

MASTER UNIVERSITARIO di I LIVELLO

(D.M. n. 509 del 3 Novembre 1999 e D.M. n. 270 del 22 ottobre 2004)

in

Hospitality Management e Gestione delle strutture ricettive (cod. M050)

(istituito con con D.R. n. 7/14.01.2022)

1500 ore - 60 CFU

A.A. 2021/22

II EDIZIONE

COORDINATORE

Prof. Lea IAIA

Durata del corso	Annuale / 1500 ore - 60 cfu
Periodo iscrizioni	Iscrizioni sempre aperte
Modalità didattica	In presenza e on line tramite piattaforma telematica

RIFERIMENTI NORMATIVI: Il Master è istituito a norma dell'art. 3, comma 9, del DM 22 ottobre 2004 n. 270, dell'art. 16 del Regolamento Didattico dell'Ateneo "Leonardo da Vinci" e del Regolamento per l'istituzione, l'attivazione e di gestione dei master universitari e dei corsi e tirocini di perfezionamento, aggiornamento e formazione (D.R. 21 del 17.12.2019). Si valutano solo i titoli rilasciati dall'Università statali e non statali legalmente riconosciute.

1. DESCRIZIONE DEL MASTER

L'obiettivo del Master universitario di I livello in "HOSPITALITY MANAGEMENT E GESTIONE DELLE STRUTTURE RICETTIVE" è di formare Hotel General Manager in grado di gestire e coordinare le attività di un'impresa turistica, tenendo conto di tecnologie, strumenti e tematiche attuali ed innovative. Il trasferimento delle competenze avviene direttamente tramite docenti con esperienza manageriale nel settore; come maestri trasferiranno il sapere accumulato, evidenziando e commentando le problematiche riscontrate, esponendo i metodi utilizzati per la loro risoluzione, e tratteranno l'importanza della strutturazione delle funzioni e della normalizzazione del business e delle procedure.

Gli studenti acquisiranno competenze nei seguenti ambiti: accoglienza turistica, gestione ed organizzazione aziendale, marketing, digital marketing e revenue management, organizzazione eventi, gestione della ristorazione, gestione delle Spa e dei centri benessere.

2. DESTINATARI e SBOCCHI PROFESSIONALI

Il Master è rivolto alla formazione del profilo dell'Hotel General Manager. L'Hotel Manager conosce in maniera approfondita il settore Turismo e governa l'azienda garantendo standard qualitativi elevati di accoglienza, gestione ed organizzazione di tutto il comparto ricettivo.

3. PARTNERSHIP

Il Master è istituito in collaborazione con W.ACADEMY S.r.l..

4. REQUISITI PER L'ISCRIZIONE

Per iscriversi al Master è necessario essere in possesso dei seguenti requisiti:

- Laurea conseguita secondo gli ordinamenti didattici precedenti il decreto ministeriale del 3 novembre 1999 n. 509;

- Laurea ai sensi del D.M. 509/99 e ai sensi del D.M. 270/2004 preferibilmente in Scienze del turismo, Economia del turismo, Beni Culturali, Lingue e letterature straniere, Economia Aziendale, Management, Giurisprudenza. E' fortemente consigliata, inoltre, la conoscenza della Lingua Inglese (almeno livello B1/B2).

Possono presentare domanda di ammissione i candidati in possesso di un titolo accademico conseguito all'estero equiparabile per durata e contenuto al titolo accademico italiano richiesto per l'accesso al corso. L'iscrizione tuttavia resta subordinata alla valutazione della idoneità del titolo da parte degli Organi Accademici ai soli fini dell'iscrizione.

Per coloro che sono in possesso di titoli di abilitazione all'esercizio della professione conseguiti all'estero, l'Università potrà procedere al loro riconoscimento ai soli fini dell'iscrizione al Master. I suddetti requisiti dovranno essere posseduti alla data di scadenza del termine utile per la presentazione delle domande di iscrizione al Master.

Per difetto dei requisiti la Segreteria potrà disporre, in qualsiasi momento e con provvedimento motivato, l'esclusione dal Master. L'iscrizione al Master è incompatibile con altre iscrizioni a Corsi di laurea, Master, Corsi di perfezionamento, Scuole di specializzazione e Dottorati.

5. NUMERO DEI PARTECIPANTI

Il Master è a numero chiuso, per un massimo di 30 partecipanti. La selezione avverrà per analisi del CV, colloqui motivazionali e di orientamento individuali (in presenza o online) / TEST/.

