

IL MERCATO DELLA FORMAZIONE  
POST-GRADUATE IN TURISMO  
Buone pratiche internazionali



DOCUMENTO INTERNO  
Master in Tourism Management IULM

## Sommario

Introduzione .....	3
Metodologia.....	4
L'offerta dei Master:	
SEZIONE 1 .....	7
SEZIONE 2 .....	36
SEZIONE 3.....	44
Fonti .....	47

## Introduzione

Il presente lavoro nasce dalla volontà del Master in Tourism Management (MTM) della IULM di confrontarsi con lo scenario dell'offerta formativa internazionale di settore. L'obiettivo complessivo è quello di valutare se e quali Master eccellenti hanno attivato specifiche azioni, progetti e buone pratiche e eventualmente individuare nuove strategie intraprese all'estero che possano essere sperimentate da MTM.

L'analisi comprende complessivamente 85 Master, in 13 paesi. Tra questi sono stati individuati **14 casi eccellenti** dei quali, oltre all'offerta formativa, vengono descritte le **buone pratiche, le idee e i progetti**; inoltre sono stati rilevati **7 casi** dei quali viene descritta l'offerta formativa in quanto programmi riconosciuti come eccellenti a livello internazionale; infine vengono elencati **altri 64 Master** riconosciuti e/o indicati come di ottima o buona qualità.

Tra le principali buone pratiche individuate e dall'analisi dei programmi formativi è opportuno evidenziare che:

- ❑ diversi Master propongono un'offerta che, oltre a fornire le competenze teoriche e tecniche, mira a garantire allo studente un'**esperienza professionale**, non solo attraverso *internships*, ma anche attraverso simulazioni di contesti di lavoro e training interno (si veda ad esempio il *Cityscape restaurant*, gestito dagli studenti della School of Tourism della Victoria University, in Australia);
- ❑ diverse scuole, in particolare se propongono Master di oltre 1 anno, strutturano l'offerta didattica in diverse **location internazionali**, in modo che lo studente possa trascorrere almeno un semestre in un altro campus (tra queste Cornell e Schiller in Usa, NHTV in Olanda);
- ❑ molti Master prevedono lo svolgimento di **progetti di ricerca**, sia sul campo che desk, sia individuali che di gruppo; in particolare la George Washington University prevede, in collaborazione con il Wto, un progetto sul campo in Montenegro, dove il gruppo di ricerca è composto da studenti di diverse università;
- ❑ tra le forme di **promozione** principali, oltre agli Open day, si rilevano altre strumenti di conoscenza diretta dei programmi, come "Student for a day" della Wageningen University in Olanda; alcuni Master hanno attivato una loro newsletter.

*Si ringraziano i docenti internazionali della faculty MTM che hanno segnalato i migliori Master dei loro rispettivi paesi.*

## Metodologia

### Obiettivi

- individuare alcune buone pratiche internazionali di gestione e promozione di Master in turismo;
- rilevare - per ogni Master individuato - le caratteristiche principali, l'impostazione didattica e le buone pratiche (idee, progetti, altri elementi di interesse).

### Step operativi

- Definizione del campione;
- analisi dell'offerta dei master individuati attraverso siti web e brochure;
- redazione scheda-Master *(la rilevazione delle buone pratiche ha come obiettivo l'individuazione di progetti, programmi, strumenti che generalmente non sono attivi in altri Master e che caratterizzano il Master in analisi).*

### Campione

Il campione rappresenta una "raccolta" di **casi eccellenti**, individuati attraverso diverse fonti e segnalazioni<sup>1</sup>. Le buone pratiche si concentrano soprattutto su paesi anglosassoni, caratterizzati da un'offerta tradizionalmente più qualificata e con un'esperienza più consolidata. I Master individuati si concentrano sul management del turismo; fanno eccezione due Hotel Schools (Cornell e Losanna) che sono state comunque considerate per la loro offerta d'eccellenza.

In seguito al lavoro di analisi il campione è stato diviso in **tre sezioni**:

- la **sezione 1** comprende **14 casi eccellenti** dei quali, oltre all'offerta formativa, viene specificata la voce "**Buone pratiche, idee, progetti**";
- la **sezione 2** comprende **7 casi eccellenti** dei quali viene descritta l'offerta formativa ma dei quali non viene specificata la voce "Buone pratiche, idee, progetti" perché non tali pratiche non sono state implementate e/o non comunicate su web o brochure; per questi Master è stato comunque ritenuto opportuno rilevare e analizzare l'offerta in quanto programmi riconosciuti come eccellenti a livello internazionale;
- infine, la **sezione 3** comprende anche un elenco di **altri 64 Master** riconosciuti e/o indicati come di buona/ottima qualità da varie fonti. Per questi Master, complessivamente 64 programmi appartenenti a 7 diversi paesi, vengono indicati il paese di appartenenza, il nome e il link.

*I Master appartenenti alla sezione 1 e 2 sono elencati nella tabella 1.*

### La scheda-Master

La scheda-Master prevede le seguenti voci: SEDE; CONTATTI; SITO WEB; BREVE PROFILO; IL MASTER; COSTO DEL MASTER; DURATA DEL MASTER; CERTIFICAZIONI E ACCREDITAMENTI; BUONE PRATICHE, IDEE, PROGETTI (dove presenti).

---

<sup>1</sup> per limiti di tempo e budget il campione non viene quindi individuato attraverso una scelta selettiva dei migliori Master al mondo nel settore del turismo, ma attraverso, un lavoro di raccolta.

Tabella 1. Il campione (ordine alfabetico per paese)

PAESE	SCUOLA	MASTER	CITTA	SEGNALATO DA	SEZIONE
Australia	James Cook University	Master of Tourism	Victoria	Prof. Pearce	sezione 1
Australia	University of Queensland	Master in International Travel and Tourism Management	Brisbane	Prof. Pearce	sezione 1
Australia	Victoria University	Master of Business (Tourism Management)	Melbourne	Prof. Pearce	sezione 1
Belgio	University of Leuven	Master in Tourism	Leuven	Prof. Govers	sezione 2
Francia	ESSEC	International Hospitality Management	Parigi	Grad Schools	sezione 1
Olanda	Nhtv	Master in European Tourism Management	Breda	Prof. Govers	sezione 1
Olanda	RSM Erasmus University + HotelSchool The Hague	Master in Hospitality Management	The Hague	Leading hotel schools	sezione 1
Olanda	Wageningen University	Master of Science in Leisure, Tourism and Environment	Wageningen	Prof. Govers	sezione 1
Svizzera	Hotel school	Master in Hospitality Administration	Losanna	Peterson's planner	sezione 1
Svizzera	Università della Svizzera italiana	Master in International Tourism	Lugano	Grad Schools	sezione 2
UK	Bournemouth University	Master in Tourism Management	Bournemouth	Prof. Govers	sezione 2

PAESE	SCUOLA	MASTER	CITTA	SEGNALATO DA	SEZIONE
UK	Leeds Metropolitan Uni	Master in International Tourism Management	Leeds	Prof. Govers	sezione 2
UK	Strathclyde University	Master in Tourism	Glasgow	Prof. Govers	sezione 2
UK	Surrey University	Master in Tourism Management	Guildford	Prof.ssa Pritchard	sezione 2
UK	University of Wales Institute Cardiff UWIC	Master in Tourism Management	Cardiff	MTM	sezione 2
USA	Cornell	Master of Management in Hospitality (MMH)	Ithaca	Peterson's	sezione 1
USA	George Washington University	Master of Tourism Administration	Washington DC	Peterson's planner	sezione 1
USA	NYU	Master in Tourism and travel management	New York city	Peterson's planner	sezione 1
USA	Purdue	Master in Hospitality and Tourism Management	West Lafayette - IN	MTM	sezione 1
USA	Schiller International University	Master of Business Administration in International Hotel and Tourism Management	Largo (FL)	Peterson's planner	sezione 1
USA	University of Massachusetts	Master in Hospitality and Tourism Management	Amherst (Mass)	Peterson's planner	sezione 1

IL MERCATO DELLA FORMAZIONE  
POST-GRADUATE IN TURISMO  
Buone pratiche internazionali

SEZIONE 1

## James Cook University Australia

<b>Sede</b>	Townsville, Queensland Australia
<b>Contatti</b>	Faculty of Law Business and the Creative Arts <a href="mailto:FacultyLBCA.TSV@jcu.edu.au">FacultyLBCA.TSV@jcu.edu.au</a>
<b>Sito web</b>	<a href="http://www.jcu.edu.au">www.jcu.edu.au</a>
<b>Breve profilo</b>	<p>La James Cook University (JCU) è l'università leader nell'Australia tropicale. Fondata nel 1970, ha sede nel Queensland, a Townsville e Cairns, ed ha anche due campus a Brisbane e Singapore.</p> <p>JCU conta oltre 20 centri di ricerca e gestisce diverse stazioni di ricerca in isole, aree forestali e altre <i>location outdoor</i>. JCU riceve oltre 23 milioni di dollari australiani ogni anno per la ricerca. Le principali aree di ricerca sono: biodiversità, gestione sostenibile degli ecosistemi tropicali, <i>global warming</i>, agricoltura tropicale.</p>
<b>Il Master</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Il <i>Master of Tourism</i> è strutturato come programma multidisciplinare che affronta il turismo da una prospettiva sociale, economica e ambientale. Il programma fornisce le competenze per il <i>management sostenibile</i> dei prodotti, delle risorse e delle infrastrutture turistiche.</li> <li><input type="checkbox"/> I principali corsi sono: <i>tourism analysis, hotel and resort management, conference and events management, international tourism, tourist behaviour, sustainability and ecotourism</i>.</li> <li><input type="checkbox"/> Gli studenti possono scegliere tra due <b>tracks</b>: <ul style="list-style-type: none"> <li>- general program;</li> <li>- ecotourism program.</li> </ul> </li> </ul>
<b>Costo del Master</b>	Costi per studenti australiani: 517 AUS\$ per credito (crediti minimi per diploma: 36) Costi per studenti internazionali: 15.600 AUS\$/anno (€9.379, 12/03/08)
<b>Durata del Master</b>	1 – 1.5 anni full-time, a seconda delle competenze di partenza
<b>Certificazioni e accreditamenti</b>	-

