



**POLO TERRITORIALE
DI MANTOVA**

LABORATORIO TEMA
Technology Environment & Management

DIPARTIMENTO BEST
Building & Environment Sciences & Technologies

SCUOLA DI ARCHITETTURA E SOCIETA'

master di primo livello

MANAGEMENT DELLA VALORIZZAZIONE DEL PATRIMONIO TERRITORIALE E DELL'ACCOGLIENZA TURISTICO-CULTURALE

*MANAGEMENT IN LOCAL HERITAGE AND CULTURAL
TOURISM HOSPITALITY*



in collaborazione con



master di primo livello in

MANAGEMENT DELLA VALORIZZAZIONE DEL PATRIMONIO TERRITORIALE E DELL'ACCOGLIENZA TURISTICO-CULTURALE

MANAGEMENT IN LOCAL
HERITAGE AND CULTURAL
TOURISM HOSPITALITY

Il Master è realizzato dall'UdR in "Governance, Progetto e Valorizzazione dell'Ambiente Costruito", che svolge la sua attività presso il Dipartimento BEST (*Building & Environment Sciences & Technology*) del Politecnico di Milano e presso il Laboratorio TEMA (*Technology Environment & Management*) del Polo Territoriale di Mantova.

Il corso si colloca all'interno del progetto "Mantova, un territorio che accoglie - Piano d'azione per l'eccellenza del capitale umano dell'accoglienza turistico/culturale", attivato a valere sul Programma di Regione Lombardia "Lombardia Eccellente" e promosso dal seguente partenariato: Provincia di Mantova, FOR.MA - Azienda Speciale della Provincia di Mantova, Fondazione Università di Mantova, Camera di Commercio di Mantova, Promolimpresa-Azienda Speciale della Camera di Commercio di Mantova, Comuni di Mantova, Castiglione delle Stiviere, Sabbioneta e San Benedetto Po, Confesercenti Mantova, Unione del Commercio Turismo e Servizi della Provincia di Mantova, CGIL, CISL e UIL. Il Master è promosso all'interno del Distretto Culturale DOMINUS - Distretto Oltrepò Mantovano per l'Innovazione, l'Unicità e lo Sviluppo, cofinanziato da Fondazione Cariplo e promosso da un ampio partenariato composto da: Consorzio Oltrepò Mantovano, Comuni di Borgofranco sul Po, Carbonara di Po, Felonica, Quingentole, Quistello, San Giacomo delle Segnate, Sermide, Gonzaga, Moglia, San Benedetto Po, Pegognaga, Villa Poma, Suzzara, Provincia di Mantova, Camera di Commercio di Mantova, Associazione Industriali di Mantova, Laboratorio Technology Environment & Management (TEMA) del Polo Territoriale di Mantova del Politecnico di Milano, Sistema Bibliotecario "Legenda", Consorzio Agrituristico Mantovano, GAL Oltrepò Mantovano, Forma Mantova e Promolimpresa.

OBIETTIVI (Educational Goals and Objectives)

Nello sviluppo del comparto turistico, dove l'elemento umano dell'accoglienza è cruciale, diventa fondamentale riuscire a strutturare una filosofia che rappresenti l'identità del territorio e che sia accompagnata da una efficace strategia di crescita dell'eccellenza del capitale umano. All'interno di tale scenario, attraverso il "Piano d'azione per l'eccellenza del capitale umano dell'accoglienza turistico/culturale", la partnership promossa dalle istituzioni mantovane intende perseguire una serie articolata di obiettivi che garantiranno molteplici ricadute a livello territoriale e regionale sul fronte dell'accoglienza turistica e della valorizzazione del territorio.

Il Master, che riprende l'esperienza promossa sul territorio mantovano attraverso l'attivazione di due edizioni del Master Universitario in "Management delle Risorse Culturali, Ambientali e Paesaggistiche (MAMARCAP)" e si affianca alle azioni svolte dal Polo Territoriale di Mantova e dal Dottorato di Ricerca in "Progetto e tecnologie per la valorizzazione dei beni culturali", ha quindi come obiettivo generale lo sviluppo di orientamenti e competenze specifici per la definizione e la gestione di programmi, azioni e progetti finalizzati a favorire la valorizzazione e la promozione turistico-culturale del patrimonio territoriale, all'interno di un sistema sempre più orientato a forme di sviluppo locale integrato. Gli obiettivi formativi riguardano in particolare l'acquisizione di competenze/capacità necessarie per: a) governare metodologie di intervento sul patrimonio ambientale-paesaggistico-culturale del contesto in una prospettiva sovralocale; b) lo sviluppo e l'individuazione di reti di relazioni tra i diversi soggetti, pubblici e privati, che operano nel settore della valorizzazione culturale e turistica del territorio, supportandoli nello sviluppo e nella gestione di programmi e progetti di accoglienza; c) l'apprendimento di metodi, strumenti e tecniche per l'informazione, la progettazione, la promozione e la comunicazione delle risorse del territorio e dei suoi prodotti; d) il sostegno alle esigenze di miglioramento delle aziende all'interno del contesto territoriale di riferimento; e) l'accrescimento delle capacità gestionali di progetti di sviluppo territoriale.

