



Master universitario di Primo Livello

MANAGEMENT DELLE IMPRESE TURISTICHE

Anno Accademico 2013/2014 | Edizione

Il master di primo livello in “Management delle imprese turistiche” si propone di formare professionalità quali manager e middle manager in grado di portare le loro competenze specialistiche nei vari settori turistici e in tutte le fasi della promozione, dell’organizzazione e della gestione dei servizi turistici. In particolare, esso si rivolge non solo a studenti che vogliono perfezionare il proprio corso di studi nelle tematiche proposte, ma anche a liberi professionisti e consulenti di settore, a imprenditori turistici, associazioni turistiche di categoria, a società di servizi e programmazione turistica, nonché ad amministratori pubblici ai vari livelli istituzionali impegnati nel settore turistico e agli enti ad essi collegati.

Lo svolgimento delle attività di didattica frontale è previsto a partire dalla fine del mese di gennaio 2014 e sino al mese di ottobre 2014. Le lezioni si terranno presso la sede di Giulianova dell’Università degli Studi di Teramo, in fascia oraria diurna, secondo un calendario che non contemplerà lezioni nella giornata di sabato.

Modalità di svolgimento di eventuali tirocini e relativi crediti

Il tirocinio o stage verrà svolto dai corsisti in un Ente Locale o in una struttura produttiva a scelta del tirocinante stesso fra quelli convenzionati.

Il corsista dovrà redigere un piano di attività da svolgere all’interno dell’Ente Locale per poter acquisire competenze organizzative e gestionali.

Lo svolgimento del tirocinio comporta il riconoscimento di quattro crediti formativi.



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI TERAMO

Master di primo livello in Management delle imprese turistiche

Coordinatore del Master: **prof. Bernardo Cardinale**

tel. 0861 266706 - fax 0861 266027 - bcardinale@unite.it

www.unite.it

INSEGNAMENTI E MODALITÀ DI AMMISSIONE

Insegnamenti

- Elementi di economia e finanza aziendale e ventur capitalist nel settore turistico
- Elementi di economia e gestione delle imprese turistiche e Project Management culturale nel settore turistico
- Geografia e internazionalizzazione dei flussi turistici
- Legislazione del turismo e delle attività turistiche
- Marketing delle destinazioni e dei prodotti turistici regionali
- Strutture organizzative e gestione delle risorse umane
- Legislazione ambientale e dei beni culturali
- Organizzazione e pianificazione territoriale dello sviluppo turistico
- Analisi dei dati turistici
- Progettazione europea e reti di impresa (DMC e PMC)
- Lingua inglese per il turismo
- Seconda lingua a scelta (Francese, Tedesco, Spagnolo per il turismo)
- Informatica e Web marketing per il turismo
- Sistemi di Distribuzione Globale (GDS)
- Hotel and Hospitality Management
- Elementi di normativa comunitaria e internazionale per il turismo
- Sociologia del turismo e dell'ambiente
- Customer satisfaction dell'accoglienza pubblica e dei prodotti turistici regionali
- Strategie di co-marketing simultanee internazionali

Modalità di ammissione

Nel caso in cui il numero delle domande superi il numero massimo di partecipanti previsto, la selezione avverrà in base alla valutazione dei curricula dei candidati. Nel caso in cui il numero delle domande di ammissione sia inferiore al numero dei posti disponibili si procederà all'ammissione per titoli, in base alla documentazione allegata alla domanda di ammissione.

- Crediti formativi universitari: 60
- Numero massimo posti disponibili: 100
- Numero minimo iscrizioni sotto al quale il master non verrà attivato: 30
- Numero ore totali di attività in presenza: 416
- Requisiti e titolo per l'ammissione: Titolo di studio universitario almeno triennale
- Ore di didattica alternativa: 150 ore - (stage) CFU 6
- Inizio attività didattica: Informazioni sul sito - sezione dedicata
- Quota di iscrizione: EUR 4600 (Saranno previste borse di studio)