

Executive Master

TRAVEL MANAGEMENT

Operatore Tecnico di Agenzie di Viaggi e di Tour Operator



Il nostro Master TRAVEL Manager è stato appositamente concepito per rispondere alle esigenze di un mercato che ha subito un profondo cambiamento, anche grazie alle nuove possibilità offerte dal web.

Essere partecipi e protagonisti di questi mutamenti, permette di essere inseriti attivamente in un sistema in continua ascesa. Il mercato dei viaggi individuali ed organizzati deve rispondere oggi ad esigenze più precise, ad una evoluzione del viaggiatore e della propria sensibilità. Viaggi più brevi ma più frequenti sono la caratteristica di questa nuova “generazione” di turisti.

La formazione altamente specialistica del nostro Master, permette ai nostri studenti di accedere a ruoli manageriali dell’industria turistica di alta qualità.

Grazie a una didattica fortemente inserita nel contesto attuale e docenti scelti tra i più accreditati professionisti del settore, il Master TRAVEL MANAGER forma figure altamente specializzate immediatamente operative fin dal termine delle lezioni frontali in aula.

La figura in uscita, L’Operatore Tecnico di ADV e TO, possiederà ottime doti relazionali, conoscerà il mercato internazionale, avrà capacità organizzative e manageriali e saprà coordinare e gestire un team di lavoro, elaborare strategie di marketing e piani economici, pianificare viaggi incoming per Tour Operator Internazionali ed organizzare servizi turistici.

La teoria, applicata a momenti tecnici e pratici e lo stage, momento conclusivo della formazione Artesis, permetteranno ai nostri studenti di accedere nel settore da Professionisti.

Le specializzazioni acquisite permetteranno inoltre di potersi inserire in contesti lavorativi in cui è richiesta una qualifica significativa. I

Cio che contraddistingue la formazione Artesis è difatti l’innovazione dei contenuti proposti. Lo staff Artesis è composto da professionisti del Management turistico ed alberghiero, in continuo contatto con il mercato di riferimento. Ed è così che sappiamo essere sempre in linea con le esigenze delle Aziende di settore, perché conosciamo bene le loro necessità di crescita e sviluppo.



IL MASTER

Il Master Executive TRAVEL MANAGENT forma figure professionali destinate ad inserirsi nel sistema turistico in diversi tipi di aziende del settore quali:

- tour operator, network di agenzie di viaggi e web agencies
- vettori, porti, società aeroportuali
- compagnie aeree, compagnie di navigazione, compagnie di trasporto
- società di consulenza e servizi
- settore pubblico (APT, enti locali, ecc..)

E' un programma di sviluppo professionale valido, che si prefigge i seguenti obiettivi:

- sviluppo delle capacità individuali e della professionalità - gli studenti intraprendono un percorso di formazione di alto livello decisamente orientato al mondo del lavoro e alle opportunità di carriera; un'esperienza stimolante e coinvolgente dal punto di vista della crescita personale e dei rapporti interpersonali.
- formazione manageriale completa - il programma fornisce competenze gestionali, di organizzazione e coordinamento di aziende, private e pubbliche e di progetti di pianificazione e sviluppo territoriale.
- costante aggiornamento sulle innovazioni del settore, con particolare attenzione agli sviluppi delle nuove tecnologie dell'informazione e comunicazione (ICT- web).



OBIETTIVI

Il Master TRAVEL MANAGEMENT è un percorso formativo intensivo di alta specializzazione dove ad ogni parte teorica viene affiancato un momento di lavoro che mira a far acquisire competenze pratiche spendibili fin dal termine delle lezioni.

Il Master ha una durata complessiva di 400 ore così suddivise:

Parte teorica in aula: 245 ore (2 mesi circa)

Stage: 160 ore (3 mesi circa).

Le lezioni si svolgeranno dal lunedì al venerdì, con orario continuativo dalle ore 9.30 alle 13.30 e dalle ore 14.30 alle ore 17.30.

Il percorso formativo prevede lezioni frontali, case studies ed esercitazioni. Al termine delle lezioni frontali, è previsto un momento di verifica dell'apprendimento.

Le lezioni saranno tenute da consulenti esperti e docenti con specifiche competenze nel settore turistico e della direzione di agenzie di viaggi e turismo.



METODOLOGIA DIDATTICA

DOCENTI

Gli alunni del Master TRAVEL MANAGEMENT saranno in grado di operare attivamente presso:

- Agenzie Viaggi
- On Line TRAVEL AGENCY
- Tour Operator
- Compagnie Aeree
- Enti pubblici di promozione turistica
- Associazioni di categoria

Il Master, inoltre, costituisce un valido strumento per la preparazione dell'ESAME DI DIRETTORE TECNICO TURISTICO.

