

# MASTER

## UNIVERSITARIO DI I LIVELLO IN TOURISM MANAGEMENT (MTM)

**V EDIZIONE A.A. 2008/2009**

**Direttore: Prof.ssa Manuela De Carlo**

**Coordinatrici: Dott.sse Francesca Sala e Barbara Oldani**



Il **Master in Tourism Management (MTM) forma professionisti** in grado di inserirsi con successo nelle maggiori aziende ed istituzioni del turismo in Italia e all'estero.

MTM si distingue dall'ampia offerta formativa di livello universitario presente oggi in Italia sul turismo, per un **approccio multidisciplinare** basato su solide competenze di management, finanza ed organizzazione, unite alle riconosciute competenze di comunicazione e marketing che rappresentano un punto di eccellenza dell'Università IULM.

MTM si caratterizza per il **forte coinvolgimento di imprenditori e manager** di oltre cinquanta tra le maggiori imprese del settore come testimoni, docenti, partner di progetti e sponsor.

MTM, attraverso il contributo di **docenti delle migliori università e centri di ricerca italiani e stranieri** specializzati in management del turismo, offre un programma estremamente innovativo nella didattica, aggiornato nei contenuti e focalizzato sui temi e gli strumenti di management più avanzati.

MTM, attraverso il confronto e la condivisione di un ritmo di lavoro intenso con **studenti di diverse nazionalità e culture**, consente ai partecipanti di sviluppare una capacità di lavoro in contesti internazionali e multiculturali vivendo un'esperienza personale estremamente ricca.

MTM, **in lingua inglese** e a **numero chiuso**, è indirizzato a chi, dopo la laurea, vuole crescere professionalmente in un settore in forte sviluppo dove è sempre più pressante la necessità di professionisti con skills manageriali e preparazione specifica.

Gli **sbocchi professionali** per i diplomati includono alberghi, aziende crocieristiche, compagnie aeree, aziende che gestiscono fiere, congressi ed eventi, tour operator, network di agenzie di viaggi, organizzazioni pubbliche e private per la promozione e lo sviluppo di prodotti turistici territoriali, società di consulenza specializzate nella realizzazione di progetti turistici.

### MTM IN CIFRE.

- 35 partecipanti
- 97% dei diplomati lavorano in aziende e istituzioni del turismo
- 2/3 dei diplomati ricevono una proposta di lavoro dalle aziende in cui svolgono lo stage
- oltre 60 aziende coinvolte attivamente nel programma
- 15 aziende sponsor
- 14 progetti con imprese e associazioni del settore
- 15 business plan sviluppati dai partecipanti di cui 12 realizzati o in fase di realizzazione
- 1 collana editoriale "Focus on..." sui contenuti del modulo "Tourism Professionals"
- 1.200 ore d'aula, frequenza obbligatoria
- da 3 a 6 mesi di stage come parte integrante del programma
- 1/3 degli stage all'estero

## OBIETTIVI.

Giunto alla sua **V edizione**, MTM offre:

- alle **imprese** persone in grado di contribuire in modo attivo al loro successo, inserendosi in azienda con una conoscenza approfondita dei business del turismo e degli strumenti di management più avanzati;
- alle **istituzioni e organizzazioni** del turismo specialisti capaci di progettare, organizzare e comunicare l'offerta turistica favorendo la valorizzazione e lo sviluppo sostenibile delle risorse naturali e culturali del territorio;
- ai **partecipanti** prospettive di lavoro immediate, grazie al forte coinvolgimento di imprese e organizzazioni del settore.

## PROGRAMMA.

Il programma MTM, della durata di **un anno**, a tempo pieno e con frequenza obbligatoria, si articola in **6 moduli, 1.200 ore d'aula** e consente di ottenere **60 crediti** formativi. I corsi si svolgono tutti i giorni dal lunedì al venerdì dalle ore 9:00 alle ore 17:45.

Il programma si svolge **in lingua inglese**.

### I MODULO: BASIC COMPETENCE BUILDING (7,5 CFU) Novembre - Dicembre 2008

Per condividere una base di conoscenze e strumenti di analisi su cui innestare i contenuti specialistici dei moduli successivi:

- Players and roles in the tourism system
- Sustainable tourism guidelines and management practices
- Accounting management
- Vocational guidance

### II MODULO: GENERAL MANAGEMENT (17,5 CFU) Gennaio - Febbraio - Marzo 2009

Per conoscere le specificità del contesto economico e di business del turismo e comprendere le logiche, le decisioni tipiche, gli strumenti delle diverse aree gestionali delle aziende turistiche. Nella simulazione iniziale gli studenti sono chiamati a gestire un'azienda turistica mettendo a fuoco problemi e implicazioni gestionali che sono affrontati e risolti nei corsi successivi.