James Cook University  
Australia

<b>Buone pratiche, idee, progetti</b>	<p><b><u>Online teaching with LearnJCU</u></b></p> <p>Con LearnJCU, ogni corso ha un suo spazio su web che comprende:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- materiale didattico;</li><li>- reading list e link di settore;</li><li>- collegamento con tutti gli elementi rilevanti presenti in biblioteca tra cui libri di testo, articoli, esami precedenti;</li><li>- risorse interattive: forum con docente e colleghi di corso, podcats, live chat e pagine web personale;</li><li>- accesso per consegnare i propri <i>assignment</i> online.</li></ul> <p>Indirizzo: <a href="http://learnjcu.jcu.edu.au">http://learnjcu.jcu.edu.au</a></p>
---	--

## University of Queensland Australia

<b>Sede</b>	St Lucia, Brisbane, Australia
<b>Contatti</b>	Chancellor - Sir Llewellyn Edwards AC Head of School of Tourism - Professor Chris Cooper <b>School of Tourism</b> tel. + 61 (07) 33811337 <a href="mailto:talm@uq.edu.au">talm@uq.edu.au</a>
<b>Sito web</b>	<a href="http://www.uq.edu.au">www.uq.edu.au</a> <a href="http://www.tourism.uq.edu.au">www.tourism.uq.edu.au</a>
<b>Breve profilo</b>	La <i>University of Queensland</i> (UQ) è una delle più importanti università australiane. Fondata nel 1909, è la più antica del Queensland. È tra i fondatori del <i>Group of Eight</i> , rete di università australiane con l'obiettivo di mantenere l'eccellenza dell'offerta formative del paese, e appartiene alla Universitas 21 Alliance ( <a href="http://www.universitas21.com">www.universitas21.com</a> ) network internazionale di 21 atenei.
<b>Il Master</b>	<b><u>International Travel and Tourism Management in the Master of Business (Advanced)</u></b> <input type="checkbox"/> si rivolge ad attuali manager che desiderano completare il proprio percorso formativo e per figure professionali che aspirano a ruoli <i>middle/senior management</i> . Il programma permette di specializzarsi nel settore di riferimento e accelerare la propria carriera nell'ambito di specifici ambiti professionali, tra cui il management del turismo. <input type="checkbox"/> gli studenti possono scegliere una <b>specializzazione</b> tra: <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ International Event Management</li> <li>▶ International Hotel Management</li> <li>▶ International Sport and Recreation Management</li> <li>▶ International Travel and Tourism Management</li> </ul> <a href="http://www.bel.uq.edu.au/publications/undergrad_brochure/BEL_PG_Prospectus_2008.pdf">http://www.bel.uq.edu.au/publications/undergrad_brochure/BEL_PG_Prospectus_2008.pdf</a>
<b>Costo del Master</b>	Studenti australiani full-time: \$AUD 8.775 (€5.278, 12/03/2008) a semestre Studenti internazionali: \$AUD 10.250 (€ 6.165, 12/03/2008) a semestre
<b>Durata del Master</b>	2 anni full-time (o part-time equivalente, solo per studenti australiani)
<b>Certificazioni e accreditamenti</b>	<input type="checkbox"/> Certificazione Wto Tedqual <input type="checkbox"/> La <i>School of Tourism</i> fa parte dell' <i>International Centre of Excellence in Tourism and Hospitality Education</i> ( <a href="http://www.the-ice.org">www.the-ice.org</a> ) una rete istituita dal governo australiano.

University of Queensland  
Australia

<b>Buone pratiche, idee, progetti</b>	<p><b><u>Professional Memberships</u></b></p> <p>A seconda del settore di studio, i diplomati hanno la possibilità di entrare come soci in alcune reti professionali nazionali, tra le quali:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Australian and New Zealand Association of Leisure Studies</li> <li>• Australian Institute of Travel and Tourism (AITT)</li> <li>• HCIMA - Hospitality, Leisure and Tourism Management Professionals</li> <li>• Hotel Catering and Institutional Management Association</li> <li>• Market Research Society of Australia</li> <li>• Sport Management Association for Australia and New Zealand</li> </ul> <p><b><u>Library access</u></b></p> <p>Gli studenti hanno accesso online 24/24:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- alla più grande biblioteca dello stato, che possiede anche la più ampia offerta di libri del settore turismo;</li> <li>- all'Unwto eLibrary.</li> </ul> <p><b><u>Industry Partnership Development team</u></b></p> <p>Per favorire e sviluppare il contatto con le aziende è stato istituito un <i>Industry Partnership Development team</i> che sviluppa programmi e progetti di consulenza e di formazione in partnership con gli operatori.</p> <p><b><u>Meet the Industry Leaders Event</u></b></p> <p>Da sei anni, a settembre, si tiene l'evento <i>Meet the Industry Leaders</i> come momento di interazione tra studenti, staff della scuola, <i>faculty</i> e rappresentanti di aziende, associazioni professionali. L'evento è impostato come momenti di networking aperto durante il quale gli studenti possono entrare in contatto con aziende come Hilton Hotels, Accor Hotel Group, Dreamworld, Flight Centre, Marriott International, Rydges Hotels &amp; Resorts, Suncorp Stadium, Wotif.com e Tourism Queensland.</p> <p><b><u>Sustainable Tourism Research Practicum</u></b></p> <p>Il <i>Sustainable Tourism Research Practicum</i> è un nuovo corso, avviato nel 2006, in collaborazione con il <i>TedQual Fieldwork for Tourism Development Program</i> (del Wto).</p> <p><i>"The program offers postgraduate students the opportunity to travel as a team to a developing country to assist in their sustainable tourism efforts. Students will complete a course in sustainable tourism development planning throughout the semester before spending an intensive period (2 weeks) overseas undertaking a specific research project. The course will provide students with the foundations of sustainable tourism development theories which will then be utilized and applied through the fieldwork".</i></p>
---------------------------------------	---

## Victoria University Australia

<b>Sede</b>	City Flinders campus, Melbourne, Australia
<b>Contatti</b>	<p>Faculty of Business and Law Professor Colin Clark, Executive Dean</p> <p>School of Hospitality, Tourism &amp; Marketing Doctor Susan Gillet, Head of School <a href="mailto:sue.gillet@vu.edu.au">sue.gillet@vu.edu.au</a> + 61 03 9919 4430</p> <p>Centre for Hospitality and Tourism Research Professor Leo Jago, Director <a href="mailto:leo.jago@vu.edu.au">leo.jago@vu.edu.au</a></p>
<b>Sito web</b>	<a href="http://www.businessandlaw.vu.edu.au">www.businessandlaw.vu.edu.au</a>
<b>Breve profilo</b>	La Victoria University (VU) è una delle università più innovative e in sviluppo in Australia, con il livello più alto di internazionalizzazione. È stata fondata nel 1916 come <i>Footscray Technical School</i> e rinominata Victoria University nel 1990. Ha attualmente 11 campus. La <i>Faculty of Business and Law</i> è una delle tre facoltà di VU, con oltre 130 corsi in 7 <i>teaching schools</i> , tra cui la <i>School of Hospitality, Tourism &amp; Marketing</i> .
<b>Il Master</b>	<p><b><u>Master of Business (Tourism Management)</u></b></p> <p>La <i>School of Hospitality, Tourism &amp; Marketing</i> propone diversi corsi <i>graduate</i> in turismo, ospitalità e eventi. Il Master of Business (Tourism Management) è stato il primo ad essere istituito in Australia, nel 1988.</p> <p><b>Altri Master sono:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Master of Business (Hospitality Management)</li> <li><input type="checkbox"/> Master of Business (Event Management)</li> <li><input type="checkbox"/> Master of Business (Hospitality and Tourism Marketing)</li> <li><input type="checkbox"/> Master of Business (Hospitality Management) (Professional Practice)</li> <li><input type="checkbox"/> Master of Hospitality and Tourism Education</li> <li><input type="checkbox"/> Master of Business (Hospitality and Event Management)</li> <li><input type="checkbox"/> Master of Business (Hospitality and Tourism Management)</li> <li><input type="checkbox"/> Master of Business (Tourism and Event Management)</li> <li><input type="checkbox"/> Master of Business by Research (Hospitality and Tourism)</li> </ul>
<b>Costo del Master</b>	<p>Stima costo complessivo: min AUS\$ 12.745 – max AUS\$ 24.997 (7.679 € - 15.062 € - 12/03/2008)</p> <p>Costo per corso: AUS\$1,062 - AUS\$ 2,083 Costo per tesi: AUS\$ 3,187 - AUS\$ 6,250 Ogni corso da diritto a 12 crediti. La tesi da diritto a 36 crediti. Si ottiene il diploma Master con 144 crediti.</p>
<b>Durata del Master</b>	Tre semestri full-time, oppure l'equivalente part-time.
<b>Certificazioni e accreditamenti</b>	La <i>School of Tourism</i> fa parte dell' <i>International Centre of Excellence in Tourism and Hospitality Education</i> ( <a href="http://www.the-ice.org">www.the-ice.org</a> ) una rete istituita dal governo australiano.

