

IMTL8 – INTERNATIONAL MASTER IN TOURISM & LEISURE **MIB School of Management, 2008-2009**

PROGRAMMA E CONTENUTI DEI MODULI (update 07.07.2008)

PRIMA PARTE: CORSI PROPEDEUTICI

General Management

Il modulo fornisce le competenze e i fondamenti di base per lavorare in azienda. I diversi argomenti sono affrontati fin dall'inizio con specifico riferimento al business turistico, e consentono di fornire le conoscenze che poi verranno riprese e approfondite nei moduli successivi.

Argomenti principali:

- Economia del turismo
- Bilancio
- Marketing
- Strategia
- Finanza
- Relazioni internazionali
- Cross Cultural Communication Management
- Franchising
- Canali di distribuzione internazionale

SECONDA PARTE: MODULI SPECIALISTICI

Hospitality Operations

Il modulo sviluppa in modo organico e strutturato il sistema delle operazioni tipiche di gestione alberghiera, sia da un punto di vista teorico che pratico. Il modulo è strutturato in sei aree principali di attività dell'azienda-albergo. Inoltre tocca anche la gestione di forme di accoglienza extra-alberghiere.

Argomenti principali:

- Room Division Management
- Food&Beverage Management
- Sales&Marketing
- E-commerce
- Finanza
- Risorse umane

Ciascuna area è gestita da professionisti provenienti dai principali gruppi alberghieri internazionali. L'obiettivo fondamentale è quello di approfondire e sviluppare coerentemente l'intero processo di produzione dei servizi di ospitalità con un riferimento specifico ad ogni passaggio della filiera.

Tour Operating & Retail

Modulo che affronta un settore in profonda evoluzione, dovuta in particolare alle nuove dinamiche concorrenziali nate dalla creazione di grandi gruppi. Questi cambiamenti hanno influenzato in modo significativo i nuovi profili professionali richiesti, che si devono basare su competenze tecniche e gestionali sempre più approfondite.

Argomenti principali:

- Scenari di settore a livello internazionale
- La domanda, l'offerta e la filiera turistica
- Analisi dei grandi Tour Operator europei e internazionali
- Organizzazione delle imprese di intermediazione turistica

- Il processo di creazione dei pacchetti turistici e la determinazione del prezzo
- Sales&marketing
- E-business turistico, prenotazione e vendita in Internet
- Escursioni e servizi accessori
- Pianificazione dei trasporti
- Airlines business, low cost carriers
- Legislazione e contratti turistici

Destination Management

Il modulo studia la creazione di un processo di pianificazione di attività turistiche legate a una destinazione dal punto di vista dell'organizzazione, del mercato e degli aspetti socio-ambientali e strutturali. La complessità degli elementi che contribuiscono alla progettazione di una destinazione turistica è legata ad aspetti economici e di marketing oltre che a leggi, regolamenti e implicazioni sociali e ambientali.

Argomenti principali:

- Introduzione al turismo e al suo ambiente
- Politiche di pianificazione turistica
- Marketing delle destinazioni
- Master Plan di un territorio
- DMO e GSA

Business planning

Il modulo offre le metodologie di analisi e di sviluppo di un business turistico dando gli strumenti per individuare l'opportunità, concepire e valutare la fattibilità di una nuova iniziativa imprenditoriale.

Argomenti principali:

- Strategia
- Analisi interna ed esterna
- Pianificazione economico-finanziaria
- Hotel evaluation
- Tour operator start up

Viene rivolta una particolare attenzione alla capacità di creare nuovi modelli che permettano di valutare economicamente e finanziariamente un progetto. Le proposte spaziano dall'hospitality ai tour operator, con metodologia applicabile a qualsiasi settore del business turistico. Tre giornate di didattica vengono svolte sotto forma di business game.

E-Tourism e turismo W2.0

I futuri manager del turismo devono essere capaci di usare tutti i media come fonti di informazione sulle tendenze del mercato turistico. E' fondamentale soprattutto sapere come sfruttare l'enorme potenzialità di internet, le nuove tecnologie e i new media. Il modulo soddisfa le attuali esigenze dei professionisti di essere costantemente aggiornati sul business del turismo online, e di usare al meglio strumenti come i motori di ricerca, le newsletter, il viral marketing, etc.

Un supporto importante è costituito dalla possibilità di accedere alla United Nations World Tourism Organization e-Library, una delle librerie virtuali nel settore turistico più importanti al mondo.