- CHESS Real Time Simulation Game
- Information technology for tourism managers
- Marketing management
- Organizational behavior and human resources
- Modeling for business profitability
- Revenue management
- Advanced accounting and management control
- Corporate finance and real estate investments
- Business strategy

### III MODULO: TOURISM PROFESSIONALS (10 CFU) Marzo - Aprile 2009

Un mese in aula con manager e professionisti del settore che partecipano a MTM come testimoni, docenti, tutor di progetti. MTM è l'unico Master in Italia che offre un confronto così approfondito con professionisti del settore e un'esperienza sul campo così ricca e attiva.

- Hospitality management
- Retail management (tour operator e agenzie di viaggio)
- Transport management (crociere, compagnie aeree)
- Meeting Industry management

### IV MODULO: DESTINATION MANAGEMENT (7,5 CFU) Aprile - Maggio 2009

Per apprendere come gestire con successo una destinazione turistica attraverso lo sviluppo di marchi, prodotti di destinazione, eventi, network locali e strategie di sviluppo sostenibile.

- Destination strategy and planning
- Destination branding
- Community attitudes to tourism
- Tourism event planning and development

### V MODULO: BUSINESS PLAN (5 CFU) Maggio - Giugno 2009

Per elaborare, in gruppo, un progetto imprenditoriale completo di analisi strategica ed economica, per applicare metodologie e strumenti appresi durante il corso e verificare l'interazione verso un risultato comune. Si svolge sotto la guida di un tutor di settore fino alla presentazione formale ad aziende e potenziali finanziatori.

### VI MODULO: LO STAGE (10 CFU) a partire da Luglio o Settembre 2009 - in Italia o all'estero

Per realizzare un progetto individuale presso aziende e istituzioni del settore con un tutor aziendale e un tutor interno che insieme guidano e valutano il lavoro.

### PROVA FINALE (2,5 CFU) Giugno 2009

Discussione di un elaborato individuale sul percorso di apprendimento compiuto.

## MODALITÀ DIDATTICHE E VALUTAZIONE.

Il processo di apprendimento stimola e combina - in aula e fuori dall'aula - dinamiche attive tra partecipanti, docenti, testimoni e tutor aziendali. In particolare sono previste lezioni tradizionali, discussioni di casi, simulazioni, testimonianze di manager e imprenditori italiani e stranieri, progetti sul campo, visite in azienda, presentazione e discussione dei risultati dei progetti svolti dai partecipanti in workshop con manager e imprenditori del settore in Università o nell'ambito delle principali fiere di settore.

■ Lezioni tradizionali	15%
■ Casi ed esercitazioni	20%
■ Progetti e business plan	28%
■ Testimonianze aziendali	16%
■ Stage	21%

La valutazione degli studenti si definisce in base alle **prove individuali scritte di valutazione** del profitto, previste al termine di ogni corso, ai **lavori di gruppo** svolti nei diversi corsi, alla **partecipazione** in aula e nelle attività organizzate nell'ambito del programma (workshop, progetti con imprese e associazioni, business plan e stage) oltre che al **colloquio finale**. In caso di valutazione positiva gli studenti conseguiranno il diploma di Master acquisendo 60 crediti formativi.

## FACULTY.

La faculty è costituita da **docenti di università italiane e straniere** che hanno sviluppato aree di eccellenza nella ricerca sui temi del turismo e da **professionisti del settore** ai quali sono affidate lezioni nell'ambito del modulo "Tourism Professionals" e ruoli di tutorship nel modulo "Business Plan". Di seguito i membri della faculty della IV edizione.

**Roy Alvarez** – Cornell University, NY (Stati Uniti)  
**Donald Anderson** – Purdue University, Indiana (Stati Uniti)  
**Antonella Audisio** – Makò  
**Gabriella Bagnato** – Università Bocconi  
**Giovanni Bastianelli** – Confturismo  
**Massimo Buongiorno** – Università Bocconi  
**Raffaella Caso** – Green Step Consulting e Università IULM  
**Giorgio Castoldi** – Università IULM  
**Barbara Demichelis** – Università Bocconi  
**Francesca d'Angella** – Università IULM  
**Manuela De Carlo** – Università IULM  
**Luigi Ferrari** – People, the Research Partner e Università IULM  
**Janice Giffin** – Università IULM  
**Robert Govers** – Leuven University, Leuven (Belgio)