Il nostro UFFICIO PLACEMENT potrà fornire indicazioni circa le modalità di effettuazione del suddetto esame e le Province in cui saranno attivi i bandi.

Il Master TRAVEL MANAGEMENT prevede uno stage di 3 mesi circa. Il periodo di stage potrà svolgersi presso prestigiose aziende nazionali e multinazionali, agenzie, istituzioni o enti localizzati su tutto il territorio nazionale. Durante il periodo di stage, l'alunno sarà costantemente seguito da un tutor aziendale e da un tutor Artesis, affinché possa realmente ed operativamente applicare le competenze acquisite.

Inoltre, l'UFFICIO PLACEMENT di ARTESIS offrirà a tutti gli alunni un percorso di orientamento professionale e di analisi delle proprie competenze in entrata ed in uscita.



SBOCCHI OCCUPAZIONALI

STAGE

Il Master TRAVEL MANAGEMENT è rivolto a laureandi o laureati in materie inerenti il sistema turistico o in discipline economiche.

A diplomati presso Istituti Tecnici Turistici o Istituti professionali. Inoltre, il percorso formativo rappresenta un'ottima opportunità per tutti coloro i quali vogliono investire in un settore di sicuro interesse, anche se non in possesso dei requisiti richiesti. Saranno valutati anche CV di candidati con esperienza nel settore turistico, pur non in possesso di titoli specifici.



DESTINATARI

Al termine del percorso formativo in aula, verrà rilasciato il Diploma di Master in TRAVEL MANAGER. Inoltre, verranno rilasciati i seguenti ulteriori attestati:

- ⇒ *ESPERTO PROGRAMMAZIONE VIAGGI*
- ⇒ *OPERATORE DI AGENZIA DI VIAGGI E TURISMO*

ATTESTATI

MODULO 1: INTRODUZIONE AL SISTEMA TURISMO

Le precondizioni: Tempo e reddito; L'importanza del reddito; Il tempo; Il consumatore non è un pensatore logico; Le condizioni; Fattori quantitativi e qualitativi; Fattori fisiologici; Fattori psicologici; Percezione della vacanza; Percezione della distanza; Apprendimento; Personalità e comportamento; Motivazioni e bisogni; Attitudini; La psicologia economica; Fattori sociali; La comunicazione interpersonale; Fattori demografici; La cultura; Gli stili di vita; Oltre gli stili di vita; I desideri come bisogni derivati; Le classificazioni dei bisogni umani ed i loro pericoli; I meccanismi di sviluppo dell'economia: bisogni non saturabili e desideri saturabili; Gli stimoli, i comfort, stimoli e piacere; I paradigmi del profilo di consumo e del concetto di sé; I ruoli nell'acquisto; I fattori che influenzano il comportamento del consumatore; Le influenze esterne; Il ciclo di vita della famiglia; I fattori situazionali, motivazioni, apprendimento, opinioni e atteggiamenti; Tratti salienti del processo decisionale; La necessità dello studio del consumatore; L'analisi del sistema motivazionale; Processi di acquisto per tipo di prodotto; Rischio percepito e fonti informative; I diversi tipi di meccanismi di scelta; La maturazione delle decisioni nel campo del turismo e la velocità di scelta; Processi di acquisto; L'impatto dell'imitazione; L'impatto sociale dell'imitazione e della fiducia;

MODULO 2: IMPRESE TURISTICHE: CLASSIFICAZIONE E STRUTTURA

Le diverse tipologie di imprese turistiche; l'organizzazione; le imprese alberghiere; Agriturismo e ricettività rurale; i Bed and Breakfast; le attività congressuali; il trasporto aereo, le imprese crocieristiche; le Agenzie di Viaggi, i Tour Operator, gli intermediari turistici on line.

MODULO 3: LEGISLAZIONE TURISTICA**MODULO 4: GEOGRAFIA TURISTICA****IL PROGRAMMA**

MODULO 5: I PROCESSI DI INTERNAZIONALIZZAZIONE NELLA PRODUZIONE PER IL TURISMO

Le società alberghiere multinazionali; Compagnie aeree e multinazionalizzazioni; Tour operators e processi di internazionalizzazione; Struttura dell'offerta e scambi turistici internazionali

MODULO 6: LA DOMANDA TURISTICA e L'OFFERTA DI SERVIZI DI RICETTIVITA' E RISTORAZIONE

Le determinanti economiche della domanda turistica; Le domande extra-economiche; La domanda di "outdoor-recreation; Modelli di analisi della domanda turistica; Le previsioni della domanda turistica.

La domanda di turismo internazionale: Il turismo internazionale e l'Italia.