Victoria University  
Australia

<p><b>Buone pratiche, idee, progetti</b></p>	<p><b><u>Cityscape Restaurant</u></b></p> <p>Il <i>Cityscape</i> è un ristorante gestito dalla <i>School of Tourism</i> e dai suoi studenti dal 1986. Si trova all'interno del campus, ha 20 coperti, è aperto al pubblico tutti i giorni dalle 12 alle 14.30.</p> <p>Centinaia di studenti hanno studiato i principi e le pratiche del <i>food and beverage management</i> all'interno del ristorante da una prospettiva di management, tra cui i sistemi di <i>stock control</i> e il <i>pricing</i>.</p> <p><b><u>Guest Speakers for School Functions</u></b></p> <p>Gli studenti e i diplomati partecipano regolarmente come <i>guest speakers</i> a fiere e expo sull'offerta formativa</p> <p><b><u>Degrees</u></b></p> <p>La newsletter semestrale oltre ad approfondire temi di hospitality, turismo, marketing e eventi, informa sulle novità della School e sui successi degli studenti.</p> <p>Download: <a href="http://www.businessandlaw.vu.edu.au/htm/school_publications.asp">http://www.businessandlaw.vu.edu.au/htm/school_publications.asp</a></p> <p><b><u>Centre for Hospitality and Tourism Research</u></b></p> <p>L'attività didattica è strettamente collegata un centro di eccellenza nella ricerca in <i>hospitality</i> e turismo</p> <p><a href="http://www.businessandlaw.vu.edu.au/chtr/default.asp">http://www.businessandlaw.vu.edu.au/chtr/default.asp</a></p>
--	--

ESSEC  
Francia

<b>Sede</b>	Cergy-Pontoise, Paris
<b>Contatti</b>	<p><b>Pierre Tapie, President</b></p> <p>IMHI  <b>Joëlle Harris</b>  Avenue Bernard Hirsch  BP 50105 Cergy  95021 Cergy-Pontoise  Tel: + 33 1 34 43 32 55  Fax: + 33 1 34 43 17 01  <a href="mailto:harris@essec.fr">harris@essec.fr</a></p>
<b>Sito web</b>	<p><a href="http://www.essec.edu/imhi">www.essec.edu/imhi</a>  Brochure download: <a href="http://www.essec.edu/brochure/ESSEC-IMHI.pdf">www.essec.edu/brochure/ESSEC-IMHI.pdf</a></p>
<b>Breve profilo</b>	La <i>ESSEC Business School</i> è stata fondata nel 1907 ed è oggi una delle grandi scuole di management francesi. L' Istituto di <i>Management Hôtelier International</i> – IMHI – è stato creato nel 1981 come joint venture tra Cornell University e ESSEC, una partnership che è durata 25 anni.
<b>Il Master</b>	<p><b><u>MBA in International Hospitality Management</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❑ Il Master è un MBA, strutturato in due diversi <b>track</b>: <p><b>Track di 1 anno:</b> destinato a professionisti che hanno già acquisito esperienza nel settore dell'hospitality (4-5 anni) e sono orientate ad un approccio didattico più breve e intenso;</p> <p><b>Track di 2 anni:</b> destinato a studenti con più limitata esperienza professionale (2-3 anni) che desiderano integrare un'esperienza di lavoro nel loro programma di studio.</p> </li> <li>❑ Le aree didattiche di specializzazione sono 4: <p><b>Luxury Services Management</b> (con l'MBA in <i>International Luxury Brand Management</i>)</p> <p><b>E-Commerce</b></p> <p><b>Real Estate and Development</b></p> <p><b>Entrepreneurship</b></p> </li> </ul>
<b>Costo del Master</b>	<p>Track di 1 anno = 27.000 €  Track di 2 anni = 29.000 €</p>
<b>Durata del Master</b>	<p>TRACK 1 = 1 ANNO  TRACK 2 = 2 ANNI</p>
<b>Certificazioni e accreditamenti</b>	<p>AACSB international - The Association to Advance Collegiate Schools of Business.  Equis - The European Quality Improvement System</p>

ESSEC  
Francia

<p><b>Buone pratiche, idee, progetti</b></p>	<p><b><u>Apprenticeship program</u></b></p> <p>Il programma offre l'opportunità ad alcuni studenti selezionati di sviluppare un'esperienza professionale durante gli studi. Il programma è aperto solo a studenti sotto i 26 anni con un permesso di lavoro dell'UE. Le aziende partner pagano la <i>fee</i> del Master dello studente, oltre a garantirgli uno stipendio minimo. Lo studente in cambio lavora per l'azienda durante il corso.</p> <p><b><u>The Industry Consultancy Project</u></b></p> <p>Lavoro di gruppo che si svolge al termine del corso, e che combina le conoscenze teoriche con una esperienza di business reale. Dura due mesi, in diversi campi e con il tutoraggio di un membro della faculty e di un executive.</p> <p><b><u>Capstone module</u></b></p> <p>Progetto di consulenza individuale di <i>international hospitality</i>. Si svolge alla fine del corso e simula un vero processo di analisi e consulenza.</p> <p><b><u>Request a brochure</u></b></p> <p>La brochure del Master è scaricabile solo dopo aver fornito la propria email. Successivamente è prevista un'azione mirata di recall via email.</p> <p><b><u>CV BOOK</u></b></p> <p>La Scuola pubblica, anche online, il CV book con i profili degli studenti. Download:  <a href="http://econtent.essec.fr/mediabanks/ESSEC-PDF/Formations/MBA%20IMHI/IMHI_CV_Book_2008.pdf">http://econtent.essec.fr/mediabanks/ESSEC-PDF/Formations/MBA%20IMHI/IMHI_CV_Book_2008.pdf</a></p>
--	--

NHTV  
Olanda

<b>Sede</b>	Breda, Olanda
<b>Contatti</b>	Mr. Rami Isaac European Tourism Management. NHTV Breda University of Applied Sciences P.O. Box 3917 4800 DX Breda - The Netherlands tel.nr.: +31 76 530 2203 fax.nr.: +31 76 530 2205 e-mail: <a href="mailto:Isaac.R@nhtv.nl">Isaac.R@nhtv.nl</a>
<b>Sito web</b>	<a href="http://www.nhtv.nl">www.nhtv.nl</a>
<b>Breve profilo</b>	Il <i>NHTV Breda University of Applied Sciences</i> è un istituto di scienze applicate a carattere fortemente internazionale, fa parte di molte organizzazioni professionali internazionali, tra cui il WTO Education Council.
<b>Il Master</b>	<p><b><u>MA Degree in European Tourism Management</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Gestito in partnership con altre 5 università specializzate in turismo; durante il corso lo studente studia in due diverse università tra: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Bournemouth University - UK</li> <li>- Högskolan Dalarna, Falun/Borlänge - Svezia</li> <li>- Fachhochschule Heilbronn - Germania</li> <li>- Université de Savoie, Chambéry - Francia</li> <li>- Universidad Rey Juan Carlos – Madrid, Spagna</li> </ul> </li> <li>▪ Il corso è strutturato in tre fasi:</li> </ul> <p><b>FASE 1</b> si svolge simultaneamente a NHTV, Högskolan Dalarna (Svezia) e Bournemouth University (UK). In tutte le location i corsi sono in lingua inglese. Oltre a seguire i corsi, gli studenti cominciano a lavorare per la tesi. A gennaio, nel corso di una mini-conferenza a Chambéry ("Researching Tourism"), gli studenti presentano le prime idee della loro tesi (argomenti, struttura, metodologia) e diversi <i>guest lectures</i> presentano le metodologie di ricerca con l'obiettivo di guidare e assistere gli studenti durante la loro tesi.</p> <p><b>FASE 2</b> Circa un 1/3 degli studenti si trova a Heilbronn, gli altri a Chambéry e Madrid (la composizione dei gruppi è diversa rispetto alla fase 1). A Heilbronn, le lezioni sono in tedesco, a Chambéry e Madrid rispettivamente in francese e spagnolo. Oltre alle lezioni gli studenti sviluppano un <i>European Tourism Consultancy Project</i>.</p> <p><b>FASE 3</b> Ricerca e tesi (lavoro individuale).</p>
<b>Costo del Master</b>	per l'a.a. 2008/2009 = € 8,000
<b>Durata del Master</b>	1 anno
<b>Certificazioni e accreditamenti</b>	TedQual - World Tourism Organization

NHTV  
Olanda

<p><b>Buone pratiche, idee, progetti</b></p>	<p><b><u>ETM Network</u></b></p> <p><i>“ETM network is a human web of lively and successful individuals, having in common their memorable European Tourism Masters year, their spirit and state of mind. The leading European universities in tourism are proud to present the alumni of their Masters programme that originated in 1988. They value them not only as individuals but also as ambassadors of the dynamic and fascinating industries. As ETM institutes we want to preserve and develop this network by connecting and staying connected with our alumni. We want to keep each other posted on the lives they lead and the work they do”.</i></p> <p><a href="http://www.etmassociation.com">www.etmassociation.com</a></p> <p><b><u>Un altro Master: Master Degree in Tourism Destination Management</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ FASE 1: CORSI IN AULA A BREDA</li> <li>▪ FASE 2: RESEARCH PROJECTS ASIA PACIFIC</li> </ul> <p><i>“During the second phase of the programme, students will carry out assignments at three different locations in the Asia-Pacific: a beach, a city and a rural developing destination, like e.g. Bali, Hong Kong or Central Vietnam. The target of phase 2 is to apply the accumulated qualifications of phase 1 to the research, advisory and managerial practice. The students will work in teams of four at three locations, utilising/adopting the perspectives of three different (groups of) stakeholders: large tourism related companies such as hotels; small and medium-sized enterprises; other important tourism related organisations. In each period of four weeks a central theme is determined in close consultation with the stakeholders of each specific tourism destination. This theme can be in reference to a current issue or an issue, which is expected to increase in importance in the future. The student teams will produce a problem analysis to facilitate their advice to the different stakeholders. The assignments will focus on the development of current and future strategies concerning the stakeholders involved. Each group will produce three reports, situated at three different tourism destinations and from the perspective of three different types of stakeholders”.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ FASE 3: RICERCA INDIVIDUALE E TESI</li> </ul> <p><b><u>Online Forum - “Chat with others about your (future) studies...”</u></b></p> <p><i>“Why would you choose NHTV, how do the study programmes tie up with your previous education, what is the atmosphere like, is there enough support when you need it, does the city of Breda allow you to pursue your favourite pastimes, how do you find a student room, and so on. Are you looking for a study programme and do you, after having read the information on our website, still have questions that can mainly be answered by students? Or are you already studying at NHTV and clearly remember the time when you were trying to decide on a course of studies and had so many questions to ask? Then help today’s prospective students and share your study experiences”.</i></p> <p><b><u>Newsletter del Master e weblog: <a href="http://www.tourism-master.nl">www.tourism-master.nl</a></u></b></p>
--	--