**Giorgio Invernizzi** – Università Bocconi  
**Daniela Isari** – Università Cattolica  
**Tracie Mackenzie** – Università IULM  
**Gianna Moscardo** – James Cook University (Australia)  
**Alastair Morrison** – Purdue University, Indiana (Stati Uniti)  
**Philip Pearce** – James Cook University (Australia)  
**Armando Peres** – Università IULM  
**Gabriele Piccoli** – Cornell University, NY (Stati Uniti)  
**Annette Pritchard** – University of Wales (Gran Bretagna)  
**Ernesto Rigoni** – Università IULM  
**Ruggero Sainaghi** – Università IULM  
**Emilio Valdameri** – Progetto Turismo  
**Loraine Willis** – Università IULM

## TESTIMONI E TUTOR AZIENDALI.

Oltre **50 testimoni aziendali**, alcuni dei quali partecipano attivamente alla progettazione del modulo sulle **professioni del turismo** fin dalla prima edizione, condividono con gli studenti la loro esperienza di manager nelle **più interessanti aziende** della filiera del turismo.

### Imprese alberghiere e ristorative

Renzo Iorio – Accor  
Verushka Maggi – Alliance Alberghi  
Remo Eder – Antares Hotels  
Dennis Zambon – Atahotels  
Giovanna Manzi – Best Western  
Davide Oldani – D'O  
Paola Iemmalo – Hilton Milan  
Damiano Zennaro – Intercontinental  
Pippo Russotti – Marriott Milan  
Santo Alba – Marriott Milan  
Massimiliano Lombardi – NH Hoteles  
Palmiro Noschese – Melià Hotel & Resorts  
Sebastiano Catinello – Melià Hotel & Resorts  
Elena David – UNA Hotels & Resorts  
Leonardo Serranti – UNA Hotels & Resorts  
Jean Marc Droulers – Villa D'Este

### Istituzioni del Turismo

Eugenio Magnani – Agenzia Nazionale per il Turismo  
Michel de Blust – Ectaa  
Josep Ejarque – Turismo Friuli Venezia Giulia

### Imprese della distribuzione

Daniel John Wintheler – Alpitour World  
Enrico Bertoldo – Amadeus Marketing Italia  
Silvia Stevaraglia – Amadeus Marketing Italia  
Luca Adami – Aviomar  
Davide Rosi – BCD Travel  
Luca Caraffini – Bravo Net  
Maurizio Boiocchi – Brevivet  
Gianluca Romano – Cartorange  
Pasquale Chianello – Cisalpina Tours  
Fabrizio Chianello – Cisalpina Tours  
Giorgio Palmucci – Club Med  
Enrico Fiore – Departures  
Paola Marino – Etrusca Viaggi  
Luca Baldisserotto – Evolution Travel  
Luca Colombo – Fintravel Membership Services  
Roberto Gentile – Frigerio Viaggi  
Anna Schuepbach – Hotelplan  
Gianluca Resmini – I Grandi Viaggi  
Bruno Colombo – I Viaggi del Ventaglio  
Frederic Naar – Naar Worldwide Tours  
Michele Serra – Quality Group  
Luca Patané – Uvet American Express  
Mario Mazzei – Uvet American Express

### Società di Servizi Professionali

Sebastiano De Faveri – De Faveri & Associati  
Luisa Adani – Giara consulting Group  
Roberto Mollica – KPMG Advisory  
Piero Almiento – Progetto Turismo  
Giorgio Bianchi – R&D Hospitality  
Sergio Mancuso – Studio Ambrosetti  
Giovanni Zavagli – Top Consulting

### Imprese fieristico-congressuali

Patrizia Buongiorno – AIM Group AIM Congress  
Rosangela Quieti – AIM Group AIM Congress  
Flaminia Roberti – AIM Group AIM Congress  
Gianfranco Maiorana – CREO  
Marco Sogaro – Fiera di Roma  
Achille Lanzarini – Fiera Milano Congressi  
Corrado Peraboni – Fondazione Fiera Milano  
Enrica Baccini – Fondazione Fiera Milano  
Roberta Ascioia – Gruppo Triumph  
Oscar Cerezales – MCI  
Luca Favetta – SAP AG Global Marketing Services  
Alan Pini – Tekncongress  
Marcella Gaspardone – Torino Convention Bureau  
Ulrike von Arnold – Vienna Convention Bureau

