

2015

2^A EDIZIONE

*Business
School
since 1967*

ISTAO

ISTITUTO
ADRIANO
OLIVETTI

Master in
TOURISM MANAGEMENT
LA SOSTENIBILITÀ QUALE LEVA PER LO SVILUPPO DEL TURISMO

Master organizzato
in collaborazione con:



Master organizzato
in collaborazione con:



Villa Favorita
via Zuccarini 15
60131 Ancona
tel. 071 2137011
fax 071 2901017
fax 071 2900953
informa@istao.it

www.istao.it

2015

2^A EDIZIONE

1

INIZIO II MAGGIO 2015

Percorso full time

DURATA 10 mesi: 4 mesi in aula con project-work - 6 mesi di stage

SCADENZA DOMANDE 30 aprile

PROVE DI SELEZIONE 5 maggio

IL MASTER SI SVOLGERÀ PRESSO:

ISTAO - sede di Villa Tofani - Ascoli Piceno.

Università di Bari - Presso il Campus di Fasano con bus navetta gratuito fino alla sede del Master.

Alcune lezioni e laboratori si svolgeranno presso l'Università Politecnica delle Marche, sede di San Benedetto del Tronto.

DISPONIBILI BORSE DI STUDIO

N. 10 Borse di Studio erogate da BANCA DELL'ADRIATICO e riservate agli studenti marchigiani:

- **n. 5 Borse a totale copertura** della tassa di iscrizione al Master
- **n. 5 Borse a parziale copertura** della tassa di iscrizione al Master (importo Borsa 3.000 €)

Borsa di Studio Hospitality: il Consorzio Universitario Piceno aiuterà, attraverso strutture B&B, gli studenti più meritevoli e gli studenti che provengono da più lontano.



ISTAO
ISTITUTO
ADRIANO
OLIVETTI

Business
School
since 1967

Master organizzato
in collaborazione con:



Villa Favorita
via Zuccarini 15
60131 Ancona
tel. 071 2137011
fax 071 2901017
fax 071 2900953
informa@istao.it

www.istao.it

FINALITÀ

Il settore turistico è un settore strategico per il territorio: per crescere e svilupparsi ha bisogno di figure altamente specializzate e il mercato complesso e competitivo richiede oggi alle aziende del settore di avviare processi di innovazione culturale, organizzativa e gestionale. Il Master in "Tourism Management – La sostenibilità quale leva per lo sviluppo del turismo" permette di acquisire competenze specialistiche e competenze manageriali funzionali alla crescita e allo sviluppo del sistema turistico e delle aziende, in un'ottica di sostenibilità ed internazionalizzazione.

AREE DIDATTICHE

AREA 1. ORIENTAMENTO E TEAM WORKING

Questa area si sviluppa lungo il percorso del master attraverso una serie di attività trasversali finalizzate a sviluppare capacità di analisi e decodifica delle motivazioni e dei comportamenti individuali e di gruppo.

Gli allievi avranno modo di intraprendere un percorso di autoconsapevolezza e orientamento nel mercato del lavoro e di sviluppare competenze e dinamiche comportamentali per il team work e per la negoziazione.

AREA 2. ECONOMIA DELL'AZIENDA TURISTICA

Il modulo affronta i fattori determinanti e gli effetti del fenomeno turistico sotto il profilo economico. Gli allievi analizzano l'azienda e i suoi meccanismi di funzionamento focalizzandosi sui nuovi modelli organizzativi e sulle strategie messe a punto dalle imprese nell'attuale scenario locale e internazionale.

AREA 3. MANAGEMENT DEL TURISMO

Il modulo introduce i temi del destination management affrontando i legami tra strategia di destinazione e azienda turistica. L'attenzione si focalizza sulle peculiarità strategiche e gestionali delle imprese che operano lungo la filiera: dall'hotel al revenue management, dal congress management al tour operating.

AREA 4. L'ACCOGLIENZA COME LEVA STRATEGICA

Il modulo trasferisce tecniche e strumenti di gestione del cliente, dall'analisi dei bisogni alla gestione dei reclami e alla "personalizzazione" dell'offerta, con l'obiettivo di diffondere una nuova cultura dell'accoglienza e un modello efficiente ed efficace di "cultura dell'ospitalità".