Argomenti principali:

- Internet based research
- Siti e portali dedicati al turismo
- E-business turistico
- E-marketing & sales
- Web based product, dynamic packaging
- New media e turismo
- Tourism W2.0, blogs e social networks
- Second Life

Yield Management

Yield & Revenue Management sono gli strumenti essenziali per massimizzare il ricavo di un'attività economica. Tali strumenti, proprio per gli obiettivi per cui sono stati sviluppati, sono diventati oggi essenziali nei diversi business turistici, in quanto applicabili trasversalmente alla vendita di biglietti aerei, camere d'albergo, cabine di una nave da crociera o spazi espositivi di un'area fieristica. Questi strumenti possono essere inoltre applicati al food&beverage e al settore della congressistica.

Argomenti principali:

- Piani tariffari e yield management
- Le leve della gestione del prezzo
- Gestione delle risorse
- Il controllo di prodotti sostitutivi e dell'over-booking
- Contratti e gestione dei pacchetti di prodotti e servizi
- Applicazioni dello Yield Management
- Cambio delle tariffe stagionali
- Pianificazione di pacchetti per gruppi e wholesalers

Cruises & Ports

Negli ultimi anni i business turistici di maggiore successo sono stati quelli che più efficacemente hanno saputo rispondere alla domanda di turismo legato al benessere e al divertimento. Tra essi ricopre un ruolo principale il business crocieristico, che nel settore ha evidenziato i più alti tassi di crescita.

Il settore crocieristico è un sistema integrato che include varie dimensioni del business turistico: dalla gestione alberghiera, all'organizzazione di eventi, alle escursioni.

Il modulo è interamente organizzato da Costa Crociere. Il programma include anche la visita ad una nave da crociera.

Argomenti principali:

- Domanda e offerta
- Tendenze di mercato
- Organizzazione e struttura di una nave da crociera
- Gestione dei vari dipartimenti corporate e onboard
- Ricaduta economica sul territorio

M.I.C.E. - Meeting, Incentive, Congress and Events

Il modulo analizza la complessa realtà delle attività turistiche e di business legate alla gestione di significativi flussi di clientela. Per quanto riguarda la gestione degli eventi, dei meeting e dei congressi, vengono analizzati tutti gli aspetti che consentono di giungere a una corretta organizzazione, che tenga conto sia dei criteri di efficacia che di efficienza. L'analisi delle fiere viene interpretata principalmente come strumento di marketing per le imprese, specificamente turistiche ma non solo, che promuovono la loro offerta sul mercato di riferimento.

Argomenti principali:

- L'organizzazione delle fiere
- La fiera come strumento di comunicazione
- Il turismo business
- Meeting & incentives
- Conferenze e congressi
- Eventi sportivi, artistici, culturali, musicali

Leisure & Turismo di nicchia

I trend turistici degli ultimi anni hanno visto crescere alcune nicchie di mercato che offrono prodotti sempre più attraenti ed in linea con le nuove esigenze della domanda. Tali nicchie verranno pertanto analizzate soprattutto attraverso lo studio di case histories significative.

Argomenti principali:

- Turismo sostenibile ed ecoturismo
- Turismo enogastronomico
- Turismo culturale
- Turismo verde: agriturismi

- Cinesurismo
- Spa e benessere
- Turismo golfistico
- Turismo per la terza età
- Turismo religioso
- Turismo nautico
- Turismo e letteratura

MODULI TRASVERSALI

Information technology

Negli ultimi anni l'industria internazionale del turismo poggia sempre più su strumenti tecnologici altamente sofisticati, le cui principali applicazioni sono strettamente legate alla distribuzione dei servizi e alla gestione della clientela. I principali strumenti di gestione di un'azienda turistica sono affrontati nel programma.

La Scuola consente ai partecipanti di avere un'esperienza pratica nella gestione di una catena alberghiera attraverso delle sessioni pratiche su PMS (Property Management System).

Argomenti principali:

- Property Management System
- Booking Software per Tour Operator
- Global Distribution System

Personal Development

L'interazione fra le persone nell'ambiente di lavoro viene studiata con tecniche all'avanguardia per rendere ogni partecipante consapevole dell'importanza della gestione delle relazioni interpersonali con metodologie manageriali. Il comportamento personale e le doti di leadership sono costantemente analizzate e approfondite al fine di far esprimere ad ognuno le proprie potenzialità sia nelle attività di gruppo che in quelle individuali. Oltre alle attività d'aula e a quelle svolte in piccoli gruppi, i partecipanti possono scoprire il loro stile di comunicazione sia attraverso sessioni individuali sia con l'uso di strumenti altamente innovativi come il "The International Profiler", un nuovissimo questionario interculturale.

