

IL LAYOUT DEL PROGRAMMA

Il Master prevede una metodologia didattica basata su lezioni frontali, esercitazioni e lavori in gruppo.

I corsi sono articolati in stretta successione per consentire ai partecipanti di approfondire, di volta in volta, un singolo ambito disciplinare assicurando un efficace avanzamento del percorso didattico.

Il Master ha una durata di 12 mesi (pausa estiva luglio e agosto) per complessivi 17 residential, di norma articolati in una giornata e mezza (venerdì e sabato) a cui si aggiunge la presentazione finale dei project work svolti dai partecipanti.

1500 ore complessive di apprendimento così suddivise: 230 ore di docenza frontale articolate in 9 corsi core, 800 ore di studio individuale e 500 ore di project work o stage).

CORSI

9 corsi sviluppati in stretta successione fra loro per consentire ai partecipanti di approfondire, di volta in volta, le diverse prospettive relative al marketing turistico e degli eventi. I corsi hanno una durata compresa tra le 15 e 25 ore di didattica frontale e al termine di ciascun di essi è prevista una prova d'esame per valutare il livello di apprendimento.

PROJECT WORK - STAGE

Il project work conclude le attività didattiche e consente di applicare concretamente le conoscenze, le tecniche e gli strumenti appresi nel corso del Master. Il project work, della durata di 500 ore, può essere sviluppato individualmente o in piccoli gruppi su un tema specifico scelto con il supporto di un docente della faculty. In alternativa, su richiesta dello studente il project work può essere sostituito tramite una internship in azienda della durata di 500 ore.

IL MASTER PER DIVENTARE
MANAGER DEL TURISMO E DEGLI EVENTI

CORSI CORE

- 1 STRATEGIA ED ORGANIZZAZIONE PER LE AZIENDE ED I SERVIZI TURISTICI**
Manuela Presutti, Università di Bologna
Francesco Barbini, Università di Bologna
- 2 BILANCIO E FINANZA PER LE AZIENDE E I SERVIZI TURISTICI**
Stefania Vignini, Università di Bologna
Antonio Della Bina, Università di Bologna
- 3 MARKETING E COMUNICAZIONE PER I SERVIZI TURISTICI ED IL SETTORE ALBERGHIERO**
Fabio Ancarani, Università di Bologna
- 4 MARKETING E COMUNICAZIONE PER LE DESTINAZIONI TURISTICHE**
Marcello Mariani, Università di Bologna
Roberto Grandi, Università di Bologna
Andrea Babbi, Direttore Generale ENIT
- 5 MARKETING E COMUNICAZIONE CONGRESSUALE E DEGLI EVENTI**
Maria Gabriella Gentile, Federcongressi&Eventi
Carlotta Ferrari, Convention Bureau Firenze
Rudi Conti, Federcongressi&Eventi
- 6 SISTEMI INFORMATIVI E APPLICATIVI MOBILE**
Marco di Felice, Università di Bologna
- 7 WEB MARKETING E SOCIAL MEDIA, REVENUE MANAGEMENT, SEO/SEM E WEB ANALYTICS PER I SERVIZI TURISTICI E IL SETTORE ALBERGHIERO**
Giancarlo Carniani, Buy Tourism Online
Antonio Maresca, Consulente di direzione
- 8 WEB MARKETING E SOCIAL MEDIA, SEO/SEM E WEB ANALYTICS PER LE DESTINAZIONI TURISTICHE**
Rodolfo Baggio, Università Bocconi
Robi Veltroni, Consulente di direzione
- 9 TRAVEL 2.0, BLOGGING ED E-REPUTATION**
Roberta Milano, Buy Tourism Online e Consulente di direzione
Francesco Tapinassi, Consulente di direzione

MASTER IN DIGITAL MARKETING FOR TOURISM AND EVENTS MANAGEMENT

I EDIZIONE / 2014-2015

BBS
BOLOGNA BUSINESS SCHOOL



PERCHÉ QUESTO MASTER



“Il Master del futuro per sviluppare competenze vincenti sul web ed i social media nella lunga filiera turistica e dell'organizzazione di eventi.”

Marcello M. Mariani

Direttore Scientifico
Università di Bologna

Negli ultimi 30 anni le tecnologie della comunicazione e dell'informazione hanno avuto un impatto cruciale sul modo di fare business. Questo è ancora più vero nel comparto turistico e dell'organizzazione di eventi, nei quali il web ed i social media hanno modificato l'esperienza di acquisto e la condivisione di informazioni sia nella domanda dei consumatori sempre più consapevoli ed esigenti, sia nell'offerta dei fornitori che devono rispondere con prodotti e servizi sempre più personalizzati.

Il Master in Digital Marketing for Tourism and Events Management forma manager e professionisti del settore turistico e MICE sull'uso del digital e web marketing. La faculty composta da manager, consulenti ed accademici permette di acquisire strumenti e competenze utili per crescere professionalmente.

A CHI SI RIVOLGE

Il Master in Digital Marketing for Tourism and Events Management si rivolge a professionisti del settore che desiderano acquisire competenze nell'ambito del marketing digitale e web marketing. Questo programma è particolarmente indicato anche per neo-laureati che abbiano già maturato un'esperienza lavorativa nel settore turistico.

Una volta terminato il Master si avranno le competenze per ricoprire ruoli di marketing manager, social media e community manager, digital specialist, SEO/SEM manager in imprese turistiche, di organizzazione eventi e presso enti che si occupano di promozione territoriale.

I PARTNER DEL PROGRAMMA



OVERVIEW

LINGUA

- Italiano

FREQUENZA

- Part-time, 12 mesi (con pausa estiva luglio - agosto)
- Gennaio 2015 - Gennaio 2016
- 34 giornate di aula articolate in 17 residential, venerdì full-time e sabato part-time
- Sede delle lezioni Rimini (Polo Scientifico - Didattico) e Bologna (Bologna Business School)

ACCREDITAMENTI

- Master Universitario di Primo livello
- 60 crediti formativi universitari

PROFILI DEI CANDIDATI

Laurea triennale, laurea vecchio ordinamento o titoli internazionali equivalenti. Per gli uditori non è obbligatorio il possesso della laurea

ISCRIZIONI

- Scadenza: 28 novembre 2014
- Selezioni: 3 dicembre 2014

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

- 6.800 da corrispondere in due rate
- sono disponibili borse di studio parziali (per i primi classificati nella graduatoria di selezione)

PRESTITO SULL'ONORE UNICREDIT

IMPORTO PARI ALLA QUOTA DI PARTECIPAZIONE

TASSO AGEVOLATO

SENZA GARANZIE

RIMBORSABILE IN 12 ANNI

SENZA VINCOLI DI ESTINZIONE

Bologna Business School

Via degli Scalini, 18 - 40136 Bologna - Italy

Per info: Elisa Lorenzi - Tel: +39 051 2090129 - mastertourism@bbs.unibo.it

www.bbs.unibo.it