6. PROGRAMMA E STRUTTURA DEL MASTER

Il Master ha durata annuale e si articola in 12 moduli disciplinari di lezioni in presenza e 9 moduli fruibili *on line*, nell'attività di tirocinio e in una tesi finale, per un impegno complessivo di n. 60 crediti formativi universitari (CFU) pari a 1500 ore. Ciascun modulo disciplinare è strutturato in più lezioni. Tutta la didattica sarà fruibile su piattaforma telematica accessibile 24 h con *username* e *password*.

Il quadro complessivo delle attività didattiche e dei rispettivi CFU è il seguente:

SSD	ATTIVITA' DIDATTICA	DOCENTE	CFU
	LEZIONI FRONTALI		18
SECS-P/08	MODULO 1: IL MERCATO DEL TURISMO: PANORAMICA, DATI E TENDENZE DI SETTORE Argomenti: <ul style="list-style-type: none"> · Trend e statistiche sull'economia del turismo · Lo scenario economico e il posizionamento dell'Italia · L'ospitalità e l'offerta ricettiva · Il mercato del lavoro nel settore turismo · I principali fabbisogni professionali e formativi 	M. BARTOLONI G. GUIDI	1
SECS-P/10	MODULO 2: CAPITALE UMANO E STRATEGIA AZIENDALI Argomenti: <ul style="list-style-type: none"> · Il ruolo del Responsabile del Personale e le relazioni con le altre funzioni aziendali · Il modello sistemico del comportamento, delle decisioni e delle azioni · Modelli organizzativi aziendali · La pianificazione delle risorse umane · Il dimensionamento 	G. CAPPELLETTI	2

	<ul style="list-style-type: none"> Organigrammi e funzionigrammi Mansionari 		
SECS-P/07	MODULO 3: MANAGEMENT DELL'IMPRESA TURISTICA	L. PISTONESI	2
SECS-P/08	Argomenti: <ul style="list-style-type: none"> · Il bilancio come strumento di diagnosi, prognosi ed indirizzo per il miglioramento aziendale · Stato patrimoniale e conto economico · Il sistema azienda: interconnessioni patrimoniali, finanziarie, economiche ed organizzative · Analisi e controllo dei costi nell'azienda ricettiva · Direct costing, costi fissi di struttura e costi variabili · La contabilità analitica e l'analisi marginalistica · Il controllo di gestione · La pianificazione finanziaria · Il business plan 		
SECS-P/08	MODULO 4: STRATEGIE INNOVATIVE DI MARKETING	F. DI GIULIO S. BONACUCINA	2
	Argomenti: <ul style="list-style-type: none"> · L'evoluzione del marketing · Il marketing relazionale ed olistico · La strategia di comunicazione integrata · La brand reputation e la corporate identity · Strumenti di content marketing e storytelling aziendale · Marketing pull e marketing push · Pianificare la comunicazione: corporate communication planning system · Le fasi del piano di comunicazione integrata: obiettivi, pubblici, concept, timing, budget, team, canali, strumenti e feedback · Promozione offline 		
SECS-P/08	MODULO 5: DIGITAL INNOVATION IN TOURISM	M. MANTOVANI	1
	Argomenti: <ul style="list-style-type: none"> · Digital Marketing Management · Gli strumenti del web marketing per la promozione online · Social media marketing (Facebook ed Instagram) · Email marketing · Il marketing del passaparola · Online brand reputation · SEO e SEM · Le OTA e la disintermediazione · ChatBot 		
SECS-P/08 SECS-P/13	MODULO 6: FRONT OFFICE E APPLICATIVI 4.0	N. QUAGLIA	2
	Argomenti: <ul style="list-style-type: none"> · La gestione del booking e delle prenotazioni · La corretta gestione di richieste email e telefoniche · Tecniche di negoziazione e di vendita · Tecniche di fidelizzazione dell'ospite 		

