



Informazioni generali sul Corso di Studi

Università	Libera Università di lingue e comunicazione IULM-MI
Nome del corso in italiano	Management dell'ospitalità e del turismo (<i>IdSua:1616244</i>)
Nome del corso in inglese	Hospitality and Tourism Management
Classe	LM-49 R - Progettazione e gestione dei sistemi turistici
Lingua in cui si tiene il corso	inglese
Eventuale indirizzo internet del corso di laurea	https://www.iulm.it/it/offerta-formativa/corsi-di-lauree-magistrali/hospitality-tourism-management/hospitality-tourism-management
Tasse	https://www.iulm.it/it/orientamento-iscrizioni/tasse-e-contributi
Modalità di svolgimento	a. Corso di studio convenzionale



Referenti e Strutture

Presidente (o Referente o Coordinatore) del CdS	SCUTTARI Anna
Organo Collegiale di gestione del corso di studio	Consiglio di Facoltà
Struttura didattica di riferimento ai fini amministrativi	Facoltà di Arti, moda e turismo

Docenti di Riferimento

N.	COGNOME	NOME	SETTORE	QUALIFICA	PESO	TIPO SSD
1.	BOSSI	Raffaella		ID	1	
2.	DE CARLO	Manuela		PO	1	

3.	FRIEL	Martha Mary	PA	1
4.	SAINAGHI	Ruggero	PA	1
5.	SCUTTARI	Anna	PA	1
6.	TAVANO BLESSI	Giorgio	RD	1

Rappresentanti Studenti	VENTURI MATTEO rappresentanza.studentesca@iulm.it LEONTI SALVATORE AURELIO rappresentanza.studentesca@iulm.it
Gruppo di gestione AQ	MANUELA DE CARLO ANNA SCUTTARI GIORGIO TAVANO BLESSI
Tutor	MANUELA DE CARLO Anna SCUTTARI Giorgio TAVANO BLESSI



Il Corso di Studio in breve

12/11/2024

Il Corso ha l'obiettivo di guidare gli studenti in un apprendimento attivo e critico, al fine di acquisire le capacità di problem solving, le conoscenze, le abilità e l'atteggiamento necessari per inserirsi in ruoli manageriali, o come imprenditori, in aziende e istituzioni dei settori del comparto turistico e contribuire efficacemente allo sviluppo sostenibile e all'innovazione del settore. Il programma integra conoscenze funzionali e di settore, secondo il punto di vista di chi si prepara ad assumere ruoli direttivi in azienda.

L'organizzazione del corso, completamente in lingua inglese, prevede che gli insegnamenti del primo anno siano attivati presso l'Università IULM a Milano e che nel secondo anno gli studenti possano scegliere tra tre diversi indirizzi di specializzazione in diverse sedi universitarie.

In particolare:

- il primo anno, presso l'Università IULM, ha l'obiettivo di trasferire agli studenti una base comune di conoscenze, fondamentali strumenti di management e una visione critica e multidisciplinare delle tematiche prioritarie per la gestione delle imprese e delle istituzioni del turismo;
- il secondo anno è organizzato in percorsi di specializzazione alternativi, presso l'Università IULM o all'estero, nelle aree di competenza più richieste dalle imprese e dalle istituzioni del settore.

Nello specifico i 3 indirizzi di specializzazione si articolano, a scelta, come segue:

- Hospitality and Tourism Management (UCF)
- Digital technologies and data for tourism and creative industries (IULM)
- Sustainable destination management and communication (IULM oppure Oulu)

Gli studenti che frequentano il secondo anno in IULM, hanno la possibilità di:

- personalizzare il percorso formativo attraverso la scelta (i) degli esami opzionali, (ii) dell'area di tirocinio, in Italia e all'estero e (iii) dell'argomento di tesi;
- frequentare un semestre come exchange students nell'ambito del programma di mobilità internazionale progettato per il Corso di laurea.

Gli studenti che scelgono l'indirizzo di specializzazione in Hospitality and Tourism Management, svolto in partnership con la University of Central Florida di Orlando (Stati Uniti), frequentano tutto il secondo anno presso il Rosen College of Hospitality Management della University of Central Florida e conseguono oltre alla Laurea magistrale in Hospitality and

Tourism Management IULM, il diploma di M.Sc. in Hospitality and Tourism Management della University of Central Florida. Dopo la graduation negli Stati Uniti gli studenti possono ottenere un ulteriore visto di lavoro di un anno in ambiti professionali coerenti con il percorso formativo.

Gli studenti che scelgono di frequentare un semestre presso l'Università di Oulu (Finlandia) con un focus sulla sostenibilità ambientale dei territori, ottengono un doppio diploma: Laurea Magistrale secondo l'ordinamento italiano e Master of Science secondo quello finlandese.

L'apprendimento attivo e la coerenza dei contenuti con la rapida evoluzione del settore, sono favoriti da un mix didattico con un forte peso di sessioni dedicate alla discussione di casi, simulazioni, esercitazioni, spesso in gruppo, lezioni di manager e professionisti, workshop con esperti, laboratori didattici organizzati con Academy di aziende leader del settore e giornate di formazione in azienda.

