

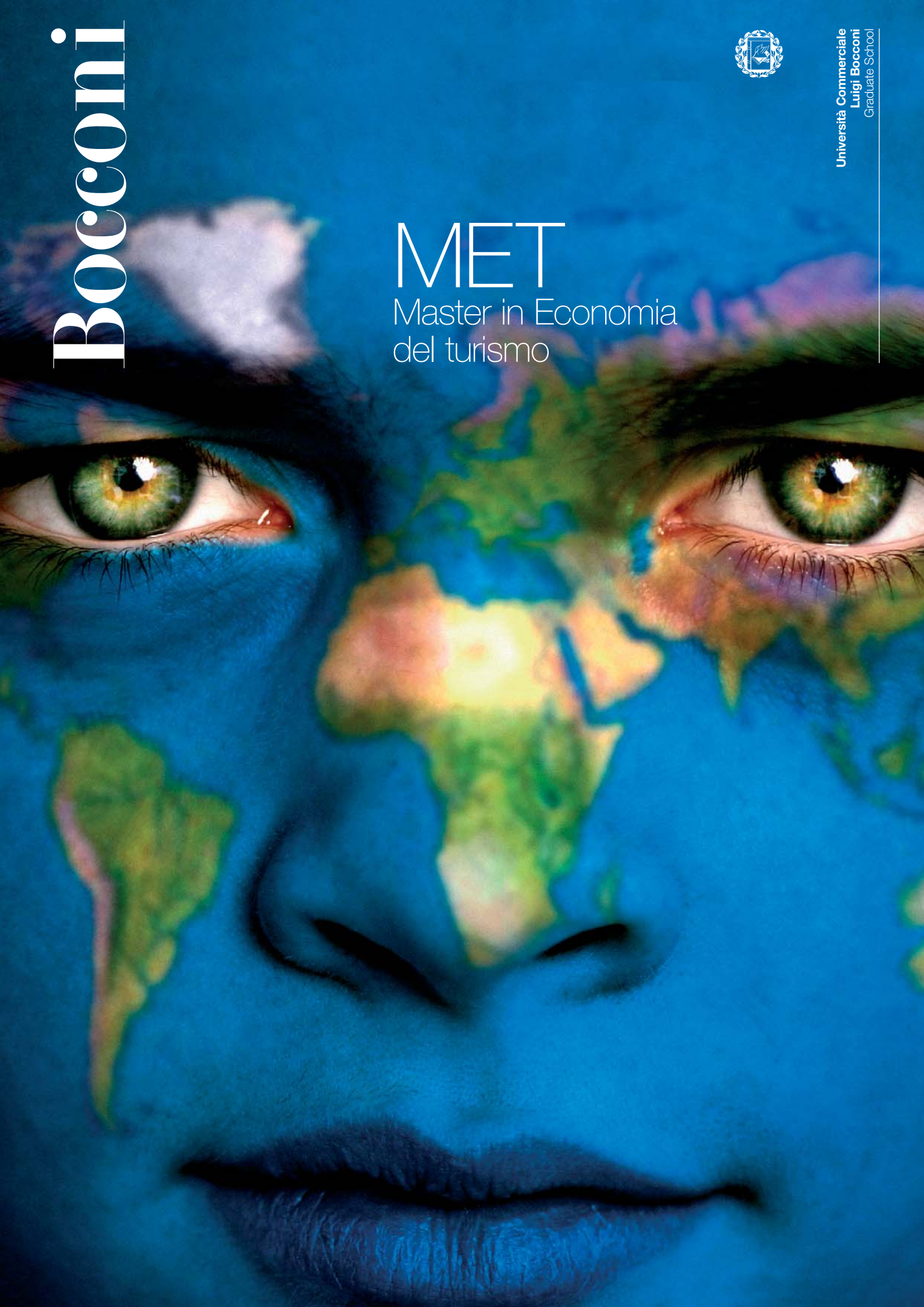
Bocconi



Università Commerciale
Luigi Bocconi
Graduate School

MET

Master in Economia
del turismo





MET

Master in Economia del turismo

La crescente attenzione con la quale si guarda oggi al turismo come a un settore trainante dell'economia porta sempre più in primo piano le esigenze di formazione e professionalizzazione all'interno del comparto.

