

Master

# Master of Tourism Management

Sviluppo sostenibile, gestione  
e marketing delle destinazioni  
turistiche

Master Universitario di Primo Livello  
sesta edizione  
3 novembre 2008  
9 novembre 2009



In partnership con  
**Trentino SpA**  
Società di marketing territoriale del Trentino

## Il Master

Il **Master of Tourism Management** è un Master Universitario di Primo Livello della Facoltà di Economia dell'Università degli Studi di Trento (60 crediti formativi).

Il Master 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.

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.

L'aumento della competizione turistica richiede nuove strategie, prodotti complessi costruiti sull'incontro tra peculiarità del territorio e nuove esigenze del turista: capacità di "stare" sul mercato secondo modalità d'avanguardia.

## Il valore di studiare in Trentino

tsm-Trentino School of Management è un laboratorio di formazione e conoscenza in stretto legame con il territorio di riferimento.

Nel corso degli ultimi decenni il Trentino ha saputo valorizzare la sua tradizionale attenzione alla comunità locale e all'alta qualità della vita, affiancando una vocazione internazionale nei settori dell'economia, della cultura e della ricerca. Oggi il Trentino può vantare una pubblica amministrazione tra le più avanzate d'Europa, un sistema turistico con caratteristiche d'avanguardia nel panorama nazionale e un'offerta culturale innovativa. La volontà di tsm di lavorare in settori legati al territorio non è, quindi, il frutto di una scelta localistica, bensì il tentativo di essere una struttura di supporto allo sviluppo locale e, allo stesso tempo, di valorizzare su scala più ampia le competenze e le risorse già esistenti.

Studiare la gestione della pubblica amministrazione, del turismo o dell'arte e della cultura in un territorio come il Trentino, che combina una buona capacità amministrativa con un'alta vocazione turistica e culturale, è un'opportunità importante per chi è attento alla propria crescita e vuole investire in settori che richiedono competenze specialistiche.

Studiare in Trentino può diventare, quindi, 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. Il Trentino si propone come luogo ricco di stimoli culturali e artistici, grazie all'offerta di concerti, cinema, teatro, così come di possibilità di svago, prime fra tutte le attività sportive e all'aria aperta.



## I destinatari e le competenze sviluppate

Il Master si rivolge ad un massimo di 30 partecipanti:

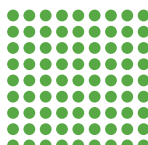
- Laureati in ogni disciplina, con una laurea triennale o specialistica o con titolo universitario equipollente (triennale o superiore), conseguito presso un'università straniera.
- Laureandi in ogni disciplina, che conseguiranno il titolo entro la data di avvio del Master.
- Lavoratori non laureati con particolari esperienze professionali possono essere ammessi al Master a discrezione della direzione in qualità di uditori, sino ad un massimo di due persone.

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.
- 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 scientifica del Master è garantita dalla collaborazione con il gruppo eTourism dell'Università degli Studi di Trento che dal 1996 sviluppa un'intensa attività di ricerca sulle tecnologie informatiche applicate al turismo e sulla sostenibilità nelle destinazioni turistiche. eTourism fornisce un importante apporto metodologico alle strategie formative di tsm e trasferisce competenze e conoscenze d'avanguardia su alcuni dei temi più attuali dell'economia turistica internazionale.

La partnership operativa con **Trentino SpA**, società di marketing territoriale del Trentino, e con altre organizzazioni turistiche, garantiscono la vicinanza del percorso con la dimensione operativa che attende gli studenti dopo il Master.

La strategia seguita è quella di far maturare nello studente un quadro di competenze, ancor prima di specifici saperi tecnici, al fine di creare una sorta di "bussola" capace di guidarlo nelle scelte complesse che attendono il manager del turismo di oggi.

La pluralità di esperienze, punti di vista e strategie turistiche è offerta dall'elevato numero e livello professionale dei docenti, manager e consulenti coinvolti. La strutturazione di lezioni, laboratori didattici, ricerche e stage è pensata per valorizzare un continuo rapporto tra docenti e studenti.

Fin dall'avvio del percorso verranno attivate azioni di sostegno e orientamento individuale per lo studente, riferite alle sue scelte di specializzazione e crescita professionale. I frequenti lavori di gruppo mireranno invece a sviluppare la capacità di agire in team gestendo relazioni e conflitti.

## Relazioni costanti con il mondo del lavoro

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.

La dimensione teorica del Master è accompagnata da un rapporto costante con il mondo del turismo attraverso:

- Fasi di aula alternate con esercitazioni sul campo e simulazioni operative.
- Testimonianze in aula di manager che presentano casi concreti di aziende turistiche.
- Laboratori didattici, realizzati in partnership con istituzioni e imprese turistiche.
- RBL (Research Based Learning): ricerca commissionata da un soggetto esterno, che definisce la domanda di lavoro, gli obiettivi e la tempistica. I risultati della ricerca sono poi presentati pubblicamente e dibattuti con la committenza.
- Stage in imprese ed istituzioni italiane o estere.



