

Master of Tourism Management – Sviluppo sostenibile, gestione e
marketing delle destinazioni turistiche
III edizione

Ente organizzatore: Trento School of Management

Sede: Trento

Data di avvio: novembre 2005

Requisiti: Il Master of Tourism Management è rivolto a giovani in possesso di diploma di laurea triennale e/o quadriennale e a laureandi fino ad un massimo di 30 partecipanti.

Ammissione: L'ammissione al Master of Tourism Management avviene sulla base dei titoli e dei risultati conseguiti nelle prove di selezione. Le prove di selezione consistono in:

- un test psico-attitudinale
- una prova scritta di cultura generale
- un colloquio di gruppo
- un colloquio motivazionale individuale

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

Quota di partecipazione: La quota a carico del partecipante ammonta a € 7.000,00 comprensiva del materiale didattico fornito, delle spese sostenute per i viaggi di studio, dell'utilizzo individuale del laboratorio informatico e di una casella personale di posta elettronica nominale attivata per ogni studente. La frequenza al Master è agevolata da finanziamenti dei partner di tsm-Trento School of Management e della Provincia Autonoma di Trento che mettono a disposizione:

- n. 2 borse del valore di € 7.000,00 a copertura totale della quota di iscrizione al corso;
- n. 2 borse del valore di € 3.500,00 a copertura parziale (50%) della quota di iscrizione al corso.

Descrizione Master

Obiettivi: Il Master of Tourism Management intende formare fino a 30 laureati e laureandi alla gestione dei processi che conducono allo sviluppo, alla gestione e al marketing delle destinazioni turistiche all'interno di una logica di sostenibilità. 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, lavorando sul trade-off fra sostenibilità e competitività.
- 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 attraverso azioni pubblicitarie, eventi e pubbliche relazioni.
- Definire, promuovere e commercializzare i prodotti turistici espressi dalla destinazione, considerando anche le relazioni attivabili con il settore dell'intermediazione turistica.
- Utilizzare le tecnologie dell'informazione e della comunicazione per il potenziamento dell'attività di management e marketing della destinazione, attraverso la creazione di siti web e di sistemi informativi integrati.
- Gestire la qualità dell'offerta della destinazione e il monitoraggio della sua percezione da parte degli ospiti (customer satisfaction analysis).
- Raccogliere, elaborare e interpretare dati attinenti al fenomeno turistico nella destinazione attraverso ricerche sul campo e analisi di data-base esistenti.

Durata: il master è annuale e si articola in 6 mesi di formazione in aula, 2 mesi di progetti di ricerca applicata, 3 mesi di stage in aziende italiane o internazionali.

Metodo didattico: il corso prevede lo svolgimento di attività didattiche in aula, visite guidate, viaggi di studio, esercitazioni, lavori di gruppo ed individuali.

Seguendo il metodo RBL-Research Based Learning, gli allievi affrontano un progetto di ricerca proposto da un'organizzazione turistica, che si concluderà con una presentazione dei risultati al committente.

Saranno inoltre previste azioni di sostegno all'orientamento professionale attraverso l'assessment center.

Aree di studio:

- Destination management
- Destination marketing e distribuzione turistica
- Pubbliche relazioni e comunicazione
- Project management per le destinazioni turistiche
- Metodi di analisi statistica per il turismo
- Antropologia del turismo
- Geografie affettive: immaginario ed esperienza turistica
- Information Technology e destination management systems
- Qualità dei siti web delle destinazioni turistiche
- Negoziazione, conflitti e competenze manageriali nel turismo

Docenti: Le attività didattiche vengono condotte da docenti, professionisti e manager del turismo.

Attestato finale: L'attestato di frequenza viene 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.

Sbocchi occupazionali: Il Master 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;
- in iniziative di lavoro autonomo di carattere consulenziale.

La partnership: Il Master of Tourism Management si svolge in partnership con Trentino SpA, società di marketing territoriale. 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. 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.

AITR-Associazione Italiana Turismo Responsabile

APT Servizi Emilia Romagna

Comune di San Remo

Parco Adamello Brenta

Turismo Torino

Contatti: tsm-Trento School of Management - www.tsm.tn.it

Palazzo Consolati, via S. Maria Maddalena 1 - 38100 Trento - tel
0461.883417, 0461.883414 - fax 0461.981910 - info@tsm.tn.it