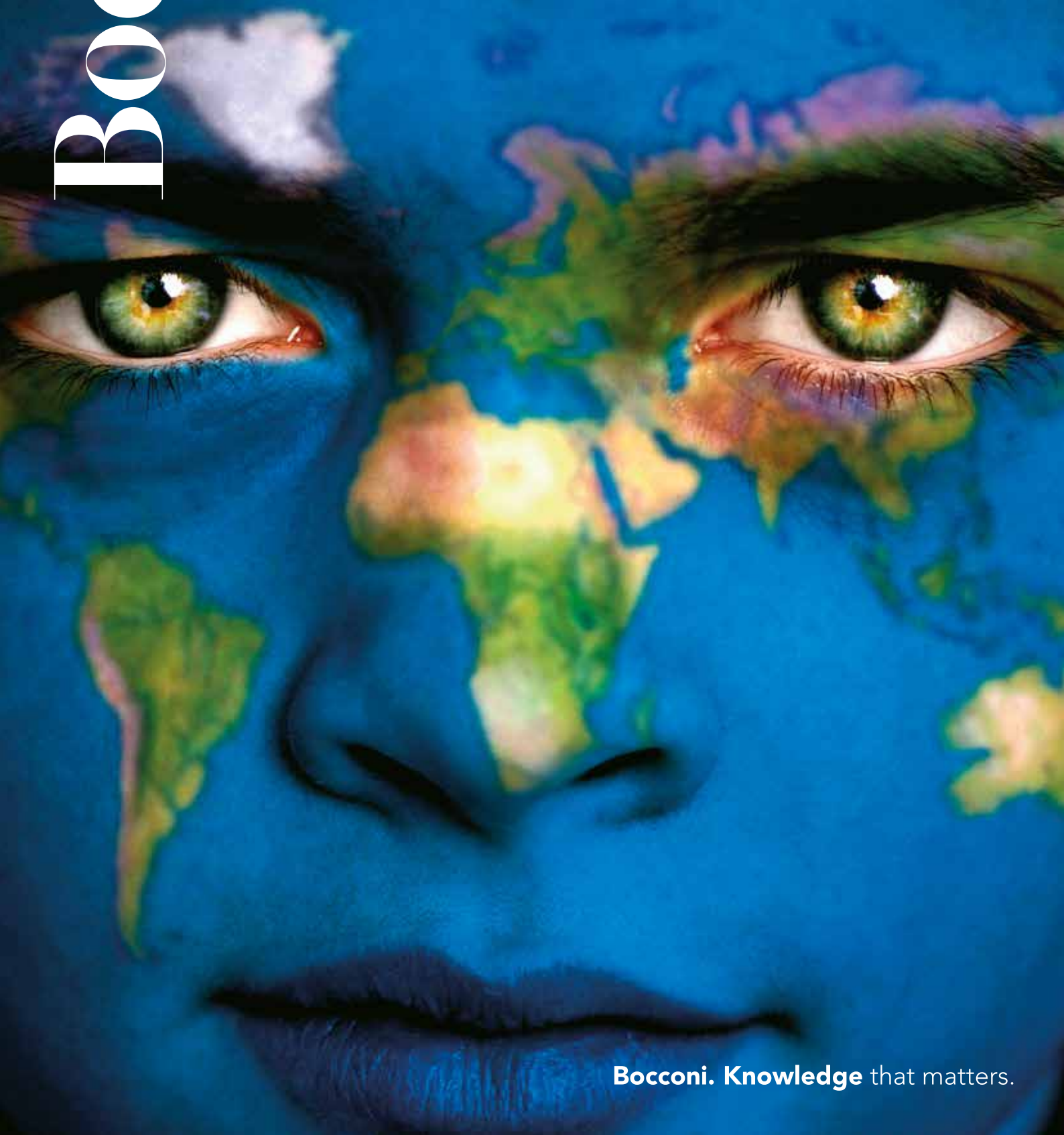


**Bocconi.**

**MET**

MASTER IN ECONOMIA  
DEL TURISMO



**Bocconi. Knowledge** that matters.

# PERCHÉ IL MET?

DIREZIONE CRISTINA MOTTIRONI

1

30 anni di **esperienza** in formazione e ricerca nel turismo. Una **faculty** riconosciuta a livello **internazionale** costituita da docenti dell'Università Bocconi, della SDA Bocconi School of Management, di altre prestigiose Università e da professionisti del settore. Una forte attenzione all'innovazione e alla qualità dei corsi.

