Gestire i rapporti con la clientela, identificare nuovi prospect, proporre soluzioni di viaggio innovative e predisporre accurate analisi di mercato. Queste sono alcune delle competenze che deve possedere un tourism sales manager, una figura che sta assumendo una crescente importanza all'interno delle società che operano nel settore viaggi e turismo. Al momento in Italia non esistono corsi universitari o di specializzazione appositamente dedicati alla formazione di questa figura e per colmare questo vuoto formativo Università di Milano-Bicocca, CRIET (Centro di Ricerca Interuniversitario in Economia del Territorio), Federviaggio, Federalberghi e il Gruppo Uvet, hanno lanciato il primo master universitario in Tourism Sales Management.

Il master di primo livello partirà il prossimo 22 aprile, presso l'Università di Milano-Bicocca, con un percorso che prevede 420 ore di formazione in aula, uno stage in azienda e un project work finale. Il master è aperto a non più di 25 studenti selezionati mediante la valutazione dei titoli, del curriculum vitae e attraverso una prova scritta e un colloquio motivazionale. Sono disponibili tre borse di studio a copertura totale del contributo d'iscrizione (4.400 euro). Le domande di ammissione devono essere presentate entro l'8 febbraio 2013, secondo le modalità previste dal bando pubblicato sul sito www.unimib.it .

"In un periodo di crisi come quello che stiamo vivendo", afferma Luca Patanè, Presidente di Federviaggio e del Gruppo Uvet "una delle figure professionali più ricercate dalle aziende è proprio quella dei Sales. Il Master MTSM risponde alle attuali esigenze operative del settore e rappresenta un importante sbocco professionale per i neolaureati. Il nostro obiettivo è di assumere il 50% dei ragazzi, che saranno distribuiti all'interno delle tre realtà organizzative".

"La formazione è sicuramente l'arma vincente del turismo dei prossimi anni - afferma il Presidente di Federalberghi, Bernabò Bocca - e per formazione intendiamo qualcosa di fortemente specializzato e di professionalmente elevato, elementi che il Master ha racchiusi in sé".

"Il Master in Tourism Sales Management – sostiene Ugo Arrigo, professore di Economia presso l'Università di Milano-Bicocca – è un progetto innovativo dell'Ateneo realizzato in stretta cooperazione con Federviaggio, Federalberghi e il Gruppo UVET per rispondere alle esigenze professionali del settore. E' l'occasione per l'università di essere direttamente 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 a Federalberghi e il Gruppo Uvet hanno deciso di partecipare attivamente alla progettazione e all'organizzazione del Master (http://mtsm.economia.unimib.it/) intervenendo anche con docenze e testimonianze durante la formazione in aula e offrendo la disponibilità di accogliere gli studenti in stage. Tra le aziende che hanno aderito, in particolare, vi sono: Air Partner, Air Plus, Alidays, Amadeus Italia, American Express, Condor, Erv Italia, Gruppo Uvet, Holiday Express, HRS-Hotel Reservation Service, Il Tucano Viaggi, Ricerca, Kiwi Resorts, Neyroz-Feroli – Hotel Hermitage, ParkingGo, Perugia Hotel, Phone & Go, Press Tours, Romagna Viaggi, Rusconi Viaggi e S.I.N.A Spa – Società Internazionale Nuovi Alberghi.

FEDERVIAGGIO
Federviaggio è stata costituita nell'ottobre 2008 con l'intento di riunire in un unico perimetro associativo componenti diverse del sistema produttivo del turismo organizzato. Aziende che quotidianamente interagiscono fra di loro come fornitori e clienti e che hanno rapporti privilegiati trovano in Federviaggio un luogo comune, anche sul piano associativo, in cui fare politica di sistema e sviluppare progetti di sviluppo a ricaduta sull'intera filiera traendo spunto dalle rispettive conoscenze che diventano così patrimonio comune.

FEDERALBERGHI
Federalberghi da oltre cento anni è l'organizzazione nazionale maggiormente rappresentativa degli albergatori italiani. Rappresenta le esigenze e le proposte delle imprese alberghiere nei confronti delle istituzioni e delle organizzazioni politiche, economiche e sindacali. Si propone di valorizzare gli interessi economici e sociali degli imprenditori turistici e di favorire il riconoscimento del loro ruolo sociale, l'affermazione dell'economia turistica, la promozione dell'offerta turistico ricettiva nazionale.

GRUPPO UVET
Il Gruppo Uvet (uvet.com) è uno dei più importanti poli distributivi, attivo in Italia dal 1950 nel comparto dei servizi turistici. Nel 2011 il giro d'affari del Gruppo Uvet ha sfiorato i 2 miliardi di euro (1,918 miliardi di euro) in crescita dell'11,6%. Uvet American Express, specializzata nei viaggi d'affari, ha fatto registrare un incremento del fatturato dell' 11% (da 320 a 360 milioni di euro). Uvet ITN, la rete di oltre 900 agenzie di viaggio consumer in Italia, è cresciuta nel 2011 del 12% (1,3 miliardi di euro).

UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA
L'Università di Milano-Bicocca è nata nel 1998. È' un ateneo multidisciplinare con un'offerta didattica è articolata in 66 corsi di studio, tra corsi triennali e magistrali, distribuiti in sette diverse aree disciplinari: economico-statistica, giuridica, medica, psicologica, sociologica, scientifica e della formazione. Gli studenti iscritti sono oltre 32 mila, gli stranieri sono il 5 per cento.