Il master in Economia del turismo attinge al patrimonio di competenze dell'Università Bocconi nella formazione in ambito turistico, consolidate in oltre vent'anni di esperienza. L'elevata qualità dei corsi proposti, il continuo aggiornamento dei programmi e dei docenti, unitamente al costante impegno di tutto il team di lavoro per essere sempre più vicini agli operatori del settore e al mercato del lavoro, hanno permesso al MET di ottenere dal 2002 la certificazione secondo il sistema TedQual, sviluppato dal UNWTO (World Tourism Organization) - Themis Foundation.

Durante il corso i partecipanti hanno modo di conoscere il settore del turismo in tutti i suoi aspetti: dai soggetti che vi operano alle dinamiche di relazione fra questi; dai principali segmenti di domanda al trend dell'offerta a livello mondiale; dai più moderni strumenti di management fino alla valorizzazione delle risorse turistiche. E per chi desidera specializzarsi in questo settore, pur non avendo conseguito una laurea in economia, il master dà l'opportunità di apprendere, anche attraverso un corso propedeutico, tutti gli strumenti per operare nel turismo ad alti livelli e con un'impronta fortemente manageriale, tipica della nostra Università.

Magda Antonioli
Direttore del MET



Obiettivi formativi

Il Master in Economia del turismo è un programma di studi che risponde alle esigenze di formazione di coloro che vogliono operare nel comparto turistico a livello manageriale con competenza, consapevolezza e sensibilità.

Mai come nel turismo, tra i comparti a maggiore intensità di capitale umano, è infatti fondamentale il ruolo **della formazione delle risorse umane** per rispondere in modo innovativo ai numerosi cambiamenti in atto nel mercato e per garantire una migliore qualità dei servizi.

Oltre ad approfondire le aree tipiche del management delle aziende turistiche, il master si contraddistingue per l'importanza riconosciuta alle tematiche di economia e politica del turismo, destination management e information technology.

Destinatari

Il MET si rivolge a **laureati in ogni disciplina**, italiani o stranieri, con poca o nessuna esperienza professionale in ambito turistico, ma anche a specialisti del settore che vogliono acquisire ulteriori strumenti di gestione e a professionisti con esperienza pluriennale in altri ambiti.

Lo scambio di conoscenze che deriva dal confronto tra partecipanti – diversi per età, percorsi di formazione, esperienze professionali e origine geografica – costituisce una delle caratteristiche della classe del MET e rappresenta un'insostituibile occasione di crescita. Sono previsti moduli integrativi per bilanciare l'eterogeneità dei partecipanti.

Struttura del programma e piano di studi

Il programma del MET si basa su **metodologie attive di insegnamento**. In aggiunta alle lezioni tradizionali, il master prevede discussioni di casi, esercitazioni, lavori di gruppo, incontri con testimoni aziendali italiani e stranieri. Le ore in aula sono integrate da sessioni sul campo, in-company training ed educational tour.

Il **piano di studi** è strutturato in diverse aree disciplinari:

Fondamenti di economia

• Introduzione all'economia (propedeutica)

Offre un bagaglio di conoscenze economiche di base soprattutto a coloro che provengono da lauree in discipline non economiche.

• Economia: mercati, istituzioni e scenari (5 crediti)

Fornisce le metodologie di analisi del sistema economico e analizza i meccanismi di funzionamento dei sistemi nazionali e internazionali.

Economia e politica del turismo e del territorio

• Economia del turismo (6 crediti)

Analizza, in un'ottica micro e macroeconomica, gli attori della domanda e dell'offerta, le "regole del gioco" in contesti quali i distretti turistici, le motivazioni della domanda, gli investimenti e specifici mercati (quali lusso, terme, crociere ecc.).

• Politica del turismo (7 crediti)

Analizza gli obiettivi e gli strumenti delle politiche del turismo, realizzate a livello nazionale e internazionale, allo scopo di formare le competenze necessarie per identificare ambiti e modalità di intervento in settori (ospitalità, intermediazione, trasporti ecc.) e segmenti di rilievo (culturale, congressuale, enogastronomico ecc.).