### Imprese dei trasporti

Cristina Silvestri – Air Dolomiti  
Jan Pianca – Austrian Airlines  
Massimiliano Giobergia – Costa Crociere  
Daniele Mancini – Costa Crociere  
Renata Rizzo – Costa Crociere  
Luciano Di Fazio – Livingston  
Flavio Ghiringhelli – Meridiana  
Daniela Picco – MSC Crociere  
Roberto Pirrera – RCCL  
Alessandro La Rocca – Trenitalia  
Letizia Orsini – TUI Fly

## DESTINATARI.

MTM è destinato ai **migliori laureati in qualsiasi disciplina, in Italia o all'estero**, con brevi esperienze di lavoro e ottima conoscenza della lingua inglese, desiderosi di accelerare il loro percorso professionale nelle aziende del turismo a livello internazionale.

Gli studenti MTM sono caratterizzati da forte motivazione ad investire sulla propria crescita, capacità di sostenere ritmi di lavoro intensi, interesse per obiettivi sfidanti, capacità di lavoro in team, disponibilità a trasferirsi all'estero; sono disposti a mettersi alla prova ed aperti al confronto con realtà internazionali.

Il loro obiettivo è lavorare in aziende di diversi settori del turismo o sviluppare progetti imprenditoriali propri.

Il profilo degli studenti MTM della IV edizione:

- Età media: 26 anni
- 65% italiani e 35% stranieri
- Paesi di provenienza: Austria, Belize, Brasile, Caraibi, India, Italia, Romania, Scozia, Yemen
- Lingua madre: arabo, inglese, inglese creolo, italiano, portoghese, rumeno e tedesco
- Altre lingue parlate: arabo, catalano, ceco, cinese, francese, francese creolo, inglese (obbligatorio), italiano, portoghese, rumeno, spagnolo e tedesco
- Titoli di studio: laurea in turismo, economia del turismo, lingue straniere, economia, comunicazione e pubbliche relazioni, informatica, psicologia, scienze politiche e interpretariato
- Esperienze lavorative: 15% esperienze di livello executive in aziende e istituzioni del turismo; 60% brevi esperienze nel settore del turismo; 25% brevi esperienze in ambito non turistico.

## PRE-ISCRIZIONI E SELEZIONI.

Per partecipare alle selezioni è necessario effettuare la **pre-iscrizione collegandosi al sito [www.mtm.iulm.it](http://www.mtm.iulm.it)**.

Le pre-iscrizioni alla **V edizione** del Master in Tourism Management saranno accettate **dal 20 febbraio al 6 giugno 2008 per studenti stranieri e dal 20 febbraio al 15 ottobre 2008 per studenti italiani**.

Saranno accettate, con riserva, anche le domande di pre-iscrizione degli studenti che dichiarano di conseguire il diploma di laurea di I livello entro dicembre 2008.

La **selezione** considera:

- motivazione
- titoli
- padronanza della lingua inglese
- esperienze professionali
- attitudini personali

Per informazioni dettagliate sulle modalità e i tempi di pre-iscrizione e selezione si prega di visitare il sito [www.mtm.iulm.it](http://www.mtm.iulm.it).

## TASSE E CONTRIBUTI.

Il costo per l'iscrizione al Master è pari a € **10.500** e comprende:

- i materiali didattici
- i forum tematici e i convegni organizzati dal Master
- le **fee** di partecipazione alle fiere di settore inserite in programma
- le visite in azienda
- i laboratori e i servizi complementari dell'Università
- il **career book** inviato ad oltre 300 aziende del settore

Il costo dell'iscrizione sarà così suddiviso:

**tassa di pre-iscrizione:** € 100,00

**I rata:** € 5.000,00 contestualmente all'iscrizione

**II rata:** € 2.750,00 entro il 31 gennaio 2009

**III rata:** € 2.750,00 entro il 31 marzo 2009

Il costo del Master è parzialmente deducibile dalle tasse.

## BORSE DI STUDIO E PREMI DI MERITO.

Il Master assegnerà, al termine del percorso, **premi di merito** a copertura del **50% della quota di iscrizione** ai migliori studenti. I premi di merito sono messi a disposizione dalle aziende sponsor del Master e vengono assegnati in occasione della **cerimonia di consegna dei diplomi** alla quale prendono parte gli studenti e le loro famiglie, le aziende che hanno collaborato al Master e la faculty.