## Articolazione del percorso

6 giugno  
4 luglio  
12 settembre  
13 e 14 ottobre 2008

Presentazione Master e Selezioni

3 novembre 2008

Avvio del Master

6 novembre  
14 dicembre 2008

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

7 gennaio  
17 aprile 2009

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

20 aprile  
26 giugno 2009

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

6 luglio  
9 ottobre 2009

Stage in Italia o all'estero

9 novembre 2009

Chiusura del programma di formazione





## I contenuti

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

### Aree

#### 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

#### Psicologia del turismo

Paolo Miorandi, Psicologo del lavoro e psicoterapeuta

#### La progettazione partecipata dei sistemi di comunicazione web nel turismo

Diego Calzà, eTour s.r.l.

#### La valutazione della qualità dei siti web

Luisa Mich, Università degli Studi di Trento

#### Economia del turismo

Luigi Mittone, Università degli Studi di Trento

### Laboratori

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.

#### Costruzione di un Destination Management System (DMS)

Realizzazione di un portale turistico per una destinazione

#### 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

#### Figure professionali e competenze nel turismo

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

#### Laboratorio sulla destinazione

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

#### L'immaginario di viaggio

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

#### Qualità dei siti web

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

#### Piano di comunicazione

Applicazione degli strumenti della comunicazione nella realtà delle destinazioni turistiche

#### Piano di marketing

Creazione di un piano di marketing di una destinazione turistica

#### 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.

### Lezioni Speciali

#### Business Tourism

Rob Davidson, University of Westminster, Londra

#### Change management nelle destinazioni turistiche

Pietro Beritelli, Università di San Gallo, Svizzera

#### Frontiere del Destination Management

Josep Ejarque, Turismo Friuli Venezia Giulia

#### Innovazione, creatività, imprenditorialità

Alessandro Garofalo, Trentino Sviluppo

#### La sostenibilità nel turismo

Eugenio Yunis, World Tourism Organisation

#### Management e competenze

Giuseppe Varchetta, Università di Milano-Bicocca

#### Processi di costruzione di un brand territoriale

Massimo Fabbro, Crea International, Milano

#### Teatro e narrazione

Andrea Castellini, attore, Trento

## Lo staff di tsm

tsm supporta ogni azione formativa attraverso la sua struttura organizzativa interna che prevede servizi alla didattica, amministrativi, di comunicazione, di relazioni esterne, di information technology. Il metodo formativo è reso efficace grazie a team di lavoro formati da esperti con significative esperienze nella formazione che permettono di presidiare tutti i processi legati ai percorsi di apprendimento e all'inserimento professionale.

### Le figure di riferimento del Master

Direttore del Master

Umberto Martini

Tutor del Master

Alessandro Bazzanella

Network Manager

Paolo Grigolli

Responsabile Organizzativa

Francesca Maffei



## Lo Stage

Lo stage è il risultato di un processo di confronto e crescita tra tsm e studente. Durante il periodo delle lezioni d'aula viene esaminato il background dello studente e vengono ascoltate le aspettative. Parallelamente a ciò, lo staff di tsm costruisce ipotesi di lavoro verificando disponibilità e bisogni di organizzazioni di comprovata affidabilità. Ne nasce così un progetto condiviso tra studente e azienda, che verrà realizzato nel corso dello stage. Durante lo stage, lo staff di tsm supervisiona il lavoro dello studente e lo sostiene nel percorso e nelle scelte che si presentano. Al termine, lo studente elabora un project work di analisi dei diversi aspetti professionali e personali che hanno caratterizzato l'esperienza di stage.

Le aziende che collaborano con tsm sono:

Abbey Tours, Dublino	Ente Autonomo per le Fiere di Verona	Provincia autonoma di Trento-Osservatorio
ADAC-Allgemeiner Deutscher Automobil-Club, Monaco	Évora Tourism Region	Provinciale per il Turismo, Trento
Aida s.r.l., Firenze	Fort Village Le Meridien, Cagliari	Provincia di Rovigo
AITR-Associazione Italiana Turismo Responsabile, Bologna	Four Seasons Canary Wharf, Londra	Sanremo Promotion S.p.a.
Alpetour Tourische GmbH, Starnberg	Icono Serveis Cultural, Barcelona	Sheraton Hotel, Dubai
Ambiente Italia s.r.l., Roma	Informest, Gorizia	SL&A, Roma
Associação Caiçara de Promoção Humana, Icapui Ceará, Brasile	Isle of Wight Tourism, Isle of Wight	Solares Fondazione Culturale, Parma
Associazione Tremembè Onlus, Trento	JWThompson, Milano	Sydney Convention and Visitors Bureau, Sydney
Axis Sales&Marketing, Londra	La Riviera dei Sogni Travels, Chiavari	Teignbridge District Council, Newton Abbot
Barcelona on line, Barcelona	Lindbergh Tour & Travel, Amsterdam	The Lisbon Consortium, Lisbona
BITS-Bureau International de Tourisme Social, Bruxelles	Mandarin Oriental Hotel Group, Londra	The Real Hotel Company Plc (CHE Hotel Groups Plc), Londra
Brain Emotions, Verona	Mirabilandia, Ravenna	Tiscover AG, Innsbruck
C+C Contact&Creation, Francoforte	Museo degli Usi e dei Costumi della Gente Trentina, San Michele all'Adige	Tourism Concern, Londra
Campbell Gray Hotels, One Aldwych, Londra	Nexes Interculturals de Joves per Europa, Barcelona	Trentino SpA., Trento
Città dei Castelli Ciliegi s.r.l., Modena	Odyssey International, Dublino	Turismo Friuli Venezia Giulia
Comune di Sanremo	Parco Naturale Adamello-Brenta, Strembo	Turismo Torino, Torino
Comune di Venezia	Planet Viaggi s.r.l., Verona	University of Lapland, Rovaniemi
Consorzio Adamello Ski, Passo Tonale	Platinumlinks, Londra	Viajes Abacco Tax Tour S.a., Barcelona
	Pontificia Universidad Catolica de Chile, Villarica-Chile	Xarxa de Consum Solidari, Barcelona
		Yllas Travel Ltd, Akaslompolo