Argomenti principali:

- L'ascolto come attitudine manageriale
- Assertività e leadership
- Lavoro di gruppo e team building
- Sviluppo personale guidato
- Time management
- Comunicazione interculturale
- Creatività e idee innovative
- Public speaking

Career Orientation

Durante tutto il percorso formativo lo staff del Career Service supporta i partecipanti nella costruzione del percorso di carriera, con lezioni, incontri individuali di orientamento e coaching, testimonianze, presentazioni aziendali, job interviews e sessioni di recruitment.

Argomenti principali:

- Orientamento
- Recruiting steps: résumé, cover letter, job interview, career path
- Ruoli, mansioni e profili professionali nelle aziende del settore turistico

CORSI ELECTIVE

International Business

Oltre ai corsi obbligatori del curriculum IMTL, i partecipanti hanno l'opportunità di seguire alcuni corsi elective di International Business. La lista dei corsi elective offerta dalla Scuola verrà presentata all'inizio del master.

Lingue straniere

Le lingue sono uno strumento indispensabile per i manager del turismo globale. I docenti di lingue straniere dell'IMTL sono brillanti professionisti madrelingua con un forte orientamento alle relazioni interpersonali e al linguaggio business. L'inglese è essenziale per una fruizione completa delle lezioni e per un'attiva interazione con i colleghi. È altresì un prerequisito fondamentale per accedere all'IMTL. Ciascun partecipante può inoltre scegliere una seconda lingua straniera; per gli studenti stranieri è possibile seguire un corso di italiano.

TERZA PARTE

Internship

L'Internship costituisce un momento particolarmente significativo per i partecipanti, che hanno l'opportunità di lavorare per cinque mesi in azienda (aziende sponsor e partner della Scuola), mettendo in pratica le conoscenze acquisite in aula.

L'obiettivo dell'internship è l'approfondimento delle competenze in una specifica area o funzione di management.

L'internship è volta inoltre alla maturazione di un approccio professionale nei confronti dell'ambiente di lavoro e allo sviluppo di codici di condotta adeguati al mondo del business.

Ciascun partecipante è seguito nel corso dell'esperienza in azienda sia da un tutor aziendale che dal tutor della Scuola.

A richiesta, la Scuola offre ai partecipanti del Master sponsorizzati da un'azienda, varie opportunità:

- creazione di un progetto di consulenza per l'azienda di provenienza con accesso ad una rete di contatti con esperti, consulenti e professionisti che collaborano con la Scuola.
- internship all'estero in un'azienda dello stesso settore per acquisire le competenze e i parametri di riferimento da applicare successivamente alla propria realtà lavorativa (previo consenso dell'azienda di provenienza).

International exchange programs

I partecipanti possono scegliere di svolgere parte del programma di studio all'estero, in un paese che ritengono di particolare interesse per i loro obiettivi formativi e professionali.

Le business school partner presso cui è possibile attivare exchange programs sono:

- Bordeaux School of Management (Bordeaux, France)
- CUF - Central University of Finance and Economics Business School (Beijing, China)
- EADA - Escuela de Alta Dirección y Administración (Barcelona, Spain)
- EOI - Escuela de Negocios (Madrid, Spain)
- IEDC - Bled School of Management (Bled, Slovenia)
- IMISP - International Management Institute (Saint Petersburg, Russia)
- Rollins College, Crummer Graduate School of Business (Orlando, Florida, USA)
- Lingnan College, Sun Yat-sen University (Guangzhou, China)

Inoltre la Scuola, in collaborazione con il gruppo Starwood Hotels and Resorts, offre ai partecipanti l'opportunità di concorrere alle selezioni del programma Vita Futura.

Vita Futura è un programma realizzato da Starwood che permette ai giovani talenti di inserirsi nell'organizzazione e li guida, attraverso un programma di sviluppo professionale, a diventare i leader di domani.



Le prime selezioni si tengono presso la Scuola, mentre l'esame finale è a Bruxelles. Diversi studenti di MIB School of Management hanno brillantemente superato, nelle passate edizioni, il processo di selezione.

PARTE FINALE

L'esame finale consiste nella discussione di un lavoro scritto riguardante il progetto sviluppato durante l'internship o un progetto individuale.

Il Graduation Day si svolge in Ottobre. Nel corso della cerimonia, i diplomi IMTL vengono assegnati a coloro i quali hanno completato con successo il programma. Partecipanti meritevoli possono essere insigniti del diploma IMTL ad honorem.