

Bocconi

MET

MASTER IN ECONOMIA
E MANAGEMENT DEL TURISMO



Bocconi. Knowledge that matters.

PERCHÉ IL MET?

DIRETTORE CRISTINA MOTTIRONI

1

30 anni di esperienza in formazione e ricerca nel turismo. Una **faculty** riconosciuta a livello **internazionale** costituita da docenti Bocconi e di altre università e da professionisti e manager del settore. Una forte attenzione all'innovazione e alla qualità della didattica.

2

Un programma intensivo con un **approccio fortemente manageriale** in cui le lezioni in aula si alternano a discussioni di casi, lavori di gruppo, simulazioni e incontri con aziende e istituzioni. Un costante confronto con gli operatori del turismo, grazie a **workshop, company talk, study tour** e **field project**.

3

Una formazione accademica **ampia e interdisciplinare**, orientata all'acquisizione delle competenze teoriche e pratiche necessarie per operare a livello manageriale nelle aziende e nelle istituzioni turistiche. Una forte attenzione è data anche allo sviluppo di **soft skill**.

4

Una **fitta rete di relazioni** con aziende leader dell'industria turistica, organismi nazionali e internazionali e la partnership con Hosco offrono ai partecipanti opportunità di stage e placement e occasioni di **networking** personale e professionale in Italia e all'estero.



OBIETTIVI FORMATIVI

Attraverso un mix di teoria e pratica, il MET fornisce una visione complessiva dell'industria turistica e consente ai partecipanti di acquisire competenze e strumenti di management del turismo. Rivolto a chi desidera intraprendere una carriera manageriale o avviare una propria attività imprenditoriale, il MET risponde alle esigenze di sviluppo professionale di coloro che intendano lavorare nei diversi comparti del turismo (**hotellerie e ospitalità, intermediazione, piattaforme e applicazioni digitali, eventi e congressi, ristorazione, trasporti e crociere, destination management e marketing, istituzioni e pubblica amministrazione**, ecc).

DESTINATARI

Aperto a laureati e laureandi in qualsiasi disciplina, questo Master si rivolge a chi abbia la passione, la motivazione e l'attitudine per lavorare in un settore complesso e sfidante. Moduli opzionali di warm up sono rivolti a chi non ha una formazione economica di base.



STRUTTURA DEL PROGRAMMA E PIANO DI STUDI

Il Master dura **12 mesi, da ottobre a ottobre**, con frequenza obbligatoria. Le lezioni si tengono da ottobre a giugno il venerdì (15-18.30) e il sabato (9.15-17.30), con l'aggiunta di 4 settimane full-time, distribuite lungo l'anno. Sono inoltre previsti tre corsi opzionali di warm up nella prima parte del master. La parte finale del programma è dedicata prevalentemente al completamento dello stage.

La partecipazione al master è dunque compatibile con un'eventuale posizione lavorativa. Il positivo completamento del percorso di studi comporta il conseguimento di **66 crediti formativi**, congiuntamente al rilascio del titolo di Master universitario di primo livello in Economia e Management del Turismo.

TURISMO E DINAMICHE DI MERCATO

Scenari economici, mercati e imprese

- Scenari e trend di mercato
- Meccanismi di funzionamento dei sistemi economici
- Scenari nei settori hospitality e intermediazione turistica
- Istituzioni europee e programmi comunitari di finanziamento

Tourism Analytics

- Metodologie di ricerca nel turismo
- Ricerche di mercato
- Strumenti per l'analisi di dati (Rapidminer, R e Radiant)
- Big Data e machine learning

Hospitality Analytics

e Revenue Management

- Metriche di performance alberghiera
- Analisi di benchmarking e dello scenario competitivo
- Distribuzione commerciale nel turismo (OTA, GDS, ...)
- Revenue management nel turismo

ECONOMIA E POLITICA DEL TURISMO E DEL TERRITORIO

Economia del turismo

- Filiera del turismo: gli attori della domanda e dell'offerta
- Contributo e impatti economici del turismo
- Competitività e investimenti di settore
- Mercati turistici e interventi pubblici nel turismo

Innovazione e Business Models nella Travel Economy

- Innovazione digitale e tecnologica nel turismo
- Travel Tech Economy
- Start-up e turismo

Policy e governance del turismo

- Governance del turismo
- Enti nazionali e regolamentazione del turismo
- Politiche per le industrie di settore (trasporti, enogastronomia ed F&B, MICE e grandi eventi, ...)

Sviluppo sostenibile e gestione delle destinazioni

- Sviluppo e sostenibilità ambientale nel turismo
- Programmazione strategica del territorio
- Marketing e destination management

MANAGEMENT DELLE AZIENDE TURISTICHE

Marketing e Comunicazione digitale per il turismo

- Strumenti di marketing management
- Customer satisfaction, customer Retention e customer loyalty
- Branding e comunicazione nel turismo
- Web e Social media: strategy, visibility e reputation

People management

- Capitale umano nelle aziende turistiche
- Organizzazione e gestione del personale
- Competenze trasversali nel turismo

Performance management e strategia

- Valutazione della performance economica: indicatori reddituali, patrimoniali e finanziari
- Dalla performance economica alla performance multidimensionale
- Governo dell'efficienza

Analisi finanziaria e valutazione di investimento

- Analisi dei flussi di cassa della gestione di un'azienda turistica
- Strumenti per valutare la convenienza dei progetti di investimento
- Stima del valore di un'azienda turistica

Imprese e contratti del turismo

- Forme contrattuali di gestione alberghiera
- Contratti di viaggio e turismo
- Responsabilità giuridica dell'operatore turistico

MANAGEMENT IN ACTION

La didattica d'aula è integrata con attività on e off-campus per confrontarsi con manager e imprenditori del settore, conoscere più da vicino il mercato del lavoro nel turismo e acquisire importanti soft skill.