	<ul style="list-style-type: none"> • Le regole base del bon ton • Operazioni di check-in e check-out • Strumenti, applicativi e dispositivi digitali per il front office • Booking engine e Channel Manager • La gestione del reclamo • Customer care e customer satisfaction 		
SECS-P/08	MODULO 7: SOFTWARE GESTIONALI ALBERGHIERI Argomenti: <ul style="list-style-type: none"> • Panoramica sull'Information Technology per il mondo alberghiero • Analisi dei software operativi alberghieri con approfondimenti e funzionalità • Operazioni di booking • Operazioni di front office • La gestione delle tariffe • Reportistica e utilità dei PMS 	A. CALLIGARIS	1
SECS-P/08 SECS-P/07	MODULO 8: REVENUE MANAGEMENT Argomenti: <ul style="list-style-type: none"> • Politiche tariffarie per il settore ricettivo • Il prezzo, il margine di contribuzione e l'ottimizzazione dei ricavi • Yield Management • Il nesting nel revenue management • Indicatori di efficienza: RevPar e CostPar • La gestione dell'overbooking 	C. STADERINI N. QUAGLIA	2
SECS-P/08 SECS-P/10	MODULO 9: EVENT & WELLNESS MANAGEMENT Argomenti: <ul style="list-style-type: none"> • Gli altri ricavi nel settore ricettivo e le differenti tipologie di evento • Project Management applicato agli eventi: ideazione, pianificazione, comunicazione, esecuzione e monitoraggio • Il settore M.I.C.E. • Budgeting dell'evento e pianificazione finanziaria • I canali di comunicazione • Le sponsorizzazioni e i patrocini • Aspetti legali nell'organizzazione di eventi • Gli eventi e il settore wellness • Le SPA e il marketing del benessere • Organizzazione e ruoli nella SPA • La gestione economica della SPA e il revenue • La creazione di SPA menù e SPA brand • Tecniche di up-selling e cross-selling 	G. RANIERI	2
SECS-P/08	MODULO 10: FOOD & BEVERAGE MANAGEMENT Argomenti: <ul style="list-style-type: none"> • Struttura ed organizzazione del settore F&B • La figura professionale del responsabile F&B • La gestione economica: costi e ricavi nel settore ristorativo 	D. MAZZA	1

	<ul style="list-style-type: none"> · Il calcolo del Food Cost · Menù engineering & Menù marketing · L'organizzazione degli acquisti e la gestione delle scorte · I software e le innovazioni per la gestione del F&B 		
IUS/17	MODULO 11: SICUREZZA E PREVEZIONE SUI LUOGHI DI LAVORO Argomenti: <ul style="list-style-type: none"> · Concetti di Rischio · Danno, prevenzione e protezione · Organizzazione della prevenzione aziendale · Diritti, doveri e sanzioni per i soggetti aziendali · Organi di vigilanza, controllo e assistenza 	G. RACANO	1
IUS/01	MODULO 12: GESTIONE DATI E PRIVACY NEL SETTORE RICETTIVO Argomenti: <ul style="list-style-type: none"> · Le nuove regole sulla privacy · La corretta gestione dei dati personali · La videosorveglianza · Il Responsabile per la protezione dei dati personali · Sanzioni amministrative e sanzioni penali 	D. RAGUSEO A. ACCOLLA	1
	LEZIONI ON LINE		27
SECS-P/08	MODULO 1: INTRODUZIONE E FONDAMENTI DI STRATEGIA Argomenti: <ul style="list-style-type: none"> - L'azienda e gli strumenti strategici - Strategie nella gestione del pricing - Il piano di comunicazione integrate 4.0 - L'export management: i quesiti di base - Supply chain: il planning - Supply chain: gli acquisti - Supply chain: tecniche di negoziazione - Supply chain: pagamenti internazionali 	RIGGIO Nicasio BECCHETTI Mario ASCOLI MARCHETTI PASSAMONTI Fabrizio GIGLI Piergiorgio	6
SECS-P/07	MODULO 2: INTRODUZIONE E FONDAMENTI DI PLANNING & CONTROL Argomenti: <ul style="list-style-type: none"> - Fondamenti di planning e control 	Prof. F. DE LUCA	2
	<ul style="list-style-type: none"> - Fondamenti di controllo di gestione - Il bilancio aziendale - La politica di prezzo - Il budget economico 	BARCHIESI Michele PASSAMONTI Fabrizio	2
SECS-P/10	MODULO 3: INTRODUZIONE E FONDAMENTI DI HR ORGANIZATION Argomenti: <ul style="list-style-type: none"> - Sviluppo delle risorse umane 	Prof. D. SIMONCINI	2