2

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

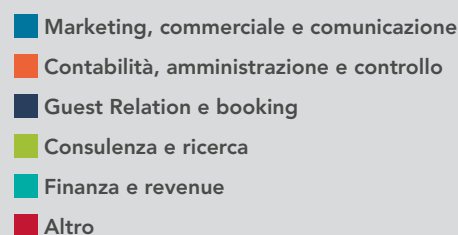
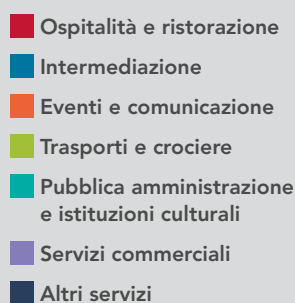
3

Una formazione accademica **ampia e interdisciplinare**, orientata all'acquisizione delle competenze teoriche e pratiche necessarie per operare a livello manageriale nelle aziende del comparto, in istituzioni e organismi nazionali e internazionali e per destinazioni turistiche. Una forte attenzione è data anche allo sviluppo di **soft skill** e competenze trasversali indispensabili per chi desidera lavorare nel turismo.

4

Una fitta **rete di relazioni** con aziende leader dell'industria turistica e organismi internazionali (Unione Europea, UNWTO, WTTC, Aiest, ATLAS e Governo Italiano), per offrire ai partecipanti non solo opportunità di stage e placement ma anche occasioni di networking personale e professionale. Un'importante partnership con HOSCO favorisce il placement dei partecipanti all'estero.

## DATI DI PLACEMENT\*



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



## OBIETTIVI FORMATIVI

Attraverso un mix di teoria e pratica, il MET fornisce una visione complessiva dell'industria turistica e consente ai partecipanti di acquisire strumenti fondamentali di general management del turismo con riguardo alle diverse funzioni aziendali.

Rivolto a chi desidera intraprendere una carriera manageriale o avviare una propria attività imprenditoriale, il MET risponde alle esigenze di sviluppo professionale di coloro che intendano lavorare nei diversi comparti del turismo (**hotellerie e ospitalità, intermediazione, piattaforme e applicazioni digitali, eventi e congressi, ristorazione, trasporti e crociere, cultura, istituzioni e pubblica amministrazione, ecc.**).



## DESTINATARI

Aperto a laureati in qualsiasi disciplina, il MET si rivolge a chi abbia la passione, la motivazione e l'attitudine per lavorare in un settore tanto complesso quanto sfidante come quello turistico. L'eterogeneità dei partecipanti della classe MET – diversi per età, percorsi di formazione, esperienze professionali e provenienza – favorisce lo scambio di conoscenze e costituisce un'insostituibile occasione di crescita.

Per bilanciare l'eterogeneità dei partecipanti sono previsti moduli integrativi.



# STRUTTURA DEL PROGRAMMA E PIANO DI STUDI

Il Master dura **9 mesi, da ottobre a giugno**, con frequenza obbligatoria. Le lezioni si tengono il venerdì (15-19) e il sabato (9-18), con l'aggiunta di 3 settimane full-time, distribuite lungo l'anno.

La partecipazione al master è dunque compatibile con un'eventuale posizione lavorativa. Il positivo completamento del percorso di studi comporta il conseguimento di **64 crediti formativi**, congiuntamente al rilascio del titolo di Master universitario di primo livello in Economia del turismo.

## Introduzione all'economia

- Microeconomia: consumatori, imprese, mercati
- Macroeconomia: contabilità nazionale, politica monetaria e fiscale

## Scenari economici, mercati e imprese

- Scenari e trend di mercato
- Meccanismi di funzionamento dei sistemi economici

## Statistica e analisi di mercato

- Fondamenti di statistica
- Metodologie di ricerca nel turismo

## Economia del turismo

- Filiera del turismo: gli attori della domanda e dell'offerta
- Contributo e impatti economici del turismo
- Competitività e investimenti di settore
- Innovare nel turismo: start up, sharing economy e nuovi segmenti

## Politica del turismo

- Governance del turismo
- Enti nazionali e regolamentazione del turismo
- Politiche per le industrie di settore (ospitalità, intermediazione, trasporti, cultura, enogastronomia, MICE, ecc.)

## Sviluppo e gestione del territorio

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

I **workshop** mostrano da vicino le sfide che i manager del turismo si trovano ad affrontare quotidianamente in azienda, le **presentazioni aziendali** ampliano la visione sulle opportunità di inserimento e di sviluppo professionale. Durante gli **educational tour** (in resort, dimore di charme, navi da crociera, strada del vino e cantine), i partecipanti si immergono per alcuni giorni nelle realtà aziendali scoprendo il dietro le quinte.