## Modalità di iscrizione e selezione

Per partecipare al Master of Tourism Management è necessario:

- 1 compilare la **domanda di iscrizione** direttamente on-line sul sito [www.tsm.tn.it](http://www.tsm.tn.it).
- 2 inviare i seguenti documenti alla Segreteria del Master:
  - 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

L'ammissione al Master avviene sulla base dei titoli e dei risultati conseguiti nelle prove di selezione che si svolgeranno a Trento con il seguente calendario:

Giorni	6 giugno, 4 luglio, 12 settembre, 13 e 14 ottobre
Attività della giornata	<p><i>mattino</i> ore 11.00 &gt; Presentazione del Master</p> <p><i>pomeriggio</i> ore 14.00 &gt; Selezione</p> <p>La procedura di selezione prevede:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• l'analisi della domanda di ammissione e del dossier del candidato</li> <li>• un colloquio motivazionale individuale con la Direzione del percorso</li> </ul>

La frequenza al Master of Tourism Management è agevolata da finanziamenti dei partner di tsm-Trentino School of Management. La quota di iscrizione al Master a carico del partecipante ammonta a € 7.000,00 e comprende:

- il materiale didattico
- i testi di studio
- le spese di trasporto e alloggio per i viaggi di studio
- l'utilizzo individuale del laboratorio informatico e una casella personale di posta elettronica.

## Servizi e agevolazioni

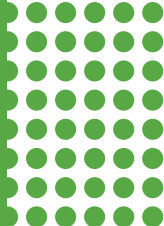
Gli allievi iscritti al Master of Tourism Management potranno usufruire dei servizi messi a disposizione dall'Opera Universitaria di Trento. A ciascuno studente sarà rilasciata la carta dello studente per poter accedere e fruire:

- dell'accesso ai posti alloggio per gli allievi fuori sede
- dell'accesso a tariffa agevolata al servizio ristorazione
- della fruizione di sconti e agevolazioni su iniziative culturali ed ingressi a centri sportivi convenzionati.
- dell'accesso alle risorse del Sistema Bibliotecario di Ateneo e del Catalogo Bibliografico Trentino (CBT).

## Borse di studio

tsm mette a disposizione borse di studio definite in base ai criteri reddituali e patrimoniali (bando disponibile on-line su [www.tsm.tn.it](http://www.tsm.tn.it)) ed eventuali ulteriori borse di studio da parte di enti e istituzioni sostenitrici dell'iniziativa. tsm offre la possibilità agli allievi iscritti al Master di richiedere prestiti sull'onore presso istituti di credito convenzionati. Tale possibilità è riservata a tutti gli ammessi, compresi gli assegnatari di una borsa di studio, che risultino regolarmente iscritti al corso.

Per informazioni: Segreteria Master of Tourism Management  
 Francesca Maffei  
 tel. 0461.883413  
[info@tsm.tn.it](mailto:info@tsm.tn.it)  
[www.tsm.tn.it](http://www.tsm.tn.it)



## Master of Tourism Management

Sviluppo sostenibile, gestione  
e marketing delle destinazioni  
turistiche

Master Universitario di Primo Livello

**tsm**  
**Trentino School of Management**  
Società consortile a responsabilità  
limitata per la formazione permanente  
del personale

Palazzo Consolati  
Via S. Maria Maddalena 1  
38100 Trento - Italy

Tel.: +39 0461 883417  
Fax: +39 0461 981910  
E-mail: [info@tsm.tn.it](mailto:info@tsm.tn.it)

[www.tsm.tn.it](http://www.tsm.tn.it)



PROVINCIA AUTONOMA  
DI TRENTO



CAMERA DI COMMERCIO  
INDUSTRIA, ARTIGIANATO, AGRICOLTURA  
DI TRENTO



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI  
DI TRENTO