In developing the tourism industry where the human element, that of acceptance, is crucial, it becomes essential to develop a philosophy that represents the identity of the territory, which is accompanied by an effective development strategy of human resources. Within this scenario, through the "Action Plan for the excellence of the human resources in tourism/culture hospitality" the Partnership promoted by the Mantuan Institutions intends to pursue a comprehensive set of objectives that will provide multiple benefits to local and regional level as for the tourist hospitality and development of the area.

The Master, which reflects the experience promoted on the territory of Mantua through the activation of two editions of the Master in "Management of Cultural Resources, Environmental and Landscape (MAMARCAP)" and is accompanied by the activation at the Polo in Mantua area of the Ph.D. Research in "Design and technologies for the enhancement of cultural heritage", has as general objective the development of guidelines and specific responsibilities for the establishment and administration of programs, actions and projects to foster the enhancement and promotion cultural tourism of the territorial heritage, within a system increasingly focused on forms of local development.

The educational objectives include in particular the acquisition of competencies / skills needed to: a) the development of new methods of intervention in respect of the environmental-landscape-cultural context in perspective more than local; b) the development and identification networks and relationships in the territory between public and private; c) learning methods, tools and techniques for information, promotion and communication of the territory and its products; d) support the improvement needs of companies within the territorial context; e) the enhancement of management capacity of local development projects.

SBOCCHI PROFESSIONALI (Career opportunities)

La figura professionale proposta sarà in grado di elaborare strategie di valorizzazione e promozione turistico-culturale, di valutare e verificare la fattibilità tecnica e socio-economica delle iniziative, di coordinare e gestire progetti di marketing territoriale per migliorare la competitività di un'area geografica o un sistema locale, di sostenere le imprese e i soggetti territoriali nel riconoscimento e nella promozione di un'immagine e di un'identità culturale radicate nel contesto e mirata alla valorizzazione integrata delle potenzialità del territorio in un'ottica di sostenibilità dello sviluppo.

Il progetto formativo è particolarmente orientato a giovani neolaureati in discipline umanistiche e tecniche, interessati a operare in un contesto fortemente innovativo e dinamico, dotati di spiccate capacità relazionali e spirito imprenditoriale, disponibili a partecipare attivamente, anche in modo creativo e propositivo, alla costruzione di un profilo professionale originale e specialistico. Tale profilo trova collocazione nel contesto delle piccole e medie imprese operanti a livello regionale, nazionale e internazionale nei settori culturali, turistici e della valorizzazione e comunicazione del territorio, nonché presso enti e organizzazioni che presiedono alla valorizzazione e alla gestione del patrimonio turistico-culturale.

The professional role offered will be able to develop strategies to enhance and promote culture and tourism, to evaluate and verify the technical and socio-economic feasibility of the initiatives, to coordinate and manage marketing projects to improve regional competitiveness of a region or a local system, to support local businesses and institutions in the recognition and promotion of an image and an identity rooted in the cultural context for the integrated enhancement of the region's potential to a sustainable development. The training is especially geared to young graduates in humanities and technical, interested in operating in a highly innovative and dynamic context, with strong interpersonal skills and an entrepreneurial spirit, willing to participate actively, even in a creative and proactive in building an original and specialized professional profile.

This profile take place in the context of small and medium-sized companies operating regionally, nationally and internationally in culture, tourism and the enhancement and communication of the territory, as well as in institutions and organizations that govern the use and management of culture and tourism heritage.

DESTINATARI

Per accedere al Master è richiesto il possesso del Diploma Universitario, della Laurea o della Laurea Specialistica/Magistrale in discipline politecniche e in discipline umanistiche, economiche e sociali o titoli equipollenti. Per i candidati stranieri saranno considerati titoli di studio equivalenti nei rispettivi ordinamenti degli studi.

Graduate New Order, Old Order, or university degree or Bachelor Degree Old Order to New Order members: in polytechnic and disciplines in the humanities, economics and social or equivalent qualifications. For foreign candidates will be considered equivalent qualifications in their respective studies.