• Organizzazione e programmazione del territorio (6 crediti)

Si incentra sullo sviluppo delle destinazioni turistiche con attenzione alle tematiche di sostenibilità ambientale, destination management, marketing territoriale e programmazione strategica.



Management delle aziende turistiche

• Economia delle aziende turistiche (18 crediti)

Affronta le tematiche tipiche del management aziendale applicate all'interno del contesto turistico e ripartite in 4 moduli:

- **Marketing:** fornisce gli strumenti di marketing management necessari per definire il tourist service-concept, segmentare il mercato, analizzare la concorrenza e comunicare in modo efficace un prodotto;
- **Organizzazione, personale e comportamento:** considera le necessità organizzative di un'impresa turistica fornendo le competenze necessarie per progettare l'assetto strutturale più coerente, scegliere le persone migliori e motivarle;
- **Strategia, amministrazione e controllo:** affronta il tema della valutazione della performance e del governo economico delle aziende turistiche al fine di guidare l'analisi del business attraverso la costruzione del bilancio d'esercizio e di conti economici per area di risultato, la misurazione della performance e la misurazione dei costi di erogazione dei servizi;
- **Finanza aziendale:** offre gli strumenti indispensabili per affrontare l'analisi, la valutazione e la pianificazione finanziaria degli investimenti nel settore turistico-alberghiero.

• Legislazione (3 crediti)

Fornisce lo schema di riferimento per affrontare le problematiche legislative con particolare enfasi sugli aspetti di contrattualistica (forme di gestione e di affiliazione alberghiera e disciplina dei contratti di viaggio e turismo).

• Sistemi informativi e tecnologie di comunicazione (5 crediti)

Offre strumenti metodologici e di analisi per un utilizzo efficace delle nuove tecnologie per il management delle aziende e dei territori turistici (GDS, OLTA, social media ecc.) e per una corretta interpretazione del rapporto fra le componenti tecniche e quelle comunicative alla luce di abitudini, preferenze ed esigenze dei consumatori.

Project work/Stage

Durante il MET gli studenti svolgono un **project work** di gruppo attraverso cui sviluppano e approfondiscono tematiche proposte direttamente dalle imprese con cui il master collabora, applicano i modelli appresi in aula a casi reali e sperimentano la loro abilità nel lavorare in team. Un'ulteriore occasione per comprendere il mercato di sbocco e orientare le scelte di sviluppo professionale è offerta dallo **stage** che i partecipanti possono svolgere durante il corso presso le aziende e le istituzioni del settore turistico con cui il MET ha sviluppato stretti legami di collaborazione.

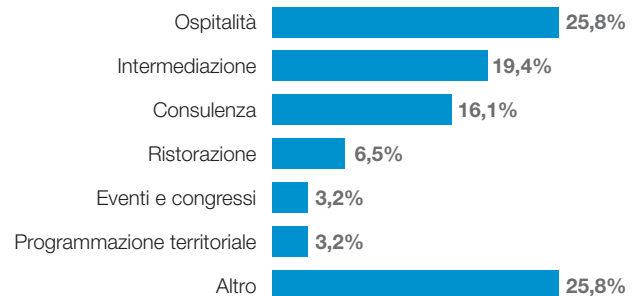
Il MET dura **9 mesi, da ottobre a giugno**, con frequenza obbligatoria. Le lezioni si tengono il venerdì (15-19) e il sabato (9-18) cui si aggiungono 3 settimane full-time, distribuite lungo l'anno. La partecipazione al master è dunque compatibile con un'eventuale posizione lavorativa. Il positivo completamento del percorso di studi comporta il conseguimento di 64 crediti formativi, congiuntamente al rilascio del titolo di Master universitario di primo livello in Economia del turismo.

