti del trade e per analizzare sul campo la promozione e la commercializzazione del prodotto turistico

Laboratorio sulla destinazione

Studio dei metodi più appropriati per trasformare i beni e le risorse presenti in una destinazione nell'offerta turistica

Project management

Realizzazione di uno studio di fattibilità di uno specifico prodotto legato a un'area turistica

Qualità dei siti web

Applicazione del modello 7 LOCI sui portali delle destinazioni e delle strutture ricettive

Costruzione di un Destination Management System (DMS)

Realizzazione di un portale turistico per una destinazione

L'immaginario di viaggio

Riflessioni sul senso del viaggiatore e sui processi di costruzione dell'immaginario turistico applicati a una destinazione

Piano di comunicazione

Applicazione degli strumenti della comunicazione nella realtà delle destinazioni turistiche

Studio testi

Approfondimento di alcuni temi chiave del Master attraverso lo studio di testi e la presentazione del lavoro all'intera aula

Viaggi di studio

Viaggi di studio per apprendere esempi e pratiche particolarmente significative di aziende e destinazioni turistiche.

La partnership

Il Master è realizzato in partnership con Trentino SpA, Società di marketing territoriale del Trentino, e in collaborazione con alcuni enti ed istituzioni particolarmente significativi rispetto alle aree di contenuto svolte nel Master.

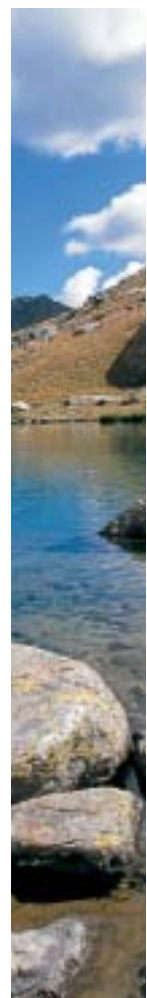
L'iscrizione

Per partecipare al Master of Tourism Management i candidati devono inviare la domanda di ammissione alle selezioni che può essere redatta su apposito modulo oppure compilata direttamente on-line sul sito www.tsm.tn.it. L'ammissione avviene sulla base dei titoli e dei risultati conseguiti nelle prove di selezione che si svolgeranno a Trento presso la sede di tsm nei giorni **18 giugno, 10 settembre, 8 e 10 ottobre 2007** e impegnano ciascun candidato per una sola giornata.

La frequenza al Master è agevolata da finanziamenti dei partner di tsm-Trentino School of Management. La quota a carico del partecipante ammonta a € 7.000,00 comprensiva del materiale didattico, delle spese sostenute per i viaggi di studio, l'utilizzo del laboratorio informatico e della casella di posta elettronica nominale attivata per ogni allievo.

tsm mette a disposizione borse di studio definite in base ai criteri reddituali e patrimoniali (bando disponibile on-line su www.tsm.tn.it) ed eventuali ulteriori borse di studio da parte di enti e istituzioni sostenitrici dell'iniziativa.

Per gli studenti che svolgeranno lo stage all'estero sono previste alcune borse di studio a parziale copertura delle spese di viaggio.





scheda d'iscrizione

La scheda d'iscrizione può essere spedita a mezzo posta o fax, oppure può essere compilata online all'indirizzo www.tsm.tn.it e deve pervenire entro e non oltre il **5 ottobre 2007** a:

Spett. le tsm-Trentino School of Management
Palazzo Consolati, Via S. Maria Maddalena 1 - 38100 Trento
tel. + 39.0461.883413 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.

ESSERE DOMICILIATO 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 Trentino School of Management con sede in Via S. Maria Maddalena 1 - 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

scheda d'iscrizione

scheda d'iscrizione

Alla domanda dovranno essere allegati i seguenti documenti:

- certificato di laurea o di diploma universitario in carta libera con indicazione del voto finale e votazione dei singoli esami sostenuti
- 4 fotografie formato tessera
- fotocopia del codice fiscale
- fotocopia della carta d'identità

tsm

TRENTINO
SCHOOL OF
MANAGEMENT