MET Lab attività di formazione laboratoriale svolte con professionisti e manager.

In-company training / study tour momenti di formazione in azienda per una conoscenza diretta dell'operatività e delle sfide quotidiane di gestione delle aziende turistiche.

Stage esperienza di lavoro in azienda (o attività di ricerca in alternativa allo stage) per acquisire competenze operative e orientare le scelte professionali.

Field project progetto di consulenza in cui gli studenti MET in team affrontano temi e problemi reali suggeriti da aziende turistiche.

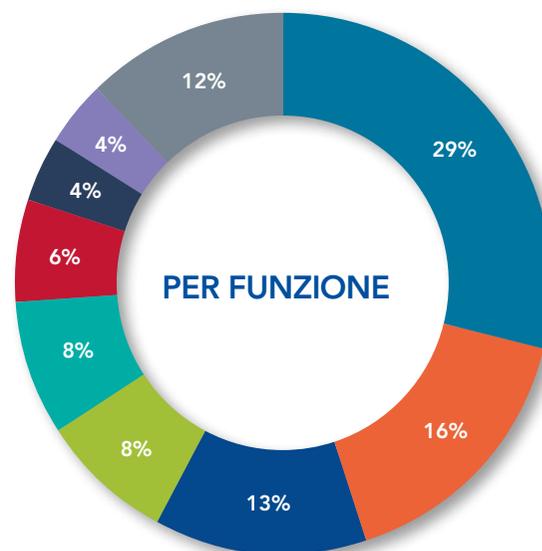
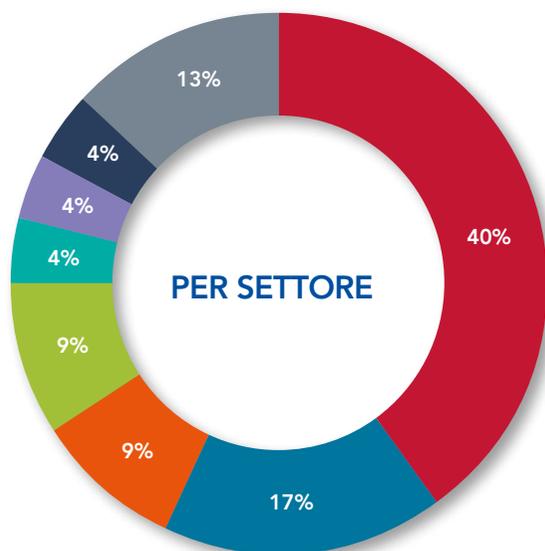
Workshop

- Certificazioni CHIA Certification in Hotel Industry Analytics e CAHTA Certification in Advanced Hospitality and Tourism Analytics
- Career coaching: seminari su candidatura efficace (cv, lettera di motivazione, LinkedIn), colloquio, strumenti per la ricerca di opportunità di stage e placement, soft skill per il turismo
- Company talk: incontri con HR e recruiting manager delle principali aziende del settore turistico

WARM UP (CORSI OPZIONALI)

- Fondamenti di economia
- Fondamenti di statistica
- Fondamenti di bilancio

DATI DI PLACEMENT



* Dati a un anno dal conseguimento del diploma (media delle ultime due edizioni).

SELEZIONE E AMMISSIONE

Il processo di selezione prevede la valutazione dei seguenti elementi:

- colloquio
- curriculum vitae
- carriera accademica
- lettera di motivazione
- risultati del test attitudinale svolto presso Bocconi o in alternativa GMAT o GRE

DATE

Domande online entro il **30 maggio 2023** (12.00 GMT +1)
 Test Bocconi online **9 giugno 2023**
 Colloqui **giugno 2023** (su appuntamento online o di persona)

ORIENTAMENTO

È possibile fissare colloqui one-to-one con l'Orientation Team del MET o partecipare agli Open Day del MET.

Dettagli su colloqui one-to-one, open day, procedure di ammissione e scadenze su www.unibocconi.it/met

COSTI E FINANZIAMENTI

Il costo del MET è di 12.500 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.

Jacqueline Joan Luna - MET 2018/19
 FreeD Group

Grazie a metodi di insegnamento efficaci, a un'organizzazione efficiente e a lavori individuali e di gruppo svolti in tempi rapidi, durante il MET ho imparato ad organizzare il mio tempo e a costruire una professionalità. Nel corso del master ho potuto conoscere più da vicino il mondo dell'hôtellerie di lusso attraverso uno stage nell'ufficio Marketing di The Leading Hotels of the World e con la partecipazione alla Global Student Challenge di Dorchester Collection. Dopo un percorso come Destination Manager in TUI Musement, oggi sono Senior Destination Manager in FreeD Group.

Giovanni Moretto - MET 2005/06
 Expedia Group

Sono approdato al MET dopo un paio di esperienze lavorative non soddisfacenti in altre industrie. Non avevo alcuna esperienza nel settore, ma sapevo che avrei voluto un lavoro che mi potesse appassionare e motivare. Il MET mi ha permesso di entrare in contatto con questo mondo. Durante il master, ho svolto uno stage presso Naar Tour Operator, poi ho avuto l'opportunità di iniziare la mia esperienza presso Expedia Group dove, dopo innumerevoli dipartimenti, job titles, colleghi e nazioni, oggi sono Direttore Product Integration.



Per informazioni:
 Direzione MET
 via Röntgen 1
 20136 - Milano
 tel. +39 025836.5447 / 3335
met@unibocconi.it