SECS-P/07	<ul style="list-style-type: none"> - Soft skills: competenze nel mondo del lavoro - Formazione - La disciplina del rapporto di lavoro - Il corretto inquadramento dei lavoratori in azienda - Paghe e contributi: aspetti generali - Paghe e contribute: aspetti specifici 	CAPPELLETTI Giada MORETTI Paolo CICHELLA Silvia CAROTTI Stefano PIETRELLA Fabio	2
IUS/07	MODULO 4: INTRODUZIONE E FONDAMENTI DI SICUREZZA SUL LAVORO Argomenti: <ul style="list-style-type: none"> - Salute e sicurezza negli ambienti di lavoro - La sicurezza sul lavoro: formazione di base 	BERTAN Francesco RACANO Giuseppe	1
SECS-P/08	MODULO 5: INTRODUZIONE E FONDAMENTI DI MARKETING & SALES Argomenti: <ul style="list-style-type: none"> - Fidelizzazione della clientela - Marketing strategico e operativo - Digital marketing 	Prof. L. IAIA	2
	<ul style="list-style-type: none"> - Marketing online e offline - Marketing non convenzionale - Email marketing - Gli strumenti del social media manager 	SERRALUNGA M. D'ARRIGO Emanuele FALCIANI Federico PACIONI Michael	2
SECS-P/10	MODULO 6: INTRODUZIONE E FONDAMENTI DI PROJECT MANAGEMENT Argomenti: <ul style="list-style-type: none"> - Il contesto del project management 	Prof. S. ZA	2
	<ul style="list-style-type: none"> - Metodologie e tecniche di project management - Capacità manageriali del project manager 	BECCHETTI Mario MITOLO Giulio	1
SECS-P/08	MODULO 7: INTRODUZIONE E FONDAMENTI DI EUROPROGETTAZIONE Argomenti: <ul style="list-style-type: none"> - Horizon 2020 	EMPOLI Giuseppe	1
SECS-P/10	MODULO 8: INTRODUZIONE E FONDAMENTI DI FACILITAZIONE DEI GRUPPI Argomenti: <ul style="list-style-type: none"> - Facilitazione dei gruppi e competenze manageriali - Facilitazione dei gruppi nella comunicazione - Facilitazione dei gruppi in azienda 	TAORMINA Paolo MITOLO Giulio	2
SECS-P/09	MODULO 9: INTRODUZIONE E FONDAMENTI DI REAL ESTATE Argomenti: <ul style="list-style-type: none"> - L'estimo e la valutazione dei beni immobili - Finanza, fondi immobiliari e operazioni di sviluppo - Elementi base nella gestione dei rifiuti 	GRAZIOLI Daniela STECCONI Alessandro TOMBOLESI Simone	2

	Tirocinio		10
	Esame finale		5
	TOTALE		60

7. SEDE, DURATA E FREQUENZA DEL MASTER

Il Master si svolge *on line* e in presenza. La frequenza per la didattica online sarà ottenuta mediante tracciamento sulla piattaforma. La didattica in presenza si svolgerà presso le sedi W.ACADEMY presenti sul territorio; il calendario delle lezioni verrà fornito a seguito dell'iscrizione e la frequenza verrà rilevata tramite registri firma. Per le attività didattiche è prevista una frequenza minima del 70%, per le attività pratiche (tirocinio) il 90%.

Per tutta la durata dello stato di emergenza da Covid-19, le attività didattiche in presenza verranno sostituite da lezioni online in modalità sincrona.

8. MODALITA' DI ISCRIZIONE

L'iscrizione si effettua a partire dalla pubblicazione del presente bando e per tutta la durata dell'a.a. 2021/22, mediante la compilazione della domanda di immatricolazione e il caricamento della seguente documentazione obbligatoria (pena la mancata immatricolazione):

- Scansione di un documento di identità in corso di validità (fronte/retro)
- Autocertificazione del diploma di maturità (durata quinquennale)
- Autocertificazione del titolo di studio richiesto per l'accesso al percorso scelto
- Ricevuta dell'avvenuto pagamento della quota di iscrizione
- Scansione della foto formato tessera (almeno 266x354 pxl) a colori

Per accedere alla domanda, è necessario collegarsi al link <https://unidav.esse3.cineca.it/Home.do>, dal "Menu" selezionare "Login" e accedere utilizzando le credenziali di accesso ai servizi web dell'Ateneo, rilasciate al completamento della procedura di registrazione al sito (vedi [Guida alla registrazione web](#)). La procedura dettagliata è riportata nella [Guida per la presentazione online della domanda di immatricolazione](#).

È possibile scegliere tra due modalità di pagamento:

• **Pagamento On Line:** tramite carta di credito dei principali circuiti o carta prepagata. Possono essere accettati i seguenti strumenti di pagamento:

- carte di credito VISA-MASTERCARD
- carte PAGOBANCOMAT (inserirle nei WALLET Bankpass Web)
- carte prepagate VISA ELECTRON (abilitate agli acquisti su Internet)

La procedura, in questo caso, prevede un collegamento al sito della banca per l'inserimento degli estremi della carta.