## FONDAMENTI PER L'ECONOMIA

## MANAGEMENT DELLE AZIENDE TURISTICHE

## ECONOMIA E POLITICA DEL TURISMO E DEL TERRITORIO

## FIELD PROJECT / STAGE

## WORKSHOP / PRESENTAZIONI AZIENDALI / EDUCATIONAL TOUR

## Marketing

- Creare valore nel turismo
- Strumenti di marketing management
- Dalla customer satisfaction alla customer loyalty
- Ruolo strategico della comunicazione nel turismo

## Risorse umane

- Capitale umano nelle aziende turistiche
- Organizzazione e gestione del personale
- Importanza delle soft skill nel turismo

## Governo della performance e strategia

- Valutazione della performance economica: indicatori reddituali, patrimoniali e finanziari
- Dalla performance economica alla performance multidimensionale
- Governo dell'efficienza
- Yield e revenue management nel turismo

## Finanza

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

## Legislazione per il turismo

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

## Nuove tecnologie e strategie digitali

- Strategie di web e social media marketing
- Reputazione online nel turismo
- Canali di distribuzione elettronica nel turismo (OTA, GDS, ecc.)
- Big data nel turismo

I **Field project** approfondiscono casi reali proposti dalle aziende e sviluppano capacità di lavorare in team e problem solving. Gli **stage** danno una visione più concreta del mercato di sbocco e aiutano a orientare le scelte professionali.



## SELEZIONE E AMMISSIONE

Il processo di selezione prevede la valutazione dei seguenti elementi:

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



Gli interessati possono iscriversi al MET, a partire da febbraio, seguendo la procedura online su:

[www.unibocconi.it/ammissionimaster](http://www.unibocconi.it/ammissionimaster)



Dettagli sulle procedure di ammissione e scadenze sono disponibili su:

[www.unibocconi.it/met](http://www.unibocconi.it/met)

## COSTI E FINANZIAMENTI

Il costo del MET è di 11.500 euro. Il pagamento copre il materiale didattico e l'accesso a tutte le strutture della Bocconi. A copertura dei costi del master, i partecipanti possono beneficiare degli accordi speciali tra l'Università Bocconi e alcuni istituti di credito, che consentono di ottenere un prestito a tasso agevolato. Inoltre i candidati più meritevoli possono accedere a borse di studio o ad altre forme di sostegno finanziario messe a disposizione da enti e società.

TUTTE LE INFORMAZIONI SUL PROGRAMMA  
SONO DISPONIBILI SU  
[www.unibocconi.it/met](http://www.unibocconi.it/met)

## I NOSTRI ALUMNI

**Francesca Romana Fivoli**  
Bulgari Hotels & Resorts

*Dopo anni dedicati allo studio dell'archeologia mi sono avvicinata al settore turistico grazie alla partecipazione al MET, appassionandomi alle tematiche della comunicazione e della gestione delle risorse umane. Il master è stato un ottimo trampolino di lancio e un modo per assimilare competenze e skill diversificate e, quando si è aperta la posizione di stage nell'ufficio HR di Bulgari Hotels & Resorts, non ho esitato a proporre la mia candidatura. Lo stage si è trasformato in una posizione di Recruiter Specialist e, un anno dopo, di HR Manager.*

**Francesco Donisi**  
HomeAway

*Dopo la laurea in Economia aziendale ho individuato nel MET il percorso di formazione più idoneo alle mie esigenze. Il master mi ha permesso di affiancare alle competenze tecniche la conoscenza del mercato turistico e delle sue dinamiche, la combinazione giusta per i miei sbocchi professionali. Dopo diverse esperienze di stage, grazie alle forti connessioni tra l'Università e il tessuto lavorativo, ho iniziato un internship come Coordinator presso Booking.com, che si è poi evoluto in una posizione di Account Manager, mentre oggi sono Partner Success Account Manager presso HomeAway.*



Per informazioni:  
DIREZIONE MET  
via Röntgen 1  
20136 - Milano  
tel. +39 025836.5447  
fax +39 025836.5439  
[met@unibocconi.it](mailto:met@unibocconi.it)



Università  
Bocconi  
MILANO

Con il patrocinio di



Comune  
di Milano

Turismo - Moda - Grandi Eventi