Conseguire una preparazione specifica nei servizi turistici, approfondire le specificità e le problematiche delle aziende del settore turistico acquisendone competenze di marketing e comunicazione, gestire con efficacia il portafoglio clienti incrementandone la fidelizzazione, comprendere le moderne dinamiche competitive del comparto e le nuove opportunità fornite dall'evoluzione del mercato. Queste sono alcune delle competenze trasmesse dalla seconda edizione del Master in Tourism Sales Management promosso dall'Università di Milano-Bicocca, dal CRIET (Centro di Ricerca Interuniversitario in Economia del Territorio), in collaborazione con Federviaggio e il Gruppo Uvet.

Le lezioni inizieranno il 7 aprile 2014, e prevedono quattro mesi di didattica full time, sei mesi di stage presso le aziende partner, due mesi di project work, per la durata totale di un anno. La formazione in aula prevede tre aree tematiche:

· Management & Tourism: acquisizione di competenze in Business Administration, Marketing Communication, Players and Roles in the Tourism System, Tourism Law, Tourism Geography, Mobility Management e Destination Management;

· Sales & Marketing: sviluppo delle conoscenze in marketing, comunicazione e vendita per inserirsi nell'area Sales & Account delle differenti aziende turistiche;

· Soft & Technical Skills: preparazione alla vita d'azienda attraverso il consolidamento delle conoscenze linguistiche, informatiche e relazionali.

Il Master è aperto a un numero massimo di 25 studenti, selezionati mediante la valutazione dei titoli e del curriculum vitae e attraverso un colloquio motivazionale. Le domande di ammissione devono essere presentate secondo le modalità previste dal bando , e il colloquio di selezione sarà il 6 marzo 2014. Il costo del Master è di 4.400 euro da versare in due rate.

«La 2° edizione del Master è la logica conseguenza del buon risultato riscontrato nella prima edizione - dichiara Luca Patanè Presidente di Federviaggio e del Gruppo Uvet- Alcuni Soci di Federviaggio, tra cui anche il Gruppo Uvet, sono stati parte attiva nella didattica con propri managers ed hanno avuto in azienda, per uno stage, alcuni dei partecipanti toccando con mano l'ottima qualità e le competenze delle persone; questo dimostra, se ve ne fosse bisogno, l'utilità dell'investimento in formazione che le nostre aziende devono effettuare per essere sempre più presenti e competitive sul mercato».

«Il Master in Tourism Sales Management – dice Ugo Arrigo, professore di Economia pubblica presso l'Università di Milano-Bicocca e direttore scientifico del Master – è l'occasione per l'università di essere direttamente collegata, e soprattutto utile, al sistema economico e alle imprese, per i partner di contribuire efficacemente alla definizione e realizzazione di un valido progetto e soprattutto per gli allievi di transitare dall'apprendimento di base a una solida preparazione professionale».

Le Aziende associate a Federviaggio e il Gruppo Uvet interverranno con docenze e testimonianze durante la formazione in aula e offrendo la disponibilità di accogliere gli studenti in stage.

Per maggiori informazioni è possibile chiamare Marianna Melesi allo 02/6448.3107 o al 347/308.9552, consultare il sito del Master , la pagina Facebook o, per vedere alcune

testimonianze della prima edizione, il
canale YouTube
.