• **Pagamento tramite Banca su conto corrente intestato a Unidav:** bonifico bancario presso la Banca popolare dell'Emilia Romagna. Coordinate bancarie: IBAN IT 74 A 05387 15501 000000 488016. **Attenzione:** è indispensabile specificare nella causale del versamento nome e cognome dell'immatricolato e il codice identificativo del Corso.

L'immatricolazione sarà perfezionata previa approvazione, da parte della segreteria studenti, della documentazione prodotta.

L'Università Telematica "L. da Vinci" confermerà tramite e-mail l'avvenuta immatricolazione dando comunicazione del numero di matricola e del link di accesso alla piattaforma didattica

Non saranno prese in considerazione le domande non firmate.

9. QUOTA INDIVIDUALE DI ISCRIZIONE

La quota di iscrizione è di € 5.900,00, comprensiva di tutto, senza spese ulteriori, fatte salvi i bolli virtuali, ove richiesti. La quota può essere saldata in un'unica soluzione o in due rate:

- € 1.016,00 (millesedici/00) all'atto dell'iscrizione, comprensiva di bollo virtuale;
- € 4.900,00 (quattromilanovecento/00) a 30 gg dalla data di iscrizione.

E' prevista la possibilità di concedere borse di studio su criteri di merito curriculare e/o capacità reddituale, non superiori ad € 1.900,00.

Gli studenti che abbiano già seguito un corso presso W. ACADEMY S.r.l., dietro presentazione di apposita documentazione che ne comprovi il conseguimento, avranno diritto ad una riduzione delle spese di iscrizione come previsto dalla convenzione in essere con W. ACADEMY S.r.l.

Nei casi in cui si abbia diritto ad una delle suddette agevolazioni, è previsto il versamento della prima rata pari ad € 1.016,00 all'atto dell'iscrizione; la relativa riduzione verrà applicata sulle rate successive.

10. VERIFICA DI PROFITTO

La piattaforma traccia e registra le prove di verifica on line inserite al termine di ogni lezione.

11. PROVA FINALE

Il conseguimento del Master di I livello in "HOSPITALITY MANAGEMENT E GESTIONE DELLE STRUTTURE RICETTIVE" e dei relativi crediti universitari dei relativi crediti universitari prevede il superamento di test intermedi e la stesura di un elaborato finale con relativa discussione. L'elaborato dovrà essere redatto sotto la guida di un relatore da individuarsi nell'ambito dei docenti del Master.

Sessioni e modalità degli esami

Sono previsti test intermedi, il cui superamento sarà vincolante all'ammissione alla discussione finale ma la cui valutazione non concorrerà al giudizio finale. I test si svolgeranno in presenza. Le relative sessioni d'esame saranno stabilite ad insindacabile giudizio dei competenti organi gestionali.

Sedi della discussione finale

Le sedute per la discussione della tesi finale si terranno in presenza. L'elenco delle sedi d'esame sarà stabilito ad insindacabile giudizio dei componenti gestionali dell'Università da Vinci e comunque solo al raggiungimento del numero minimo di iscritti per sede.

Per tutta la durata dello stato di emergenza da Covid-19, lo svolgimento del test e la discussione della tesi finale si svolgeranno in modalità telematica.

Conseguimento del titolo

L'attività formativa svolta nell'ambito del Master è pari a 60 crediti formativi per un totale di 1500 ore d'apprendimento. A conclusione del Master, agli iscritti che abbiano conseguito un giudizio di idoneità in sede di discussione finale, viene rilasciato il Master di I livello in "HOSPITALITY MANAGEMENT E GESTIONE DELLE STRUTTURE RICETTIVE", e su richiesta dell'interessato la certificazione/attestazione relativa a numero delle ore, CFU attribuiti ed esito della prova finale a fronte del versamento della sola imposta di bollo, ove prevista.

12. TUTELA DATI PERSONALI

Tutte le informazioni fornite dagli interessati sono protette ai sensi del D.Lgs. 196/2003 e dal

Regolamento (UE) 2016/679 e successive modificazioni e integrazioni.

13. RIFERIMENTI

Coordinatore del Master: Prof. Lea IAIA

- **Assistenza organizzativa/didattica**

Segreteria Master UNIDAV: tel. 0871/361658 dal lunedì al venerdì, dalle 09.00 alle 13.00
o all'indirizzo master@unidav.it

- **Informazioni iscrizione/pagamenti**

Segreteria Studenti UNIDAV: tel. 0871/361658 dal lunedì al venerdì, dalle 9.00 alle 13.30
e dalle 14.30 alle 18.00, o segreteria@unidav.it

Publicato in data 23 marzo 2022