## Erasmus University & The Hague Hotel School Olanda

<b>Sede</b>	L'Aia, Olanda
<b>Contatti</b>	<p>Hotelschool The Hague Brusselseaan 2 2587 AH The Hague The Netherlands</p> <p>Prof. Dr H.G. van Dissel Dean RSM Erasmus University <a href="http://www.rsm.nl">www.rsm.nl</a></p> <p>W. Dooge MSc President Board of Directors Hotelschool The Hague <a href="http://www.hotelschool.nl">www.hotelschool.nl</a></p>
<b>Sito web</b>	<a href="http://www.masterhospitalitymanagement.com">www.masterhospitalitymanagement.com</a>
<b>Breve profilo</b>	Il Master in Hospitality Management è organizzato dalla RSM Erasmus University e dalla Hotelschool The Hague. Si svolge presso la sede di The Hague (L'Aia).
<b>Il Master</b>	<p><b><u>Master in Hospitality Management</u></b> Struttura del corso</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Introduction</i></li> <li>- 1° mini-semestre (10 settimane): <i>strategic formulation</i></li> <li>- 2° mini-semestre (12 settimane): <i>planning and implementation I</i>;</li> <li>- 3° mini-semestre (12 settimane): <i>planning and implementation II</i>.</li> <li>- Master project (individual): 12 settimane <i>off campus (distance coaching)</i> + 2 settimane <i>on campus (project presentation + final exams)</i></li> </ul>
<b>Costo del Master</b>	€ 18.650
<b>Durata del Master</b>	12 mesi
<b>Certificazioni e accreditamenti</b>	<p><u>RSM Erasmus University:</u> AMBA (<a href="http://www.mbaworld.com">www.mbaworld.com</a>) EQUIS (<a href="http://www.mbaworld.com">www.mbaworld.com</a>) AACSB (<a href="http://www.aacsb.edu">www.aacsb.edu</a>) (poche business school hanno il triplo accreditamento)</p> <p><u>The Hague Hotel School:</u> European Foundation of Accreditation of Hotel Schools (EFAH). Leading Hotel Schools of the World (LHSW) WTO TedQual</p>

## Erasmus University & The Hague Hotel School

Olanda

<b>Buone pratiche, idee, progetti</b>	<p><b><u>Professional development</u></b></p> <p><i>“<b>Aim:</b> Master students should take the responsibility for their own learning path and formulate personal learning and development goals, taking into account their own strengths and weaknesses at the start of the program and bearing in mind the final aim of the course: to become a transformational leader.</i></p> <p><i><b>Assessment:</b> The coaches will assess your progress and/or performance based on their own observations, peer assessment and your self-assessment and self-reflection. Reflection may take the form of a group discussion, an individual coaching session or possibly an essay written by the student.”</i></p> <p><b><u>Alumni online section</u></b></p> <p>Sul sito del Master è presente una sezione online riservata (con login a password) agli ex-studenti.</p> <p><b><u>Request a brochure</u></b></p> <p>La brochure del Master è scaricabile solo dopo aver fornito la propria email.</p>
---	---

## Wageningen University Olanda

<b>Sede</b>	Wageningen, Olanda
<b>Contatti</b>	Drs. Ir. Karin Peters Gaia Building, room B.302 Droevendaalsesteeg 3 6708 PB Wageningen Phone: +31 317 48 60 25 E-mail: <a href="mailto:mle.msc@wur.nl">mle.msc@wur.nl</a>
<b>Sito web</b>	<a href="http://www.wageningenuniversiteit.nl/UK/">http://www.wageningenuniversiteit.nl/UK/</a> <a href="http://www.mle.wur.nl/UK/">http://www.mle.wur.nl/UK/</a>
<b>Breve profilo</b>	Wageningen University una delle principali università europee in <i>Life Sciences</i> . Ricercatori e studenti si specializzano in nutrizione, salute, ambiente. Ha circa 9.600 studenti iscritti e 200 docenti.
<b>Il Master</b>	<b><u>Master of Science in Leisure, Tourism and Environment</u></b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ sviluppato in collaborazione con World Leisure;</li> <li>▪ focalizzato sul rapporto tempo libero/ambiente, con un focus particolare sul turismo;</li> <li>▪ è strutturato in tre parti: corso, <i>internship</i> e tesi di ricerca;</li> <li>▪ il programma prevede corsi obbligatori e corsi a scelta.</li> </ul>
<b>Costo del Master</b>	Costo per due anni, per studenti UE: € 3,160 (€ 1,565 + € 1,595) Costo per due anni, per studenti extra-UE: € 16,500 (€ 8,250 + € 8,250)
<b>Durata del Master</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 2 ANNI</li> <li>▪ il corso può anche essere svolto part-time in più di due anni</li> </ul>
<b>Certificazioni e accreditamenti</b>	ECTS label (European Credit Transfer System)

Wageningen University

Olanda

**Buone pratiche,  
idee, progetti**

**Student for a day**

*"Would you like to follow lectures and meet students doing the programme now and get a "taste" of the programme first? Being a Student for a Day is a good opportunity to get more information if you are planning for your future study. You can come on any day at your convenience and just "sit-in" in lectures on various subjects and talk to students following the programme. You can also make an appointment to meet with the study advisor. This is a chance to find out what it is like to follow courses at Wageningen University".*

**Altre forme di promozione:**

Open days

"Meet us in your Country" (fiere internazionali)

## Ecole hôtelière de Lausanne (EHL) Svizzera

<b>Sede</b>	Losanna, Svizzera
<b>Contatti</b>	<p>Ruud J. Reuland - General Director  <a href="mailto:general.director@ehl.ch">general.director@ehl.ch</a></p> <p>Ecole hôtelière de Lausanne          Le Chalet-à-Gobet          1000 Lausanne 25          Switzerland          Tel. +41 21 785 11 11          Fax +41 21 785 11 21</p>
<b>Sito web</b>	<a href="http://www.ehl.ch">www.ehl.ch</a>
<b>Breve profilo</b>	Fondata nel 1893 la <i>Ecole hôtelière de Lausanne</i> si trova sul lungolago a Losanna ed è oggi considerata leader mondiale nell' <i>hospitality management</i> . Nell'a.a. 2007/2008 gli studenti iscritti sono circa 1700, da 82 paesi. Circa il 90% degli studenti frequenta l' <i>International Hospitality Management Programme (Bachelor of Science)</i> , l'8% il <i>Management of Hotel Operations (Associate of Science)</i> e il restante 2% il <i>Master in Hospitality Administration</i> .
<b>Il Master</b>	<p><b><u>Master in Hospitality Administration</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Il Master in fortemente orientate al settore dell'<i>hospitality</i> e alle professioni ad esso connesse.</li> <li><input type="checkbox"/> Si rivolge a professionisti che vogliono accelerare o modificare il proprio percorso professionale.</li> <li><input type="checkbox"/> Il Master, in lingua inglese, è strutturato in due semestri:             <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ semestre 1 - Art &amp; Sciences of Hospitality (20 settimane)</li> <li>▪ semestre 2 - Corporate &amp; Leadership (26 settimane)</li> </ul> </li> </ul>
<b>Costo del Master</b>	CHF 45.500 (€28.962, 13/03/08)
<b>Durata del Master</b>	1 anno (2 semestri)
<b>Certificazioni e accreditamenti</b>	New England Association of Schools and Colleges (NEASC)

## Ecole hôtelière de Lausanne (EHL) Svizzera

<b>Buone pratiche, idee, progetti</b>	<p><b><u>Student Business Projects</u></b></p> <p>Nell'ultimo semestre gli studenti partecipano ai lavori di ricerca di EHLITE (<i>Ecole hôtelière de Lausanne Institute of Technology and Environment</i>, <a href="http://www.ehlite.com">www.ehlite.com</a>)</p> <p>Per un periodo di 8,5 settimane (30 ore per settimana), gli studenti svolgono un progetto in team di 4-6 partecipanti, in collaborazione con aziende del settore.</p> <p>Le proposte di progetto arrivano direttamente dalle aziende, che possono farne richiesta attraverso un form online (<a href="http://www.ehlitesurvey.com/information_En.asp">http://www.ehlitesurvey.com/information_En.asp</a>). Ad oggi circa 130 aziende hanno partecipato.</p> <p><b><u>Student Social Space</u></b></p> <p>Lo <i>Student Social Space</i> è uno spazio ricreativo come gli studenti sono invitati a socializzare e scambiare idee e progetti. Le attività sono organizzate da un Comitato di studenti volontari. Lo spazio, compreso il bar, è gestito totalmente dagli studenti, con l'obiettivo di acquisire le competenze e l'esperienza di gestione di un locale.</p>
---	--

## Cornell University USA

<b>Sede</b>	Ithaca, NY (USA)
<b>Contatti</b>	Michael D. Johnson (Dean) 146 Statler Hall Ithaca, NY 14853-6902 Phone: 607.255.5106 Fax: 607.255.8570 <a href="mailto:sha_dean@cornell.edu">sha_dean@cornell.edu</a>
<b>Sito web</b>	<a href="http://www.hotelschool.cornell.edu">www.hotelschool.cornell.edu</a>
<b>Breve profilo</b>	La School of Hotel Administration di Cornell University è stata fondata nel 1922, primo programma universitario in <i>hospitality management</i> . Oggi è considerato il leader in questo settore. Oltre che per i programmi didattici si caratterizza per l'importante centro di ricerca <i>Center for Hospitality Research</i> (CHR, <a href="http://www.hotelschool.cornell.edu/research/chr/">http://www.hotelschool.cornell.edu/research/chr/</a> ).
<b>Il Master</b>	<p><b>Master of Management in Hospitality (MMH)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Il programma MMH è accreditato AACSB, e si svolge in <b>2 campus</b> nell'arco di <b>3 semestri</b>, in <b>12 mesi</b>;</li> <li><input type="checkbox"/> <b>online Prerequisite Courses:</b> prima dell'inizio del Master gli studenti ammessi devono completare 3 corsi propedeutici online (<i>Financial Management, Financial Statements, Statistical Decision Making</i>); in questa fase online gli studenti hanno l'opportunità di <b>socializzare virtualmente</b> con i futuri colleghi di studio;</li> <li><input type="checkbox"/> sono previsti <b>10 corsi obbligatori</b>, in 3 semestri;</li> <li><input type="checkbox"/> oltre ai 10 corsi obbligatori, sono previsti <b>5 career tracks:</b> <i>Human Resource Management, Marketing Management, Operations Management, Real Estate Finance and Investments, Revenue Management</i>;</li> <li><input type="checkbox"/> gli studenti possono frequentare 1 o più semestri al <b>campus di Singapore</b>.</li> </ul>
<b>Costo del Master</b>	\$51,900 per l'a.a. 2007-2008 (12 mesi, 3 semestri, comprende i pre-corsi online)
<b>Durata del Master</b>	12 mesi (3 semestri). È possibile trascorrere 6 mesi al Cornell-Nanyang Institute of Hospitality Management (CNI) a Singapore.
<b>Certificazioni e accreditamenti</b>	AACSB (Association to Advance Collegiate Schools of Business)