La domanda di turismo in Italia: Analisi econometrica della domanda di turismo; Segmentazione e posizionamento

Il ciclo produttivo dei servizi turistici

Aspetti e problemi classificatori delle strutture ricettive

Composizione delle vendite e redditività

Le forme di mercato nel comparto della ricettività e ristorazione

I processi di concentrazione

Il ruolo del "franchising" nei collegamenti tra imprese

Le politiche di prezzo nelle imprese del settore

MODULO 7: IL SISTEMA DI PRODUZIONE DEL SERVIZIO DEI TOUR OPERATOR

Il sistema del tour operating italiano; L'industria dei viaggi organizzati in Europa; Le tipologie di servizio e le scelte del tour operator; la scelta dei fornitori; Analisi economiche

**IL PROGRAMMA**

MODULO 10: L'OFFERTA DI SERVIZI COLLATERALI E SINGOLI

La biglietteria ferroviaria
La biglietteria marittima

MODULO 11: LA BIGLIETTERIA AEREA

Codici, definizioni, abbreviazioni; Compagnie aeree; Aree lata; Suddivisioni geografiche; Classi di servizio; Abbreviazioni di tempo; Stagionalità; Mesi e computo di validità; Giorni; Uso dei manuali; Uso dei manuali più comuni; Schedule services; Metodo di consultazione dello schedule services; APT (Airline passenger tariff); Parte introduttiva generale; Parte di competenza dei singoli vettori (carrier's special regulation - green section); Note per le regole tariffarie; Add-on amounts e loro interpretazione; Tariffe normali e speciali; Codici dei paesi, codici delle città, routings; TPM (Ticketedpoint mileages); Air tariff; MPM (Maximum permitted mileage); Book I (Worldwide rules and mileages ed il Worldwide fares); Tariffe normali e speciali; Libro bleu; Tariffe nominali e speciali; Libro giallo; Documenti di trasporto aereo; Generalità; Biglietto aereo passeggeri; Biglietto charter; Bagaglio; Biglietto eccedenza bagaglio; Validità dei biglietti; MCO (Miscellaneous charge order); PTA (Prepaid ticket advice); Service order; Prenotazioni, voli, vettori, scali intermedi; Realtà interconnesse con il viaggio aereo; Sistemi di prenotazione; Prenotazione; Voli; Vettori; Scali intermedi; Tipologie tariffarie; Nomenclatura delle tariffe aeree; Tariffe più comuni; Adulti; Fanciulli (infants); Bambini (children); Giovani (youth); Tariffe familiari e tariffe sposi (family and spouse fares); Differenziazione delle tariffe; Tariffe normali; Tariffe speciali; Codici tariffari; Codici di sconto; Nomenclatura nelle costruzioni tariffarie; Variazioni del documenti; Aspetti generali; Girata (endorsement); Riavviamenti (reroutings); Rimborsi (refunds); Tipi di viaggio; Tipi di viaggio e sue limitazioni; Viaggi RT e CT incompleti ed unreasonable connections; Codici e simboli delle costruzioni tariffarie; Normativa sugli stopovers; Particolarità dei percorsi effettuati in superficie; Tariffe aeree; Uso degli add-on o proportional fares; Tariffe di cabotaggio; Commonwealth fares (tariffe Commonwealth); Costruzione tariffaria; Analisi di una costruzione tariffaria; Metodi di calcolo tariffario; Routings; Lowest combination principio (principio della combinazione tariffaria più conveniente); Sistema del migliaggio; Ticketed points e maximum permitted mileage; Metodologia del mileage system; Eccedenza di migliaggio; Gaps; Punto intermedio a tariffa più alta (HIP); Facilitazioni nei calcoli tariffari e differenziale di classe; Valute; Viaggi inclusive tour

**IL PROGRAMMA**

MODULO 12: PIANIFICAZIONE DI UNA AGENZIA DI VIAGGI:

il business plan; il piano di marketing; analisi del mercato; swot analysis; risorse economico-finanziarie; il margine di contribuzione; il pricing

MODULO 13: LE AGENZIE DI VIAGGIO SENZA PROGRAMMAZIONE DI CATALOGO

L'agenzia di viaggio dettagliante; la vendita di un viaggio a forfait; La vendita dei singoli servizi; Le basi organizzative ed informative per lo svolgimento dell'attività; Gli strumenti informativi; Il personale del front office; Il confezionamento dei viaggi su misura (tailor made); Il ruolo dell'accompagnatore turistico; Il preventivo; La redazione del programma; La prenotazione; Rapporti con il cliente e strategie dell'attenzione; I servizi per i viaggi d'affari; Il commercial account

MODULO 14: LA COMUNICAZIONE DEL PRODOTTO TURISTICO**MODULO 15: I CATALOGHI DI VIAGGIO**

cosa sono, come si presentano e come si leggono;