Numero massimo partecipanti: 15

Maximum numbers of eligible candidates: 15

ARTICOLAZIONE DEL MASTER

Durata del corso

12 MESI

Avvio

Giugno 2012

Chiusura

Maggio 2013

Impegno giornaliero

FULL TIME

Orario di svolgimento delle lezioni

DIURNO

Giornate di svolgimento

INFRASETTIMANALE

Percentuale di presenza minima

75%

STAGE

Lo stage sarà svolto presso enti locali impegnati in progetti di sviluppo locale e di valorizzazione turistico-culturale, agenzie che promuovono la cooperazione tra imprese ed istituzioni, imprese private e società consortili. Esso consentirà agli allievi di applicare e sperimentare in ambiente lavorativo metodi e contenuti del percorso formativo. Per ciascun allievo sarà attivato un tutor del Politecnico e un tutor aziendale di supporto per il periodo di tirocinio e per l'elaborazione della tesi.

TITOLO RILASCIATO

Al termine del corso, al superamento dell'esame finale verrà rilasciato il diploma di Master universitario di I livello in "Management della valorizzazione del patrimonio territoriale e dell'accoglienza turistico-culturale".

PIANO DIDATTICO

Il Master universitario prevede un monte ore complessivo di 1.500 per un totale di 60 CFU (moduli n°1/4 CFU; n°2/6 CFU; n°3/2 CFU; moduli n°4/6 CFU; n°5/4 CFU; n°6/6 CFU; n°7/4 CFU - laboratori n°1/6 CFU; n°2/6 CFU - stage/tesi 16 CFU).

Le 1500 ore del percorso formativo sono così suddivise: 460 di aula (260 ore di lezioni frontali/esercitazione e 135 di laboratorio/project work); 340 di stage; 700 di studio individuale. Le attività didattiche sono strutturate attraverso lezioni frontali, esercitazioni e seminari che prevedono la presentazione di casi studio e testimonianze; sono inoltre previsti workshop e momenti laboratoriali sviluppati su contesti reali in collaborazione con i soggetti partner. I project work, presenti in tutti moduli disciplinari, contribuiscono in modo efficace alla formazione di un manager del territorio in grado di operare con metodi e strumenti di carattere sistemico, a partire da una esperienza formativa particolarmente orientata a casi concreti ed attraverso l'elaborazione di una ricerca di tesi a carattere sperimentale ed applicativo riferita a dinamiche, processi e progetti di trasformazione effettivamente attivati in collaborazione con enti e soggetti operanti sul territorio.

PROGRAMMA

Modulo 1 - TERRITORIO E VALORIZZAZIONE TURISTICOCULTURALE

- Pianificazione territoriale e valorizzazione turistico-culturale
- Valorizzazione turistico-culturale e sviluppo sostenibile del sistema locale
- Valorizzazione dei beni culturali e territoriali
- Marketing territoriale
- Governance territoriale

Modulo 2 - VALORIZZAZIONE BENI CULTURALI E TURISMO

(Modulo sviluppato in stretta sinergia con il Dottorato di Ricerca in "Progetto e tecnologie per la valorizzazione dei beni culturali")

- Strategie e strumenti per la promozione dei beni culturali e paesaggistici
- Metodi e strumenti per il progetto di valorizzazione dei beni culturali, ambientali e paesaggistici
- Legislazione e normative per i beni culturali, ambientali e paesaggistici
- L'industria culturale
- Economia ed organizzazione della produzione nei processi di valorizzazione di beni e servizi culturali
- Seminari tematici di approfondimento: Distretti culturali e Unesco

Modulo 3 - CAPITALE UMANO E TURISMO

- Accoglienza, territorio e capitale umano
- Competenze e bisogni formativi del settore turistico-culturale
- L'azione strategica "Lombardia Eccellente"

Modulo 4 - ECONOMIA E TURISMO

- Principi di Economia e Gestione delle attività turistiche e culturali
- Fondamenti di organizzazione e gestione delle risorse e delle competenze nelle imprese turistiche
- Strategie, politiche e marketing turistico
- Fondamenti di gestione finanziaria delle attività turistiche e culturali
- Storia economica del turismo
- Analisi dello scenario nazionale ed internazionale del settore turistico
- Turismo e pianificazione territoriale
- Diritto e turismo

Modulo 5 - IMPRESA E TURISMO

- L'impresa turistica
- Il prodotto alberghiero.
- L'organizzazione e gestione di congressi: il *convention bureau*
- Il settore del B&B
- Le agenzie di viaggio e le agenzie *incoming*
- L'intermediazione nel turismo: evoluzione dell'ambiente competitivo e strategie
- I *tour operators*
- *Aviation industry*