<p><b>Buone pratiche, idee, progetti</b></p>	<p><b><u>Orientation week</u></b></p> <p>Una settimana di orientamento, prima dell'inizio dei corsi, con l'obiettivo di socializzare con i nuovi colleghi di studio, con la faculty, e con lo staff. Il programma prevede anche momenti sociali e <i>leisure</i>.</p> <p><b><u>Programmi speciali</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❑ <b>Professional Development:</b> <i>"provides students with the tools needed to find that first job after the MMH program, and facilitates finding subsequent jobs as each alum's career progresses";</i></li> <li>❑ <b>Leadership Development Program (LDP):</b> <i>"during seminars, workshops, and assessment experiences, more than a dozen senior executives from the hospitality industry evaluate students, both as individuals and as parts of a team. They assess how well each student is able to lead, take direction, work with others, listen and evaluate other's ideas, and present their own. At the end of the program, the executives will meet with students, both individually and in teams, to evaluate performance. The LDP is designed to clearly outline the goals, both personal and professional, that students will work to accomplish during the MMH program";</i></li> <li>❑ <b>Externships</b> <i>"take students inside a hospitality-related organization to experience firsthand how decisions are made and strategies are implemented. Recent externships have included marketing at Crowne Plaza Singapore; Real Estate/Finance at the Intercontinental Hotels Group in Atlanta, Georgia";</i></li> <li>❑ <b>Charrette:</b> <i>"an intensive consulting project, working with a hospitality-related business client. Divided into consulting teams, the students perform industry-specific, project-related research such as trend analysis and tracking, financial analysis and modeling, and strategic analysis. At the start of the Charrette, the business client visits Cornell and presents a situation, giving the students a set of guidelines and objectives to be completed by the end of the project. The project weekend is concluded with a set of final presentations and recommendations by the students to the client. The industry client provides an assessment of the students' performance on the project and gives specific feedback to each student team";</i></li> <li>❑ <b>Master Class:</b> <i>"each year, the MMH program offers a three-day immersion seminar taught by industry leaders. Classes are held in January, usually at the site of an industry leader's operation. Students solve problems based on real-life scenarios, and present their solutions to industry leaders and the Hotel School faculty members who accompany them. The 2008 master Class was at the Las Vegas and the Gaming Industry. The Ithaca-campus MMH students spent three days in Las Vegas, touring casino hotels and meeting with executives of four companies: Las Vegas Sands, Harrah's, Wynn Las Vegas, and MGM/Mirage. The industry presentations—many by Hotel School alumni—covered project development in both Las Vegas and Macau, casino and hotel operations, food and beverage, human resources, and marketing, especially casino rewards programs. Industry leaders were open to the students' questions, and readily shared proprietary information on their development strategies and operating financial results".</i></li> </ul> <p><b><u>MMH Career Guide</u></b></p> <p>La MMH Career Guide comprende informazioni su tecniche di job search, modelli di CV e lettere di presentazione, tecniche di negoziazione.</p> <p>Download:  <a href="http://www.hotelschool.cornell.edu/students/careers/mmh/findjobs/documents/2007MMHCareerGuide.pdf">http://www.hotelschool.cornell.edu/students/careers/mmh/findjobs/documents/2007MMHCareerGuide.pdf</a></p>
--	--

## George Washington University USA

<b>Sede</b>	Washington DC, USA
<b>Contatti</b>	The George Washington University Master of Tourism Administration 2201 G. Street, NW, Suite 301, Washington DC 20052 Tel: + 1-202-994-6281 Fax: + 1-202 994 1630 mta@gwu.edu
<b>Sito web</b>	<a href="http://www.gwutourism.org/mta">www.gwutourism.org/mta</a>
<b>Breve profilo</b>	La George Washington University, fondata nel 1821, ha oggi oltre 19.000 studenti iscritti (undergraduate e graduate), appartenenti a 9 scuole. Il Master in Tourism Administration è attivo da 30 anni e organizzato dalla School of Business, Department of Tourism and Hospitality Management.
<b>Il Master</b>	<b><u>Master of Tourism Administration</u></b>  Il Master precede 36 crediti e propone 4 aree di specializzazione: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Event and Meeting Management</li> <li>2. International Hotel Management</li> <li>3. Sport Management</li> <li>4. Sustainable destination management</li> </ol>
<b>Costo del Master</b>	Il costo per un corso graduate alla GW è di \$1,012 per credito. Per il Master of Tourism Administration si stima quindi un costo di \$ 36.432 (€23.586, al 21/03/08).
<b>Durata del Master</b>	1 anno
<b>Certificazioni e accreditamenti</b>	TedQual (Wto)

George Washington University  
USA

<p><b>Buone pratiche, idee, progetti</b></p>	<p><b><u>Tourism Snapshot of an Industry</u></b></p> <p>Il Master propone un <i>online tutorial</i> per i potenziali studenti. Il tutorial fornisce una overview del settore del turismo, approfondendo le principali materie e proponendo un quiz alla fine delle unità previste. Il corso è gratuito. Le unità previste sono:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Sustainable Destination Management</li> <li><input type="checkbox"/> Events and Meeting Management</li> <li><input type="checkbox"/> Sports Management</li> <li><input type="checkbox"/> Hospitality and Food Service Management</li> <li><input type="checkbox"/> Tourism Research</li> <li><input type="checkbox"/> Transportation</li> <li><input type="checkbox"/> Tourism Policy, Planning and Development</li> <li><input type="checkbox"/> Self-assessment quiz</li> </ul> <p><i>“By the end of this course, participants should gain the knowledge to [...] identify and understand the role and importance of professional associations involved with tourism and related areas and gain a general understanding of the career opportunities available within tourism and related areas.”</i></p> <p>Il corso è disponibile al sito: <a href="http://www.dantei.org/tourism/index.php">http://www.dantei.org/tourism/index.php</a></p> <p><b><u>UNWTO-TedQual International Volunteers Programme Practicum in Montenegro</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> <i>As part of the UJNWTO-TedQual International Volunteers Programme 15 students from the George Washington University (GW) School of Business and 8 students from two universities in Montenegro worked together to identify opportunities for nature-based tourism development in the area of Durmitor National Park in Northern Montenegro.</i></li> <li><input type="checkbox"/> <i>The student team worked in Montenegro for two weeks in June (June 11-25). The GW group included students from both the MBA (Master of Business Administration) program and the MTA (Master of Tourism Administration) programs</i></li> <li><input type="checkbox"/> <i>The work of the students is part of the project "Unleashing Sustainable Tourism Entrepreneurship in the Area of National Park Durmitor" supported by the Ministry of Tourism of the Republic of Montenegro and the United Nations Development Program (UNDP) Office in Podgorica.</i></li> <li><input type="checkbox"/> <i>For two-week assignment of the student team focused on three important components:</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>A Strategic Environmental Assessment of Durmitor National Park (DNP) Area as a Nature-Based Tourism Destination</i></li> <li>- <i>Identification of Nature-Based Tourism Source Market and Distribution Channels</i></li> <li>- <i>Development of Preliminary Business Concepts for Nature-Based Tourism Products</i></li> </ul> </li> </ul>
--	---

## New York University – NYU USA

<b>Sede</b>	New York City, NY (USA)
<b>Contatti</b>	<p>Lalia Rach          Director, Preston Robert Tisch Center          for Hospitality, Tourism, and Sports Management  <b>School of Continuing and Professional Studies</b>          145 4th Avenue, Room 201          New York, NY 10003</p> <p>Tel: 1-212-998-7100          Fax: 1-212-995-4674  <a href="mailto:scps.gradadmissions@nyu.edu">scps.gradadmissions@nyu.edu</a></p>
<b>Sito web</b>	<a href="http://www.scps.nyu.edu/areas-of-study/tisch/">http://www.scps.nyu.edu/areas-of-study/tisch/</a>
<b>Breve profilo</b>	<p>Fondata nel 1831, <i>New York University</i> è oggi una delle più grandi università private degli Stati Uniti, con 40.000 studenti, da 133 paesi, iscritti a 14 scuole e college. La faculty è composta da 3.100 docenti.</p> <p>Presso la <i>School of Continuing and Professional Studies</i> di NYU si trova il <i>Preston Robert Tisch Center for Hospitality, Tourism, and Sports Management</i> che organizza due Master: il <i>Master of Science in Hospitality Industry Studies</i> e il <i>Master of Science in Tourism and Travel Management</i>.</p>
<b>Il Master</b>	<p><b><u>Master of Science in Tourism and Travel Management</u></b></p> <p>CORE CURRICULUM: 9 corsi introduttivi</p> <p>CONCENTRATIONS: gli studenti si specializzano in una di 4 aree</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Strategic Marketing</i></li> <li>2. <i>Tourism Development</i></li> <li>3. <i>Customer Relationship Management</i></li> <li>4. <i>Tourism Planning and Analysis</i></li> </ol> <p>INTERNSHIP</p> <p>ADVANCED SPECIAL PROJECT</p>
<b>Costo del Master</b>	\$27.066 per anno (€ 17.544, al 21/03/08)
<b>Durata del Master</b>	2 anni full-time; non oltre 4 anni part-time
<b>Certificazioni e accreditamenti</b>	-

## New York University – NYU USA

<b>Buone pratiche, idee, progetti</b>	<p><input type="checkbox"/> <b>One-Week Intensive Orientation</b></p> <p><i>“Before the start of formal classes, Tisch Center students participate in a one-week intensive industry orientation. The orientation also provides an opportunity to learn more about your peers. On day one, you are given an overview of graduate programs, administration, and policies and procedures. The next three days of sessions feature faculty members and alumni who offer perspectives on hospitality and tourism, drawing from their own professional insights. A three-day critical thinking and communications workshop allows you to explore concepts of critical thinking and review analytical skills involved in reading, writing, speaking, and listening. Emphasis is placed on the process of analyzing and organizing thinking before and during written and verbal communications. The final part of the orientation is an overview of basic economic, accounting, and finance principles and concepts. The purpose is to set the foundation upon which in-depth economic, accounting, and finance theory rests. Topics include such things as supply and demand theory with price relationships, the concept of elasticity and market adjustments, and exchange rates. Included are basic computer operations and financial calculator procedure”.</i></p> <p><input type="checkbox"/> <b>Independent Study</b></p> <p><i>“Creating an independent study provides the opportunity to work with a faculty member on a well-defined specific topic. Approved topics should be extensions of existing courses previously taken or areas in which no courses are offered. Independent research allows you to explore in depth areas of your particular interest. This course requires the prior approval of an academic adviser appropriate to the topic of study”.</i></p> <p><input type="checkbox"/> <b>Brochure</b></p> <p><a href="http://www.scps.nyu.edu/export/sites/scps/pdf/viewbooks/ms-hospitality-studies.pdf">http://www.scps.nyu.edu/export/sites/scps/pdf/viewbooks/ms-hospitality-studies.pdf</a></p> <p><input type="checkbox"/> <b>TISCH CENTER FOCUS NEWSLETTER</b></p> <p>Il centro pubblica una newsletter semestrale, concentrate sulle attività di ricerca e didattiche.</p>
---------------------------------------	---