AREA 5. MARKETING

Il modulo trasmette competenze relative alle strategie e alle politiche di marketing e di comunicazione più efficaci dagli strumenti tradizionali al mondo web. Gli allievi apprendono gli elementi di progettazione, definizione, realizzazione, posizionamento, lancio e valorizzazione di un prodotto turistico innovativo e sostenibile.

AREA 6. TURISMO TRA ETICA, SOSTENIBILITÀ E INNOVAZIONE

Il modulo aiuta a comprendere l'impatto che le attività turistiche hanno sul territorio, dal punto di vista ambientale, economico e sociale. Gli allievi si confrontano con una visione di turismo responsabile in grado di valorizzare il rapporto con la cultura della comunità ospitante e rispettoso dei diritti delle comunità locali.

La certificazione della sostenibilità e la sostenibilità dei beni e dei progetti culturali sono oggetto di approfondimento.

AREA 7. BUSINESS ENGLISH

Il modulo si colloca lungo tutto il percorso formativo. Gli allievi, suddivisi in piccoli gruppi con livelli di conoscenza omogenei, sono seguiti da docenti madrelingua e coinvolti in simulazioni di contesti aziendali e role playing.

AREA 8. PROJECT-WORK

Gli allievi sono impegnati nella realizzazione di un progetto in azienda (project-work) finalizzato all'analisi di situazioni complesse o problematiche al fine di individuare ipotesi risolutive. Per tutta la durata del progetto gli allievi si relazionano con vari interlocutori aziendali coordinati da un referente aziendale e dallo staff ISTAO.

AREA 9 – STAGE

Stage individuale della durata di 6 mesi.

2015

2^A EDIZIONEMaster in
TOURISM MANAGEMENT

ISTAO
 ISTITUTO
 ADRIANO
 OLIVETTI

*Business
 School
 since 1967*

 Master organizzato
 in collaborazione con:

 Villa Favorita
 via Zuccarini 15
 60131 Ancona
 tel. 071 2137011
 fax 071 2901017
 fax 071 2900953
 informa@istao.it

www.istao.it

PROFILO PROFESSIONALE E AREE OCCUPAZIONALI

Il profilo in uscita è il Manager del turismo e dell'ospitalità, in grado di operare fin da subito nel settore combinando conoscenze manageriali, normative e tecniche nella gestione strategica dei clienti in una visione di integrazione culturale e sostenibilità.

La figura in uscita potrà inserirsi, con ruoli operativi e di responsabilità, in tutte le imprese dell'industria turistica dell'ospitalità, dei servizi e della ricettività.

PROCEDURE DI SELEZIONE

Le prove di selezione mirano a verificare le attitudini, le capacità e le motivazioni di ciascun candidato. Si articolano in: test di selezione, Assessment Center e colloquio di selezione.

Test di selezione

Il candidato dovrà affrontare due prove scritte:

Cultura generale. Tale prova è diretta ad accertare il livello di cultura generale su temi di attualità ad indirizzo politico-economico;

Lingua inglese. Tale prova è diretta ad accertare il livello di conoscenza della lingua Inglese nella sintassi, nella grammatica e nel vocabolario.

Assessment Center "Role Playing"

I candidati, in piccoli gruppi, sono invitati a sostenere una prova volta ad accertare la capacità di adattamento a situazioni avvicinabili a quelle reali tipiche della vita di azienda e più in generale degli ambienti di lavoro e simili a quelle che si verificheranno durante il Master. Attraverso la prova, osservatori esperti avranno la possibilità di individuare nel comportamento dei candidati indici di performance a completamento delle valutazioni emerse in sede di colloquio individuale.

Colloquio di selezione

Sono previsti colloqui individuali con più commissioni diretti a verificare le attitudini, le motivazioni e la conoscenza della lingua inglese dei candidati. A questa fase viene data un'attenzione particolare ai fini della selezione.

La graduatoria di ammissione sarà determinata sulla base dei singoli step valutativi sopra descritti. Il punteggio massimo ottenibile è pari a 10. Ogni step valutativo contribuisce in modo ponderato alla definizione del punteggio finale.

Qui di seguito la descrizione dei punteggi assegnati ad ogni step valutativo:

- Prova scritta di cultura generale: da 0 a 1 (10%)
- Prova scritta di inglese: da 0 a 1 (10%)
- Prova di gruppo: da 0 a 2 (20%)
- Prova orale: da 0 a 6 (2 colloqui con 2 commissioni distinte, 60%).