



FACOLTÀ DI SCIENZE, POLITICHE, ECONOMICHE E SOCIALI

MASTER DI II LIVELLO IN "INTERNATIONAL TOURISM, HOSPITALITY AND EVENT MANAGEMENT"

Descrizione e Obiettivi del Master di II Livello

Il Master di II Livello in "International Tourism, Hospitality and Event Management" mira a conferire competenze specialistiche di alto livello attraverso lo studio avanzato delle tecniche e delle strategie manageriali e promozionali nel settore turistico, alberghiero e della gestione di eventi di varia tipologia, il tutto inserito in un contesto di internazionalizzazione delle attività.

Destinatari del Master di II Livello

Studenti avanzati in Scienze Economiche o Scienze Aziendali, Manager operanti nel settore turistico, alberghiero e della gestione di eventi, specialisti del Marketing, professionisti che intendono specializzarsi nell'International Tourism, Hospitality and Event Management.

Requisiti di ammissione, esami di verifica e prova finale

Possono iscriversi i candidati in possesso di Diploma di Scuola Media Superiore e Laurea Triennale o Laurea Specialistica, Magistrale o Vecchio Ordinamento. In difetto dei titoli di studio richiesti, è possibile l'ammissione su dossier, sulla base di una valutazione dei titoli di studio conseguiti e dell'esperienza acquisita, nonché delle competenze sviluppate nel quadro dell'attività professionale.

Le lezioni verranno erogate a discrezione del Docente attraverso Tesine, commentari, manuali specialistici, dispense o lezioni tramite piattaforma in live streaming. La valutazione viene espressa in trentesimi.

La prova finale consiste in una Tesi di almeno 30 pagine su uno degli argomenti trattati durante il Corso di Master di II Livello.



DURATA E STRUTTURA DEL MASTER DI II LIVELLO

Durata:	Annuale – 1500 ore
Iscrizioni:	Sempre aperte tutto l'anno
Crediti:	60 ECTS
Modalità:	Online
Costo:	CHF/EUR 2.000,00

PROGRAMMA DEL MASTER DI II LIVELLO

SSD	INSEGNAMENTO	ECTS
SECS-P/08	Tourism Business Strategy	9
SECS-P/08	Tourism Management	6
SECS-P/08	Tourism Marketing	8
SECS-P/08	Hospitality Business Strategy	7
SECS-P/08	Hospitality Management	8
SECS-P/08	Hospitality Marketing	7
SECS-P/08	Event Management	5
SECS-P/08	Event Marketing	6
	Tesi Finale	4



PROGRAMMA DEL MASTER DI II LIVELLO IN "INTERNATIONAL TOURISM, HOSPITALITY AND EVENT MANAGEMENT"

INSEGNAMENTO	PROGRAMMA
Tourism Business Strategy	<p>Il programma del corso ha lo scopo di formare lo studente nelle moderne strategie aziendali per il settore turistico concentrandosi sull'aspetto internazionale delle materie trattate.</p> <p>Verrà esaminata la posizione del settore turistico nei mercati internazionali, verranno analizzati approfonditamente i fattori che influenzano il settore turistico e i sistemi per un'efficace gestione organizzativa, verrà affrontata la questione della sostenibilità sia ambientale che socioeconomica applicata alle attività turistiche e altri temi avanzati che consentiranno di creare strategie aziendali mirate ed efficaci.</p> <p>TESTI CONSIGLIATI</p> <ul style="list-style-type: none">▪ R. GARIBALDI, Economia e gestione delle imprese turistiche, Hoepli, 2^a edizione, 2015
Tourism Management	<p>In questo corso verrà studiato il management del turismo attraverso un'impostazione internazionale, sottolineando gli aspetti caratterizzanti dell'industria turistica e delle aziende operanti in questo settore, verranno studiati i diversi sistemi organizzativi aziendali e i metodi per l'analisi della competitività, soprattutto quella internazionale, si analizzeranno le metodologie logistiche e operative delle aziende turistiche, le sfide attuali del settore e altri sistemi, teorie e metodi per la gestione efficace di un'azienda turistica internazionale.</p> <p>TESTI CONSIGLIATI</p> <ul style="list-style-type: none">▪ D. CORTESE, L'azienda turistica: nuovi scenari e modelli evolutivi, Giappichelli, 2018
Tourism Marketing	<p>Il presente è un corso avanzato di marketing specialistico per le imprese turistiche, in particolar modo quelle a carattere internazionale. Durante lo svolgimento del corso verranno analizzate strategie di marketing avanzato progettate su specifiche categorie valoriali delle diverse tipologie di cliente, verranno analizzati sistemi di marketing mix specifici per il settore turistico, si apprenderanno i metodi di progettazione di un piano strategico di marketing per il turismo e verranno studiati i metodi di analisi ed elaborazione dei dati di mercato.</p> <p>TESTI CONSIGLIATI</p> <ul style="list-style-type: none">▪ P. KOTLER, J.T. BOWEN, J.C. MAKENS, Marketing del turismo, Pearson, 7^a edizione, 2018