## Purdue University USA

<b>Sede</b>	West Lafayette (IN) - USA
<b>Contatti</b>	<b>Hospitality and Tourism Management</b> Stone Hall, Room 106 700 W. State Street West Lafayette, Indiana 47907-2059 Tel. + 1 - (765) 494-4643 Fax: +1 - (765) 494-0327 <a href="mailto:htm@purdue.edu">htm@purdue.edu</a>
<b>Sito web</b>	<a href="http://www.cfs.purdue.edu/HTM/graduate/index.shtml">http://www.cfs.purdue.edu/HTM/graduate/index.shtml</a>
<b>Breve profilo</b>	<p>Purdue University è stata fondata nel 1869. Ha quasi 70 mila studenti iscritti, con studenti internazionali da 130 paesi. Il campus principale si trova a West Lafayette, Indiana. Nello stato ci sono altri cinque campus e numerosi centri di ricerca.</p> <p>I programmi per laureati di Purdue in <i>Hospitality and Tourism Management</i> portano al <i>Master of Science</i> o al PhD. Il Dipartimento ha tre centri di ricerca in <i>foodservice, lodging e tourism</i>. La frequenza è limitata a 12-15 studenti PhD e 30-38 studenti Master.</p>
<b>Il Master</b>	<p><b><u>Master in Hospitality and Tourism Management</u></b></p> <p><i>Il Master dura due anni ed è strutturato in 3 parti:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Corsi principali:</b> si concentrano su tre diversi focus, Foodservice – Lodging - Tourism</li> <li>2. <b>Thesis</b> (6 crediti)</li> <li>3. <b>Corsi a scelta</b> (9 crediti)</li> </ol>
<b>Costo del Master</b>	I costi sono calcolati in base a diverse variabili, in particolare studenti <i>in-state</i> (residenti in Indiana) e studenti internazionali, dai 3.500 agli 11.000 dollari.
<b>Durata del Master</b>	2 anni
<b>Certificazioni e accreditamenti</b>	-

Purdue University  
USA

<p><b>Buone pratiche, idee, progetti</b></p>	<p><b><u>International Hospitality and Tourism Virtual Conference</u></b></p> <p><i>“This virtual conference provides a venue for graduate students to present and discuss research ideas with other students and faculty from hospitality and tourism programs around the world. More than 250 people from 40 countries attended the 2006 conference. The conference was recognized with the 2006 McCool Breakthrough Award, an international award given annually by the International Council of Hotel, Restaurant, and Institutional Education (I-CHRIE). This award recognizes a noteworthy breakthrough and a new approach in the field of hospitality and tourism education. 2007 IHTVC April 18–25, 2007”</i> <a href="http://www.ihmvc.com">www.ihmvc.com</a></p> <p><b><u>HTM Graduate Program Postgraduation Survey</u></b></p> <p><i>“In order to better serve future HTM graduate students, an online survey is always active”.</i></p> <p><b><u>HTM CAFÉ</u></b></p> <p><i>“The HTM Café is a training laboratory for students, who gain experience by working in a different food preparation area each week”.</i></p> <p><b><u>JOHN PURDUE ROOM</u></b></p> <p><i>“This laboratory trains our students in food preparation and service as well as in front and back of the house management”.</i></p> <p><b><u>JOHN PURDUE ROOM BISTRO</u></b></p> <p><i>“Students are expected to manage, market, develop daily specials, produce, execute, and evaluate a casual fine dining experience. The students are expected to utilize the skills and knowledge gained in courses in order to make necessary managerial decisions and provide strong leadership, training, and guidance to classmates in the production of a realistic and successful casual fine dining experience”.</i></p> <p><b><u>HTM Strategic Alliance Council</u></b></p> <p><i>“The mission of the HTM Strategic Alliance Council is to assist HTM in reaching and maintaining its goal of being the premier hospitality and tourism management program in the nation. As such, the department must reach out and leverage support for facilities, faculty, and students. The council is charged with counseling the program on strategic issues and assisting HTM in securing resources necessary to support the department’s academic programs”.</i></p> <p><b><u>Darden Series: HTM Executive in the Classroom</u></b></p> <p>The Darden Series is a forum that brings industry leaders into the classroom to give students a sense of industry trends, where the industry is headed, and what students need to know for success</p> <p><b><u>HTM Career Day</u></b></p> <p><i>Each fall, the HTM Career Day (held over two days) is organized and presented entirely by students. Fifty to sixty companies participate in the activities, which include a reception for company representatives, faculty, and HTM seniors; a breakfast; keynote address and luncheon; and exhibits.</i></p>
--	---

## Schiller International University USA

<b>Sede</b>	<b>Florida</b> (USA), campus principale altri campus: <b>Londra</b> (UK), <b>Heidelberg</b> (Germania), <b>Parigi e Strasburgo</b> (Francia), <b>Madrid</b> (Spagna), <b>Leysin e Engelberg</b> (Svizzera)
<b>Contatti</b>	<i>Dr. Catherine Eberhart, Presidente</i>  Schiller International University 300 East Bay Drive Largo, Florida 33770 USA Tel: +1 (727) 736-5082 Fax: +1 (727) 734-0359
<b>Sito web</b>	<a href="http://www.schiller.edu">www.schiller.edu</a>
<b>Breve profilo</b>	<i>Schiller International University (SIU) è stata fondata nel 1964 in Germania con il nome di Schiller College, come programma di studi americani all'estero. Nel 1974 ha nuovi campus a Berlino, Parigi, Strasburgo, Madrid e Londra. Nel periodo 1975/1985 la scuola diventa internazionale e nel 1983, con il nome di Schiller International University viene accreditata dalla Accrediting Council for Independent Colleges and Schools. Nel 1991 apre un nuovo campus in Florida, a Dunedin, che diventa il campus principale nel 1995 (e si trasferisce a Largo, Florida, nel 2006). Oggi è un'università indipendente e attiva in 6 paesi, con corsi undergraduate e graduate, tra cui diversi corsi in turismo e hospitality.</i>
<b>Il Master</b>	<p><b><u>(MBA) Master of Business Administration in International Hotel and Tourism Management</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Il programma è un MBA, con una specializzazione in <i>hotel and tourism management</i>.</li> <li><input type="checkbox"/> È possibile seguire il master in diversi campus</li> <li><input type="checkbox"/> I corsi principali sono: <ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Food and Beverage Control</li> <li>◆ International Travel and Tourism</li> <li>◆ Tourism Planning and Marketing</li> <li>◆ Selected Topics in Tourism Management</li> <li>◆ Human Resources Management in the Hospitality Industry</li> <li>◆ Human Resource Management</li> <li>◆ Hotel and Restaurant Accounting Information Systems</li> <li>◆ Case Studies in Hotel and Tourism Management</li> <li>◆ Methods of Research and Analysis</li> <li>◆ Organizational Behavior</li> <li>◆ Managerial Accounting</li> <li>◆ Managerial Finance</li> <li>◆ International Marketing</li> <li>◆ Marketing Management</li> <li>◆ International Business Law</li> </ul> </li> </ul>
<b>Costo del Master</b>	\$ 23.852 (15.346 €, al 25/03/08)
<b>Durata del Master</b>	2 semestri e 1 <i>summer session</i>
<b>Certificazioni e accreditamenti</b>	Accrediting Council for Independent Colleges and Schools Council for Higher Education Accreditation (CHEA). Hotel and Catering International Management Association (HCIMA) British Accreditation Council for Independent Further and Higher Education (campus di Londra, Parigi e Madrid)

Schiller International University  
USA

<p><b>Buone pratiche, idee, progetti</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="416 398 909 427"> <p><input type="checkbox"/> <b>Hotel Management Term Abroad Program</b></p> <p><i>“The Hotel Management Term Abroad Program is ideal for upper-level students of travel, tourism, hotel, restaurant management and culinary arts. Students participate in any of the courses offered during the Fall or Spring semesters or the Summer Term at Schiller’s campuses in London, England or Largo, Florida, U.S.A.</i></p> <p><i>This program is of special interest to students of hotel management schools in America who wish to spend semester or summer in Europe; or to students of hotel management or tourism in Europe or elsewhere who wish to spend a semester or summer in the United States. The shorter 7-week Summer Term is particularly appealing to students who are unable to remain in Europe or the USA. for a full 15-week semester. Hotel Management Term Abroad students typically take 4 to courses, such as the following during a semester, or 2 to 3 during a Summer Term, choosing from a selection of courses such as these listed below”.</i></p> </li> <li data-bbox="416 813 624 842"> <p><input type="checkbox"/> <b>Schiller online</b></p> <p>L’MBA in <i>International Hotel and Tourism Management</i> è disponibile anche online, con possibilità di borse di studio</p> </li> <li data-bbox="416 936 746 965"> <p><input type="checkbox"/> <b>MBA Preparatory Courses</b></p> <p>Per gli studenti che non hanno un background di business, sono previsti corsi preparatori propedeutici.</p> </li> </ul>
--	---

## University of Massachusetts USA

<b>Sede</b>	Amherst (MS), USA
<b>Contatti</b>	<p><b>Rodney B. Warnick</b>  <b>Department Head and Professor</b>  <a href="mailto:warnick@ht.umass.edu">warnick@ht.umass.edu</a></p> <p>Department of Hospitality &amp; Tourism Management  107 Flint Lab  90 Campus Center Way  University of Massachusetts  Amherst, MA 01003-9247</p> <p>Tel: + 1 - 413.545.2535  Fax: +1 - 413.545.1235  <a href="mailto:htm@ht.umass.edu">htm@ht.umass.edu</a></p>
<b>Sito web</b>	<a href="http://www.isenberg.umass.edu/htm/">www.isenberg.umass.edu/htm/</a>
<b>Breve profilo</b>	Fondata nel 1863 UMass ha ad Amherst il suo campus principale. UMass ha 25.600 studenti e una faculty di 1.100 docenti. Presso la Isenberg School of Management ha sede il <i>Department of Hospitality and Tourism Management (HTM) 35 to 40 students</i>
<b>Il Master</b>	<p>Il Master in Hospitality and Tourism Management prevede 36 crediti e una classe di 35/40 studenti.</p> <p>Il Master prevede due track:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> <b>thesis track</b> che prevede una tesi di ricerca (6 crediti).</li> <li><input type="checkbox"/> <b>non-thesis track</b> che al posto della tesi prevede un corso aggiuntivo (3 crediti) e un progetto di ricerca sul campo (3 crediti).</li> </ul>
<b>Costo del Master</b>	290 \$ per credito. I crediti necessari per il Master sono 36. Si stima quindi un costo di 10.440 \$ (€ 6.766 al 21/03/2008)
<b>Durata del Master</b>	2 anni
<b>Certificazioni e accreditamenti</b>	Accreditation Commission for Programs in Hospitality Administration (ACPHA).

