

Bevagna al centro del Master in Tourism Strategy & Management della Bicocca

notizia pubblicata **07 Novembre 2017** alle ore **12:00** nella categoria **Formazione**



Domani, mercoledì 8 novembre, sarà presentato all' Università degli Studi di Milano-Bicocca il progetto realizzato dal team di studio del Master in Tourism Strategy & Management.

Laura Gavinelli, coordinatrice Project Work, docente di Communication, Marketing & Sales e di Destination Management- illustrerà la ricerca realizzata dagli alunni del corso appena concluso e commissionato da un team di imprenditori della cittadina umbra in collaborazione con le istituzioni locali.

Le proposte verranno presentate domani alle 11 in presenza dei rappresentanti del Comune di Bevagna, dei media e degli operatori del settore. Il master è coordinato da Marianna Melesi, responsabile CRIET Alta Formazione, e sostenuto da F.T.O. – Federazione Turismo Organizzato.

Il Master giunto alla V edizione si propone di formare persone di giovane età e dotate di una solida cultura di base a livello universitario (Laureati e Diplomatici Universitari triennali di tutte le discipline) da inserire nelle diverse aree in cui è articolato il settore del turismo italiano. Prevede un primo periodo di 6 mesi di formazione in aula con docenze accademiche e interventi manageriali per garantire agli studenti una preparazione teorica e pratica e, a seguire, un percorso di esperienza professionale in azienda.

Bevagna è al centro del master. La destinazione, infatti, ha subito un calo del 50% dei turisti dopo il fatidico terremoto del 2016. Da qui, l'esigenza di rilanciarne la proposta turistica in ottica di sviluppo del territorio e di valorizzazione delle molte valenze paesaggistiche, culturali e artistiche che detiene. Dopo un primo

sopralluogo effettuato nel mese di luglio, gli studenti del Master MTSM di Bicocca hanno analizzato lo stato dell'arte del turismo a Bevagna, mappato il territorio, individuato le potenzialità e le opportunità di sviluppo della destinazione e hanno preparato un piano di proposte per la sua valorizzazione. Gli studenti hanno lavorato in 3 gruppi, ognuno dei quali ha formulato la sua proposta, con relative offerte e iniziative di marketing: si va da proposte sull'engagement del turista e del residente, alla gamification sul segmento giovani e famiglie, all'inserimento delle nuove tecnologie nelle modalità di comunicazione e dell'info desk nei confronti del turisti. Molti i circuiti e le iniziative pensate per coinvolgere le varie categorie del territorio, includendo anche partnership con i Comuni limitrofi e le imprese portatrici di eccellenza nei vari comparti produttivi.