MODULO 16: IL PACKAGING

La creazione del pacchetti; Principali tecniche per la fissazione dei prezzi; Il tailor made di massa

**IL PROGRAMMA**

MODULO 17: I VIAGGI INCENTIVE

Strategie e piani di incentivazione; Incentivazione alle vendite e non; Campagne di incentivazione; La struttura dei costi; Il tema e la durata; I premi; I viaggi di incentivazione; Gli interlocutori dell'impresa: agenzie d'incentivazione, tour operator e agenzie di viaggi; Le fasi dell'organizzazione di un viaggio; Il programma; La scelta dei fornitori di servizi; I servizi di animazione e di assistenza ai partecipanti; la personalizzazione; Il budget

MODULO 18: I VIAGGI INCOMING: PROGRAMMAZIONE ED ORGANIZZAZIONE**MODULO 19: TURISMO ED ASSICURAZIONI**

I soggetti dell'assicurazione; Definizione del Rischio; Il premio; i rischi de turista; Responsabilità degli Agenti di Viaggio: Assicurazione e codice civile; Le principali compagnie assicuratrici operanti in campo turistico

MODULO 20: TURISMO E WEB 2.0: IL WEB MARKETING TURISTICO

Principi generali di marketing; Strategie e strumenti di marketing online; E-mail marketing e fidelizzazione della clientela; Search Engine Marketing; Search Engine Optimization; Web analytics; Hotel Social Media Marketing; Il blog turistico; Brand Reputation Management- il caso Tripadvisor.

**IL PROGRAMMA**

Sede: Bari - Rondò Hotel, Corso Alcide de Gasperi 308

Lezioni frontali in aula: 3 mesi di aula circa: 245 ore | 35 giorni

Dal lunedì al Venerdì: dalle ore 9.30 alle ore 13.30 e dalle ore 14.30 alle ore 17.30

Artesis si riserva il diritto di apportare eventuale modifiche al calendario su indicato



DURATA E SEDE

CALENDARIO DIDATTICO

GIORNO	MARZO	APRILE	MAGGIO
LUNEDI	26	2 - 16 - 23 - 30	7 - 14
MARTEDI	27	3 - 10 - 17 - 24	8 - 15
MERCOLEDI	28	4 - 11 - 18	9 - 16
GIOVEDI	29	5 - 12 - 19 - 26	3 - 10 - 17
VENERDI	30	6 - 13 - 20 - 27	4 - 11

L'iscrizione al Master è subordinata al superamento della prova di selezione, gratuita e non vincolante, consistente in un test di cultura generale, un test di Lingua Inglese ed un colloquio motivazionale, preceduto dalla presentazione dell'intero percorso formativo.

Per partecipare alle selezioni è necessario inviare il proprio CV al seguente indirizzo e mail: formazione@artesislab.com, specificando in Oggetto: "candidatura Master TRAVEL"

I candidati idonei saranno contattati dalla segreteria organizzativa per la conferma della data di selezione, che si svolgerà presso la sede Artesis di Bari. Sono previste speciali procedure di selezione telefonica ed on line per chi impossibilitato a raggiungere la sede prevista per i colloqui.



PROCEDURA DI AMMISSIONE

QUOTA DI ISCRIZIONE E BENEFITS

La quota di iscrizione al Master è di € 2.900 IVA INCLUSA.

La quota comprende:

- ⇒ Frequenza Master
- ⇒ Diploma di Master + 2 attestati specialistici
- ⇒ Stage: ricerca, attivazione e copertura assicurativa
- ⇒ Materiale didattico fornito su PEN DRIVE
- ⇒ Job Elite Counselling (orientamento al lavoro)
- ⇒ Tasse
- ⇒ Card Artesis che darà diritto a frequentare un seminario di aggiornamento Artesis di uno o due giorni entro un'anno dalla data di fine del Master.

Artesis mette a disposizione BORSE DI STUDIO per un valore complessivo di € 12.500.

Le BORSE DI STUDIO verranno così suddivise:

Dal 1° al 10° ammesso attraverso le selezioni, Artesis riserva una BORSA DI STUDIO del valore di € 1.000. La quota del Master sarà così solamente di € 1.900 (tasse INCLUSE).

Dall'11° al 15° ammesso attraverso le selezioni, Artesis riserva una BORSA DI STUDIO del valore di € 500. La quota del Master sarà così solamente di € 2.400 (tasse incluse).



INVESTIMENTO ECONOMICO

BORSE DI STUDIO

Segreteria organizzativa del Master:
tel. 06 65970249 | fax verde 800 135426
e-mail: formazione@artesislab.com
web: www.artesislab.com



INFORMAZIONI