Per informazioni sulle possibilità di partecipazione a **bandi regionali o nazionali** per l'assegnazione di borse di studio a copertura della quota di iscrizione o sulle modalità per l'ottenimento di un **finanziamento bancario** si veda il sito [www.mtm.iulm.it](http://www.mtm.iulm.it).

## ALCUNI DEI PROGETTI DELLE SCORSE EDIZIONI.

### Focus on...

Il Master ha voluto condividere l'esperienza su temi di significativa attualità, sviluppata con le aziende che partecipano al programma, con un più vasto pubblico di operatori attraverso l'organizzazione di **forum** e **workshop** in cui si presentano i risultati dei progetti sul campo realizzati dagli studenti del Master e si confrontano esperienze ed opinioni di manager e imprenditori del settore su alcuni temi critici.

Di seguito alcuni eventi della IV edizione:

- "Turismo e sostenibilità: un confronto internazionale" (in BIT - Milano)
- "Il Tour Operating in Europa"
- "Il ruolo delle nuove tecnologie nell'evoluzione del settore della distribuzione turistica"
- "Strategie di crescita nel settore ricettivo in Italia: il ruolo di finanza, real estate, share properties"

I contenuti di alcuni Focus on... vengono raccolti in una **collana di pubblicazioni** realizzate dal Master con la casa editrice FrancoAngeli. I titoli dei volumi 2007:

- "Turismo e sostenibilità. Principi, strumenti, esperienze" a cura di M. De Carlo e R. Caso
- "Il sistema congressuale. Attori, strategie, risultati" a cura di R. Caso, F. d'Angella e E. Quintè

### La percezione di Milano come meta turistica.

Nell'ambito del modulo Destination Management, **una ricerca per analizzare l'immagine di Milano** percepita da 1300 turisti attuali e centinaia di turisti potenziali e formulare, sotto la guida di docenti esperti di destination management, alcune **linee guida per una strategia di sviluppo turistico della città**. I risultati del progetto, realizzato con il contributo del Comune di Milano, sono discussi con le istituzioni e alcune grandi imprese del turismo della città.

### Experience on the job.

Una **giornata di formazione**, organizzata e **gestita dalle aziende**, per trasferire agli studenti strumenti di gestione interni. Nelle scorse edizioni:

- **Amadeus Italia – Milano**: mezza giornata di introduzione all'utilizzo del sistema operativo Amadeus
- **ATA Hotels Executive - Milano**: mezza giornata per comprendere le logiche di gestione del segmento congressuale in una grande catena alberghiera italiana
- **Cisalpin Tours**: una giornata con la direzione dell'azienda per comprendere le implicazioni strategiche e finanziarie della crescita
- **Melià Aurelia Antica – Roma**: due giorni di affiancamento ai responsabili funzionali in una delle strutture di Roma per comprendere decisioni e strumenti di diverse aree gestionali.

## GLI SPONSOR.

Le aziende Sponsor partecipano alla progettazione e alla realizzazione di laboratori didattici e alle attività di formazione, accolgono i partecipanti al Master per stage o sviluppo di progetti sul campo, supportano l'attività di **placement**.

Essere Sponsor significa:

- **essere costantemente presente** in tutte le comunicazioni del Master
- **realizzare materiali didattici** sulle proprie aziende da discutere in aula
- **essere ospite attivo** di seminari e forum tematici
- **organizzare forum** negli spazi dell'Università su temi di interesse per il Master
- **ricevere i profili dei migliori studenti prima** della distribuzione del **cv book** alle aziende

Hanno sponsorizzato **premi di merito** nella IV edizione:



Ha sponsorizzato **borse di studio per stage internazionali** nella IV edizione:



## STAGE.

Gli studenti MTM svolgono uno stage obbligatorio, di durata compresa tra i 3 e i 6 mesi, in Italia o all'estero, in imprese e istituzioni dei diversi settori della filiera turistica. Lo stage consiste in un percorso formativo progettato dal coordinamento didattico MTM e dalle aziende ospitanti, coerentemente con le attitudini degli studenti e le attese delle aziende.

2/3 dei diplomati MTM ricevono una proposta di lavoro dalle aziende in cui svolgono lo stage.