INSEGNAMENTO	PROGRAMMA
Hospitality Business Strategy	<p>Questo corso ha lo scopo di conferire allo studente la capacità di analizzare e applicare moderne strategie aziendali utilizzate nel settore dell'ospitalità e dell'accoglienza con una particolare attenzione alle aziende operanti in ambito internazionale.</p> <p>Durante il corso verranno esaminati tutti quegli elementi che influiscono sul settore <i>hospitality</i>, analizzando in particolar modo quegli eventi socio-politici della realtà geografica in cui si trova l'azienda che potrebbero andare ad impattare sulle attività aziendali. Verrà inoltre analizzata la struttura attuale del mercato <i>hospitality</i> e le strategie attualmente implementate dalle aziende multinazionali, nonché l'influenza delle diversità culturali nello stile gestionale dei manager.</p> <p>TESTI CONSIGLIATI</p> <ul style="list-style-type: none">▪ M. OLSEN, J. ZHAO, Handbook of Hospitality Strategic Management, Routledge, 2008
Hospitality Management	<p>Attraverso la frequentazione di questo corso lo studente sarà formato alle teorie e alle tecniche più attuali dell'Hospitality Management, sviluppando <i>skill</i> manageriali avanzate soprattutto riguardo l'Hospitality Management internazionale. Il corso tratterà i <i>trend</i> attuali del settore alberghiero internazionale, delle sfide che deve affrontare nell'attuale panorama globale e delle strategie necessarie a fronteggiare tali sfide. Il programma prosegue analizzando le migliori tecniche per la gestione delle operazioni alberghiere, spaziando dalla gestione del personale alla somministrazione del <i>food & beverage</i>, dai servizi della reception al dipartimento marketing, dalla selezione e manutenzione degli arredi ai rapporti con i fornitori e alla contabilità.</p> <p>TESTI CONSIGLIATI</p> <ul style="list-style-type: none">▪ D.K. HAYES, J.D. NINEMEIER, A. MILLER, Hotel Operations Management, Pearson, 3rd edition, 2016
Hospitality Marketing	<p>In questo corso verrà approfondito lo studio del marketing specialistico per il settore alberghiero attraverso l'analisi del mercato, delle tipologie dei <i>target</i>, dei canali di distribuzione, lo studio e l'applicazione delle più moderne metodologie di ricerca di mercato e di promozione, un'attenta analisi del <i>pricing</i> e del posizionamento di mercato e di altre tecniche e strumenti di analisi specialistici.</p> <p>TESTI CONSIGLIATI</p> <ul style="list-style-type: none">▪ P. KOTLER, J.T. BOWEN, S. BALOGLU, Marketing for Hospitality and Tourism, Pearson, 8th edition, 2020



INSEGNAMENTO	PROGRAMMA
Event Management	<p>Il programma del corso fornisce delle competenze specialistiche nell'ambito dell'organizzazione e della gestione di eventi attraverso un'analisi degli eventi suddivisa per tipologie, le fasi che costituiscono una determinata tipologia di eventi, la selezione del <i>target</i> e la progettazione dell'evento, lo studio sulla valutazione dei rischi e la gestione dei rischi e utilizzando strumenti per l'analisi post-evento della <i>performance</i>.</p> <p>TESTI CONSIGLIATI</p> <ul style="list-style-type: none">▪ M.P. CARLI, M. MILONE, Gli eventi: dalla progettazione all'organizzazione. Manuale operativo di Event Management, Franco Angeli, 2021
Event Marketing	<p>In questo corso lo studente apprenderà i concetti e le teorie chiave per progettare ed implementare strategie di marketing di successo per eventi di varia tipologia, l'analisi delle condizioni preliminari di un evento e delle opzioni disponibili, lo studio e l'utilizzo di strategie promozionali, metodologie specializzate per la ricerca di mercato e valutazione della <i>performance</i> delle strategie utilizzate.</p> <p>TESTI CONSIGLIATI</p> <ul style="list-style-type: none">▪ S. FERRARI, Event Marketing. I grandi eventi e gli eventi come strumenti di marketing, CEDAM, 2018
Tesi Finale	Un elaborato su uno dei temi trattati di almeno 30 pagine.