University of Massachussetts

USA

<p><b>Buone pratiche, idee, progetti</b></p>	<p><b><u>The Dual Degree Option</u></b></p> <p><i>“The dual degree option allows our most qualified applicants the opportunity to earn both a Master of Science degree in Hospitality and Tourism Management and a Master of Business Administration in approximately two years (depending on background and qualifications and course sequencing). It is a rigorous, fast-paced, and challenging curriculum providing students with a set of strong, analytical business tools that prepares them for key managerial positions in the hospitality and tourism industry”.</i></p> <p><b><u>Career Day 2008</u></b></p> <p><i>“At this event, various hotels, restaurants, travel organizations, and other hospitality-related companies will have the opportunity to meet and recruit students from one of the top hospitality programs in the country. In past years, we have attracted more than 50 prestigious hospitality companies to our event. Company representatives attending Career Day will have the opportunity to recruit for full time, part time, summer jobs, and internship positions from over 650 Hospitality and Tourism Management students who have combined their classroom knowledge with diverse industry experiences. Our department has a history of providing a foundation for many of the industry’s leading hospitality professionals”.</i></p>
--	--

IL MERCATO DELLA FORMAZIONE  
POST-GRADUATE IN TURISMO  
Buone pratiche internazionali

SEZIONE 2

## Leuven University Belgio

<b>Sede</b>	Lovanio, Belgio
<b>Contatti</b>	Dominique Venneste Responsible for the programme master in tourism K.U.Leuven tel. + 32-16.32.24.42 <a href="mailto:dominique.vanneste@geo.kuleuven.be">dominique.vanneste@geo.kuleuven.be</a>
<b>Sito web</b>	<a href="http://wet.kuleuven.be/mastertourism/">http://wet.kuleuven.be/mastertourism/</a>
<b>Breve profilo</b>	L'università di Leuven, fondata nel 1425 da Martino V, la più antica università cattolica del mondo e la più antica nei Paesi Bassi. Si trova nelle Fiandre, l'area di lingua olandese del Belgio. Nel 1968 l'università è stata divisa in due parti: l' <i>Université Catholique de Louvain</i> (in lingua francese) che si è trasferita al campus di Louvain-la-Neuve e l'Università cattolica di Leuven (in lingua olandese) che è rimasta nel centro storico di Leuven.
<b>Il Master</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Il <i>Master in Tourism</i> offre un programma didattico frutto della collaborazione di otto istituzioni e coordinato dall'università di Leuven;</li> <li><input type="checkbox"/> il programma è strutturato secondo due prospettive: economica e di destinazione;</li> <li><input type="checkbox"/> la didattica si concentra sui contenuti e sullo sviluppo di competenze per lo svolgimento di ricerche nel campo del management del turismo e delle analisi di mercato;</li> <li><input type="checkbox"/> il programma è strutturato in 3 semestri in 1,5 anni ed è tutto in lingua olandese; il terzo semestre è offerto anche in lingua inglese.</li> </ul>
<b>Costo del Master</b>	-
<b>Durata del Master</b>	3 semestri in 1,5 anni
<b>Certificazioni e accreditamenti</b>	-

## Università della Svizzera Italiana Svizzera

<b>Sede</b>	Lugano, Svizzera
<b>Contatti</b>	<p>Master in International Tourism Università della Svizzera italiana Via G. Buffi 13, CH-6900 Lugano</p> <p>Tel. +41 (0)58.666.4785 <a href="mailto:mt@lu.unisi.ch">mt@lu.unisi.ch</a></p> <p><b>Direzione scientifica</b> Prof. Rico Maggi <a href="mailto:rico.maggi@lu.unisi.ch">rico.maggi@lu.unisi.ch</a> <b>Assistente del master</b> Gianna Arnold <a href="mailto:gianna.arnold@lu.unisi.ch">gianna.arnold@lu.unisi.ch</a></p>
<b>Sito web</b>	<a href="http://www.mt.unisi.ch/ita/index.htm">www.mt.unisi.ch/ita/index.htm</a>
<b>Breve profilo</b>	L'Università della Svizzera italiana (USI) è stata fondata nel 1996; conta circa 2.400 studenti di 30 diverse nazionalità, un corpo accademico di oltre 600 membri e 30 istituti di ricerca con circa 50 progetti scientifici in corso.
<b>Il Master</b>	<p><b>Master in International Tourism</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> È una laurea specialistica in turismo e segue il regolamento posto dall' 'Ordinamento di Bologna' (un programma di 3 anni + 2 anni che porta ad una laurea di Bachelor e di Master rispettivamente);</li> <li><input type="checkbox"/> è organizzato dalle Facoltà di Scienze economiche e di Scienze della comunicazione dell'Università della Svizzera italiana, in collaborazione con la Facoltà di Scienze politiche dell'Università degli studi di Pavia;</li> <li><input type="checkbox"/> partner strategici:HEC (Ecole des Hautes Etudes Commerciales) dell'Università di Losanna e <i>Institut für Öffentliche Dienstleistungen und Tourismus</i> dell'Università di San Gallo.</li> </ul>
<b>Costo del Master</b>	CHF 4'000 per semestre (2.690 € a semestre; circa € 10.800 per l'intero corso)
<b>Durata del Master</b>	2 anni (l'anno accademico va da settembre a giugno), i corsi si articolano su due semestri settembre-febbraio e marzo-giugno) di 14 settimane ciascuno
<b>Certificazioni e accreditamenti</b>	-

Bournemouth University  
UK

<b>Sede</b>	Bournemouth, UK
<b>Contatti</b>	<p>School of Services Management Bournemouth University Dorset House Fern Barrow Poole, Dorset, BH12 5BB</p> <p>Email: <a href="mailto:smu@bournemouth.ac.uk">smu@bournemouth.ac.uk</a> tel: +44 (0) 1202 966966 fax: +44 (0)1202 515707</p>
<b>Sito web</b>	<a href="http://www.bournemouth.ac.uk/">http://www.bournemouth.ac.uk/</a>
<b>Breve profilo</b>	Oltre 15.000 studenti, dei quali 1.200 internazionali, da 120 Paesi; forte focus sulla formazione professione, unico <i>Centre for Excellence in Media Practice</i> in Gran Bretagna, tra le principali aree di ricerca: archeologia forense e scienze criminali.
<b>Il Master</b>	<p><b><u>Master in Tourism Management</u></b></p> <p><b>Primo semestre</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> <i>Tourism Principles and Practice</i></li> <li><input type="checkbox"/> <i>Business Strategy</i></li> <li><input type="checkbox"/> <i>Managing Organisations</i></li> </ul> <p><b>Secondo semestre</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> <i>3 corsi a scelta</i></li> </ul> <p><b>Terzo semestre</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> <i>Research Methods</i></li> <li><input type="checkbox"/> <i>Dissertation</i></li> </ul>
<b>Costo del Master</b>	<p>Studenti EU, full-time: £4.800 (€ 6.171 al 20/03/08)</p> <p>Studenti internazionali, full time: £8.500 (€ 10.927 al 20/03/08)</p>
<b>Durata del Master</b>	1 anno full-time (oppure 2 anni part-time)
<b>Certificazioni e accreditamenti</b>	-

## Leeds Metropolitan University UK

<b>Sede</b>	Leeds, UK
<b>Contatti</b>	Leeds Metropolitan University Civic Quarter Leeds United Kingdom LS1 3HE
<b>Sito web</b>	<a href="http://www.leedsmet.ac.uk">www.leedsmet.ac.uk</a> <a href="http://prospectus.leedsmet.ac.uk/main/full_detail.htm?p=58&amp;course_id=7425&amp;attendance=1">http://prospectus.leedsmet.ac.uk/main/full_detail.htm?p=58&amp;course_id=7425&amp;attendance=1</a>
<b>Breve profilo</b>	Leeds Met è l'università più grande in UK, con oltre 52mila studenti, uno staff di 3.500 persone e 2 campus. Leeds Met è anche sede del ICRT (International Centre for responsible tourism) che organizza alcuni Master focalizzati sul tema del turismo responsabile.
<b>Il Master</b>	<p><b><u>International Tourism Management</u></b></p> <p><b>Corsi:</b>  <i>Management Development</i>  <i>Dissertation</i>  <i>Research Method</i>  <i>International Tourism &amp; Globalisation</i>  <i>Responsible Tourism Management Theory &amp; Practice</i>  <i>Strategic Management</i>            2 moduli a scelta tra : <i>Tourism marketing Management; International Strategic HRM; Operations &amp; Quality Management</i>            2 modules a scelta tra <i>Eco Tourism; Tourism in Less Developed Countries; Small Business; Comparative Employee Relations; Professional Practice; Enterprise Analysis</i></p> <p><b>Didattica</b>            Ogni modulo è strutturato in una serie di lezioni, seguite da un workshop con <i>case study analysis</i>, discussioni coordinate da tutor e presentazioni di studenti.</p>
<b>Costo del Master</b>	studenti UK/EU: £ 4.900 (€ 6.290 al 20/03/08) studenti extra UK/EU: £ 8.700 (€ 11.167 al 20/03/08)
<b>Durata del Master</b>	1 anno
<b>Certificazioni e accreditamenti</b>	-