Alcune esperienze di stage della **III Edizione**:

- **Quarum Travel – Buenos Aires**: sei mesi presso un tour operator specializzato nella destinazione Argentina, per imparare a sviluppare e gestire un'offerta di nicchia rivolta ad un mercato internazionale
- **Belle Tourism International Shanghai - Shanghai**: tre mesi presso una società di consulenza cino-americana come junior consultant in due progetti per lo sviluppo di destinazioni turistiche cinesi
- **Italian Journeys - Londra**: tre mesi presso un tour operator inglese specializzato nella destinazione Italia per progettare e promuovere pacchetti su misura e riprogettare il sito internet aziendale
- **Intercontinental Hotels – Madrid**: affiancamento al Revenue Manager dell'hotel per imparare logiche e strumenti gestionali propri di questo ruolo
- **Uvet American Express Corporate Travel - Milano**: sei mesi in una delle aziende leader del segmento business travel per imparare regole e processi per l'organizzazione di incentive, viaggi e congressi nel mondo aziendale
- **Bulgari Hotels – Milano**: sei mesi nei reparti di purchase e accounting per mettere in pratica importanti strumenti di accounting e revenue management acquisiti durante il master e apprendere il funzionamento di procedure operative tipiche di una grande catena internazionale
- **Confturismo – Roma**: sei mesi dedicati allo sviluppo di progetti legati al mondo del turismo italiano ed internazionale per acquisire una visione a 360° del settore dal punto di vista associativo.

## PLACEMENT.

Il 97% dei diplomati Master lavora nel settore, il 60% di questi sono stati assunti nelle aziende in cui hanno svolto lo stage.

MTM raccoglie i curricula dei diplomati in un **career book** che viene inviato ad oltre 300 aziende del settore.

Ecco alcune esperienze dei partecipanti alla III edizione:

“... il Master in Management del Turismo mi ha dato l'opportunità di approfondire e mettere in pratica alcuni dei concetti appresi negli ultimi anni di studio e di inserirmi in Visit Italy Tours, un tour operator di Los Angeles specializzato nel prodotto Italia. Questa avventura mi sta aiutando ad approfondire le mie conoscenze, fortificare il bagaglio di esperienza personale e si sta rivelando importantissima per la mia futura carriera lavorativa nel campo del turismo.”  
**Valentina De Chellis, III edizione**

“Grazie al Master ho avuto l'opportunità di entrare nel mondo del turismo in maniera più qualificata:

lo stage ha rappresentato la continuazione del percorso formativo intrapreso con il master.

Ora lavoro per la società di consulenza nella quale ho svolto lo stage, occupandomi di marketing territoriale, studi di fattibilità ed editoria on line nel settore turistico immobiliare.”

**Simona Somma, III edizione**

“Grazie al MTM ho acquisito le competenze necessarie per lavorare nel campo del turismo. Lo stage di cinque mesi presso Kuoni Destination Management di Londra mi ha permesso di approfondire le conoscenze del settore e, al termine di questa esperienza sono stata assunta; sono molto soddisfatta del mio nuovo ruolo. Attualmente mi occupo di gruppi provenienti da USA, Giappone, India ed Estremo Oriente.”  
**Annalisa Mutti, III edizione**

## DICONO DI MTM.

“Il Master in Tourism Management è probabilmente oggi il modo migliore di avvicinare i giovani laureandi al mondo del Turismo attraverso un formazione orientata al mondo dell'impresa e dell'operatività sul campo. In un settore in espansione e affamato di risorse manageriali di nuova generazione, è un'iniziativa di sicuro successo ed un punto di riferimento.”

**Fabrizio Chianello - Direttore Generale Cisalpina Tours**

“L'evoluzione tecnologica, l'imprenditorialità, l'attenzione ai nuovi bisogni dei viaggiatori, la personalizzazione del servizio sono solo alcune delle complessità che i manager del turismo devono saper gestire. Le aziende del turismo hanno bisogno di professionisti, aperti agli stimoli, che sappiano velocemente cogliere le opportunità e contribuire al cambiamento portando innovazione. Queste sono le capacità che il Master in Tourism Management aiuta a sviluppare, preparando i futuri manager di un settore in continua evoluzione.”

**Enrico Bertoldo - Direttore Marketing Amadeus Marketing Italia**

“Sol Melià per i suoi progetti di sviluppo, guarda con molta attenzione ai giovani che seguono il loro processo di formazione presso la IULM, con particolare riguardo al master in Tourism Management, nella convinzione che il percorso formativo proposto risponde perfettamente alle esigenze di competenza ed efficacia necessarie per il raggiungimento dei propri obiettivi.”

**Palmiro Noschese - Area Manager Italia Sol Melià**

## MASTER IN TOURISM MANAGEMENT.

Università IULM - Via Carlo Bo, 1 - 20143 Milano

Tel. +39 02.89141.2815 - Fax +39 02.89141.2814

e-mail: master.turismo@iulm.it

www.mtm.iulm.it