Sbocchi professionali

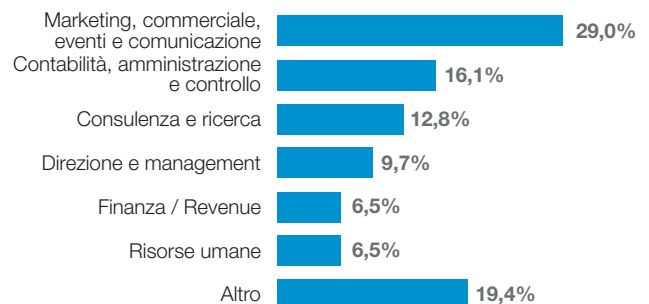
Attraverso un approccio interdisciplinare e un continuo confronto con le imprese e le istituzioni, i diplomati MET sviluppano una visione complessiva del settore e acquisiscono competenze specifiche

Dati di placement*

Per settore aziendale



Per funzione aziendale



*Diplomati a giugno 2011, a un anno dal conseguimento del diploma



indispensabili per operare all'interno di **tutti i comparti del turismo** (ospitalità, intermediazione, MICE, trasporti, crociere, ristorazione, cultura, pubblica amministrazione, consulenza ecc.). La rete di relazioni costruita durante il corso costituisce inoltre una risorsa personale e professionale importante per quanti intendono gestire proprie **attività imprenditoriali**.

Il master intrattiene inoltre proficui **rapporti di collaborazione** con gli organismi dell'Unione Europea, con il UNWTO, il WTTC, l'AIEST, l'ATLAS e con il Governo Italiano.

Infine, il MET è membro di HOSCO, community online che favorisce il placement dei partecipanti all'estero.

Faculty

La faculty del MET è costituita da docenti dell'Università Bocconi e della SDA Bocconi School of Management, che intrattengono regolari rapporti di collaborazione con imprese, centri di ricerca, istituzioni ed enti del settore turistico, oltre che da docenti di altre università italiane e straniere e da esperti del settore.

Selezione e ammissione

Il processo di selezione prevede la valutazione dei seguenti elementi:

- colloquio;
- curriculum vitae e risultati scolastici;
- lettera di motivazione;

- risultati del test attitudinale svolto presso Bocconi o in alternativa GMAT o GRE.

Gli interessati possono iscriversi al MET, a partire da aprile, seguendo la procedura online su

www.unibocconi.it/ammissionimaster

Dettagli sulle procedure di ammissione e scadenze sono disponibili su www.unibocconi.it/met

Costi e finanziamenti

Il costo del MET è di 11.500 euro. Il pagamento copre il materiale didattico e l'accesso a tutte le strutture della Bocconi.

A copertura dei costi del master, i partecipanti possono beneficiare degli accordi speciali tra l'Università Bocconi e alcuni istituti di credito, che consentono di ottenere un prestito a tasso agevolato. Inoltre i candidati più meritevoli possono accedere a borse di studio o ad altre forme di sostegno finanziario messe a disposizione da enti e società. Gli interessati devono seguire personalmente l'intera procedura su www.unibocconi.it/finanziamentimaster

Tutte le informazioni sul programma sono disponibili su www.unibocconi.it/met

L'Università Bocconi si riserva il diritto di modificare programmi, tempi e docenti indicati nella presente brochure

Dai nostri Alumni

Iljana Angelova

AS Hotels

Laureata in Finanza in Bulgaria, ho poi deciso di specializzarmi nel settore turistico attraverso il MET grazie al quale sono entrata al Milan Hotel Marriott avviando il progetto di Customer Care. Sono poi diventata Resident Manager presso l'Idea Hotel Milano Malpensa, ruolo che oggi ricopro per AS Hotels. Dopo qualche anno e diverse sfide, gli insegnamenti e le esperienze del MET rimangono vivi e concreti in ogni mia giornata lavorativa!

Paolo Lonati

American Airlines

Il MET mi ha offerto una seconda opportunità di carriera. Dopo una formazione umanistica e un passato da giornalista, ho affrontato un nuovo percorso professionale nelle compagnie aeree. Le conoscenze teoriche e pratiche del corso mi hanno permesso di allargare il mio network e conoscere importanti realtà industriali. La preparazione, la professionalità e le tecniche di insegnamento interattivo sono state un tesoro prezioso.

Per ulteriori informazioni:

Direzione MET

via Röntgen 1
20136 - Milano
tel. +39 025836.5447
fax +39 025836.5439

Segreteria MET

via Sarfatti 25
20136 - Milano
tel. +39 025836.3335/3815
fax +39 025836.5272

met@unibocconi.it



Con il patrocinio di

Milano



Comune
di Milano

Turismo - Moda - Grandi Eventi

Certificato