<b>Sede</b>	Glasgow, UK
<b>Contatti</b>	<p>The Department of Hospitality and Tourism Management University of Strathclyde Curran Building 94 Cathedral Street Glasgow G4 0LG</p> <p>Head of Department: Prof. Richard Prentice, <a href="mailto:richard.prentice@strath.ac.uk">richard.prentice@strath.ac.uk</a> tel.: + 44 (0) 141 548 3941 fax : + 44 (0) 141 552 2870</p>
<b>Sito web</b>	<a href="http://www.strath.ac.uk/htm/">http://www.strath.ac.uk/htm/</a>
<b>Breve profilo</b>	Il <i>Department of Hospitality and Tourism Management</i> fa parte della Strathclyde Business School ed ha uno staff di 15 persone.
<b>Il Master</b>	<p>Il <i>Department of Hospitality and Tourism Management</i> propone 4 corsi postgraduate:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> International Hospitality Management</li> <li><input type="checkbox"/> Tourism in Developing Countries</li> <li><input type="checkbox"/> Human Resource Management for the Tourism and Hospitality Industries</li> <li><input type="checkbox"/> Tourism</li> </ul> <p>Il corso in <i>Tourism</i> è strutturato in 10 moduli (5 obbligatori e 5 opzionali). Oltre a frequentare i corsi gli studenti devono redigere una tesi.</p> <p><input type="checkbox"/> <b>Moduli obbligatori</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <i>International Tourism</i></li> <li>▪ <i>Tourism Products Marketing</i></li> <li>▪ <i>Tourism Policy and Organisations</i></li> <li>▪ <i>Research Methods</i></li> <li>▪ <i>Tourism Project Appraisal</i></li> </ul> <p><input type="checkbox"/> <b>Moduli opzionali</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <i>Tourism in Developing Countries: Issues and Policies</i></li> <li>▪ <i>Tourism Planning in Developing Countries</i></li> <li>▪ <i>Human Resource Management in Tourism and Hospitality</i></li> <li>▪ <i>International Human Resource Management for the Tourism and Hospitality Industries</i></li> <li>▪ <i>Education and Training in Hospitality and Tourism</i></li> <li>▪ <i>Hospitality Finance and Control (two semesters)</i></li> <li>▪ <i>Hotel Operational Management</i></li> <li>▪ <i>Strategic Management for the Hospitality and Tourism Industries</i></li> </ul>
<b>Costo del Master</b>	<p>£ 3.235 per studenti UE (€ 4.158 al 20/03/08)</p> <p>£ 8.695 per studenti extra UE (€ 11.175 al 20/03/08)</p>
<b>Durata del Master</b>	12 mesi
<b>Certificazioni e accreditamenti</b>	-

University of Surrey  
UK

<b>Sede</b>	Guildford, UK
<b>Contatti</b>	<p><b>Programme Director</b> Dr Edith M Szivas</p> <p>The University of Surrey Guildford, Surrey, GU2 7XH Tel: +44 (0)1483 300800 Fax: +44 (0)1483 300803 <a href="http://www.surrey.ac.uk/gateway/contact/">http://www.surrey.ac.uk/gateway/contact/</a></p>
<b>Sito web</b>	<a href="http://www.surrey.ac.uk/postgraduate/taught/coursedetails.php?url=tourismmanagement">http://www.surrey.ac.uk/postgraduate/taught/coursedetails.php?url=tourismmanagement</a>
<b>Breve profilo</b>	L'università propone oltre 130 corsi post-graduate. Il <i>Master in Tourism Management</i> (avviato nel 1972) è stato uno dei primi master in turismo al mondo.
<b>Il Master</b>	<p><b><u>Master in Tourism Management</u></b></p> <p><i>Corsi obbligatori:</i> Hospitality and Tourism Operating Systems Research Methods Tourism Management Tourism Social Sciences Tourism Strategy Visitor Attraction Management</p> <p><i>Corsi facoltativi:</i> Destination Management and Marketing Project Management Service Quality and Customer Satisfaction Measurement Sustainable Tourism Tourism Development Financial Management Tourism Education Tourism Services Marketing</p>
<b>Costo del Master</b>	7.500 £/anno (€ 9.641, al 20/03/08) (10.900 £ per studenti internazionali, € 14.012, al 20/03/08)
<b>Durata del Master</b>	12 mesi full-time, fino a 72 mesi part-time
<b>Certificazioni e accreditamenti</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La scuola di Management è accreditata dalla <i>Association to Advance Collegiate Schools of Business</i> (AACSB)</li> <li>- TedQual Certification del UNWTO</li> </ul>

University of Wales  
UK

<b>Sede</b>	Cardiff, UK
<b>Contatti</b>	Cardiff School of Management at UWIC Colchester Avenue Cardiff CF23 9XR Tel: +44 (0) 29 2041 7136 Fax: +44 (0) 29 2041 6940 <a href="mailto:csm@uwic.ac.uk">csm@uwic.ac.uk</a>
<b>Sito web</b>	<a href="http://www2.uwic.ac.uk">www2.uwic.ac.uk</a>
<b>Breve profilo</b>	La <i>University of Wales Institute, Cardiff</i> (UWIC) è costituita da 5 scuole. La <i>Cardiff School of Management</i> organizza alcuni Master in turismo e hospitality.
<b>Il Master</b>	<p><b><u>Master in Tourism Management</u></b></p> <p>Parte 1</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Research Methods</li> <li>• Managing in a Changing Environment</li> <li>• Tourism Management / Hospitality Management /Leisure Management /Events Management</li> </ul> <p><i>A scelta:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Strategic Management of Human Resources</li> <li>• Contextualising the Tourism, Leisure, Hospitality and Events Industries</li> <li>• Tourism Management / Hospitality Management /Leisure Management /Events Management</li> </ul> <p>Parte 2: Dissertation</p>
<b>Costo del Master</b>	-
<b>Durata del Master</b>	1 anno full-time o 2 anni part-time
<b>Certificazioni e accreditamenti</b>	-

IL MERCATO DELLA FORMAZIONE  
POST-GRADUATE IN TURISMO  
Buone pratiche internazionali

SEZIONE 3

<b>AUSTRALIA</b>	
1.	<a href="#">Edith Cowan University</a>
2.	<a href="#">Griffith University</a>
3.	<a href="#">La Trobe University</a>
4.	<a href="#">Southern Cross University</a>
5.	<a href="#">University of Canberra</a>
6.	<a href="#">University of New South Wales</a>
7.	<a href="#">University of Technology Sydney</a>
8.	<a href="#">University of Western Sydney</a>
9.	<a href="#">Victoria University</a>
<b>CINA</b>	
1.	<a href="#">Beijing Second Foreign Language Institute</a>
2.	<a href="#">Hong Kong Polytechnic University</a>
3.	<a href="#">Peking University</a>
4.	<a href="#">South China University of Technology</a>
<b>COREA</b>	
1.	<a href="#">Kyonggi University</a>
2.	<a href="#">Kyunghee University</a>
<b>FRANCIA</b>	
1.	<a href="#">Institut Vatel International Hotel and Tourism Management School</a>
<b>NORVEGIA</b>	
1.	<a href="#">Lillehammer College</a>
<b>NUOVA ZELANDA</b>	
1.	<a href="#">Lincoln University</a>
2.	<a href="#">Massey University</a>
3.	<a href="#">University of Otago</a>
4.	<a href="#">Victoria University of Wellington</a>
<b>SINGAPORE</b>	
1.	<a href="#">National University of Singapore</a>
<b>SVIZZERA</b>	
1.	<a href="#">Glion Hotel School</a>
2.	<a href="#">IHTTI School of Hotel Management Neuchatel</a>
3.	<a href="#">International Hotel Management Institute</a>
4.	<a href="#">International Tourism Institute</a>
5.	<a href="#">Swiss Hotel Management School - Les Roches</a>
<b>TAIWAN</b>	
1.	<a href="#">National Dong Hwa University</a>
<b>UK</b>	
1.	<a href="#">Glasgow Caledonian University</a>
2.	<a href="#">Lancaster University</a>
3.	<a href="#">Loughborough University</a>

4.	<a href="#"><u>Manchester Metropolitan University</u></a>
5.	<a href="#"><u>Oxford Brookes University</u></a>
6.	<a href="#"><u>Sheffield Hallam University</u></a>
7.	<a href="#"><u>University of Birmingham</u></a>
8.	<a href="#"><u>University of Brighton</u></a>
9.	<a href="#"><u>University of North London</u></a>
10.	<a href="#"><u>University of Salford</u></a>
11.	<a href="#"><u>University of Sheffield</u></a>
12.	<a href="#"><u>University of Ulster</u></a>
13.	<a href="#"><u>University of Westminster</u></a>
<b>USA</b>	
1.	<a href="#"><u>California State University, Long Beach</u></a>
2.	<a href="#"><u>Clemson University</u></a>
3.	<a href="#"><u>Colorado State University</u></a>
4.	<a href="#"><u>Florida International University</u></a>
5.	<a href="#"><u>Iowa State University</u></a>
6.	<a href="#"><u>Kansas State University</u></a>
7.	<a href="#"><u>Michigan State University</u></a>
8.	<a href="#"><u>New Mexico State University</u></a>
9.	<a href="#"><u>Pennsylvania State University</u></a>
10.	<a href="#"><u>Rochester Institute of Technology</u></a>
11.	<a href="#"><u>Texas A&amp;M University</u></a>
12.	<a href="#"><u>Texas Tech University</u></a>
13.	<a href="#"><u>University of Denver</u></a>
14.	<a href="#"><u>University of Florida</u></a>
15.	<a href="#"><u>University of Houston</u></a>
16.	<a href="#"><u>University of Idaho</u></a>
17.	<a href="#"><u>University of Illinois</u></a>
18.	<a href="#"><u>University of Montana</u></a>
19.	<a href="#"><u>University of Nevada</u></a>
20.	<a href="#"><u>University of North Texas</u></a>
21.	<a href="#"><u>University of Utah</u></a>
22.	<a href="#"><u>University of Wisconsin-Stout</u></a>
23.	<a href="#"><u>Virginia Polytechnic Institute and State University</u></a>

## Fonti

- AACSB International (Accrediting agency for bachelor's, master's and doctoral degree programs in business administration and accounting International);
- ACPHA Accreditation system;
- Grad Schools (online resource for graduate school & grad program information);
- Indicazioni dirette di MTM;
- Indicazioni fornite dai docenti internazionali di MTM sui rispettivi mercati;
- *Peterson's planner* (la più qualificata e diffusa guida alle università Usa e internazionali);
- *The Association of Leading Hotel schools*.