Modulo 6 - MARKETING E COMUNICAZIONE TURISTICO TERRITORIALE

- Marketing strategico dell'offerta turistica
- Management della fidelizzazione della clientela
- Marketing territoriale e gestione sistemica del territorio
- Promozione e comunicazione del prodotto turistico culturale
- Distribuzione e vendita dei pacchetti turistici

Modulo 7 - ICT E PROMOZIONE TURISTICO-TERRITORIALE

- Web Marketing nelle catene alberghiere
- I *tour operators*: innovazione nel business e nel marketing
- Web W2.0 e *social networks*: la nascita di imprese turistiche innovative
- Ruolo e strategie dei *Global Distribution Systems*
- *E-business*

LABORATORIO 1 - DALLA PIANIFICAZIONE TURISTICA AI PROGETTI DI ACCOGLIENZA

Azioni strategiche per un piano del turismo

LABORATORIO 2 - PROGETTI DI COMUNICAZIONE E PROMOZIONE

New social media per la promozione turistico-culturale

VALUTAZIONE

Sono previste prove di verifica e un esame finale. L'esame finale consisterà nella presentazione e discussione dell'elaborato di tesi svolto durante il corso di Master.

FACULTY

Direttore

Prof.ssa Elena Mussinelli

Co-direttore

Prof. Roberto Bolici

Commissione del corso di Master

Prof. Fabrizio Schiaffonati - Professore di Tecnologia dell'Architettura, Scuola di Architettura e Società, Politecnico di Milano, Dipartimento BEST

Prof.ssa Elena Mussinelli - Professore di Tecnologia dell'architettura, Scuola di Architettura e Società, Politecnico di Milano, Dipartimento BEST

Prof. Roberto Bolici - Professore di Tecnologia dell'Architettura, Scuola di Architettura e Società, Politecnico di Milano, Dipartimento BEST

Prof.ssa Magda Antonioli - Professore di Politica economica, Università Bocconi.

Prof. Alberto Grandi - Assessore alle Politiche per la Sostenibilità Ambientale e Turismo della Provincia di Mantova

Prof. Emilio Faroldi - Professore di Tecnologia dell'Architettura, Scuola di Architettura e Società, Politecnico di Milano, Dipartimento BEST

Prof.ssa Roberta Capello - Professore di Economia Regionale, Scuola di Ingegneria

Edile/Architettura, Politecnico di Milano, Dipartimento BEST

Prof. Daniele Fanzini - Professore di Tecnologia dell'Architettura, Scuola di Architettura e Società, Politecnico di Milano, Dipartimento BEST

Prof. Matteo Gambaro - Professore di Tecnologia dell'Architettura, Scuola di Architettura e Società, Politecnico di Milano, Dipartimento BEST

Prof. Andrea Poltronieri - Docente di Economia e Gestione delle Imprese, Scuola di Architettura e Società, Politecnico di Milano, Dipartimento BEST

Facoltà promotrice

Architettura e Società

Ente Erogatore

Politecnico di Milano - Polo Territoriale di Mantova
Dipartimento BEST

Indirizzo web ente erogatore

<http://www.polo-mantova.polimi.it>

AMMISSIONE

Termine per la presentazione delle domande

11 giugno 2012

Data prevista per l'inizio delle selezioni

15 giugno 2012

Sede delle selezioni

Politecnico di Milano - Polo territoriale di Mantova
Piazza d'Arco, 3 - 46100 Mantova

Selezioni

L'ammissione al Master è subordinata ad una selezione dei candidati che verrà effettuata sulla base del curriculum e di un colloquio individuale.

Modulistica per l'ammissione alla selezione

<http://www.polo-mantova.polimi.it/>
(oppure contattare il Laboratorio TEMA)

PROCEDURE E CRITERI DI SELEZIONE

L'ammissione al Master è subordinata ad una selezione dei candidati che verrà effettuata sulla base del curriculum e di un colloquio individuale. Al termine delle procedure di ammissione verrà stilata una graduatoria.

COSTO

La partecipazione è gratuita

CONTATTI

LABORATORIO TEMA

Technology Environment & Management

Politecnico di Milano - Polo Territoriale di Mantova
Piazza d'Arco, 3 - 46100 Mantova
T* +39 0376 317061
F* +39 02 2399 7070
E* tema@polimi.it

LABORATORIO TEMA

Technology Environment & Management

Politecnico di Milano - Polo Territoriale di Mantova

Piazza d'Arco, 3 - 46100 Mantova

T* +39 0376 317061

F* +39 02 2399 7070

E* tema@polimi.it