Link: <https://www.iulm.it/it/offerta-formativa/corsi-di-lauree-magistrali/hospitality-tourism-management/hospitality-tourism-management> (Pagina web del Corso di laurea magistrale)



QUADRO A1.a

Consultazione con le organizzazioni rappresentative - a livello nazionale e internazionale - della produzione di beni e servizi, delle professioni (Istituzione del corso)

13/12/2020

Il Corso di laurea magistrale in Hospitality and Tourism Management nasce dalla collaborazione e dal confronto con le imprese e le istituzioni dei settori del comparto turistico e delle filiere collegate (agroalimentare, moda e design, lusso, arte e cultura ...) secondo la tradizione dei corsi in turismo dell'Università IULM. Il Corso nasce infatti dall'esperienza pluriennale del Master in International Tourism and Hospitality avviato nel 2005 e gestito in stretto collegamento con una rete che oggi include oltre 500 aziende del settore.

Il confronto con manager e imprenditori delle aziende partner e con le principali organizzazioni rappresentative dei settori del turismo è stato alla base della progettazione del Corso al momento del suo avvio nel 2016 e della sua successiva revisione nel 2020.

Consultazioni per l'istituzione del corso (2016)

Nel 2016 il confronto con il mercato del lavoro ai fini dell'istituzione del Corso si è svolto attraverso (i) una approfondita attività di ricerca su dati secondari e (ii) incontri diretti con manager e rappresentanti delle principali associazioni professionali.

(i) Con riferimento a primo aspetto nell'ambito della Facoltà di Arti e Turismo è stata condotta nel 2016 una analisi sugli sbocchi professionali e le competenze più ricercate dalle imprese del comparto turistico basata su dati secondari (tra le fonti principali gli studi di ISFOL; (i) Ente Bilaterale Nazionale Turismo; ManpowerGroup; Unioncamere, Camere di Commercio Italia).

(ii) Con riferimento agli incontri diretti, il 22 novembre 2016 si è tenuto in IULM un focus group per la discussione del progetto finale del Corso con le parti sociali. All'incontro hanno partecipato la referente per il Corso, la Responsabile dell'Ufficio Stage e Placement, il Responsabile Scuola e Alta Formazione Assolombarda, l'Education Project Manager Assolombarda, la Responsabile Talent, Learning and Development, NH Italia, l'HR Director Italy, Greece, Israel and Malta, Accor, la Responsabile Formazione Italia, Grecia, Israele Accor, il Director of Sales and Marketing, UnaHotels, il presidente di Simone Micheli Architectural Hero. Dall'incontro è emerso un forte apprezzamento da parte delle imprese sul programma del Corso e l'interesse ad avviare collaborazioni per l'organizzazione di stage, la realizzazione di progetti in azienda e la partecipazione alle attività.

L'11 dicembre 2017 si è tenuto un secondo incontro di presentazione del Corso con tutti i rappresentanti Assolombarda Sezione Turismo per un confronto sul corso e sul possibile avvio di programmi di apprendistato e progetti didattici con le aziende associate.

Il confronto è proseguito in altri incontri organizzati dal Referente del Corso, in coordinamento con la Facoltà, con i responsabili delle risorse umane e i managing director di aziende leader dei principali settori del comparto turistico (tra cui Starwood Hotels & Resorts; Marriott; InterContinental Hotels Group; AIM Group; Melià Hotels Group; NH Hotels; Accor; Amadeus; Dorchester Collection Group; ClubMed; Quality Group...) e le organizzazioni rappresentative delle categorie professionali (tra cui Confindustria Alberghi; Gruppo Terziario Assolombarda; Associazione Albergatori Milano).

Nell'ambito di questi incontri si è discussa la struttura del piano degli studi, gli obiettivi formativi e i contenuti della nuova laurea magistrale, si sono identificati nuovi sbocchi professionali su cui le aziende faticano a trovare profili adeguati nel mercato del lavoro, si sono messe a fuoco le competenze e le abilità oggi più rilevanti per la competitività delle imprese, si è verificata la rilevanza pratica dei contenuti proposti nel corso di studi, si sono identificati possibili ambiti di collaborazione su specifici laboratori didattici, corsi specialistici, progetti formativi in azienda, progetti di stage.

La ricchezza degli spunti emersi da questi incontri ha permesso di definire i profili professionali e gli sbocchi occupazionali

e professionali previsti per i laureati del Corso e affinare il percorso didattico, sia a livello di architettura generale del piano di studi che di obiettivi formativi specifici dei singoli insegnamenti, ricercando una coerenza tra questi ultimi e le competenze e abilità richieste dalle imprese. Da questi incontri è anche emersa la disponibilità di alcune imprese ad avviare una progettazione congiunta per la realizzazione di moduli specialistici nell'ambito di alcuni insegnamenti inseriti nel piano di studi.

Consultazioni per la modifica di ordinamento (2020)

Nel 2020 si è decisa la chiusura di uno dei due percorsi di doppio diploma, presso la Université de Grenoble Alpes in Francia che ha avuto solo 4 studenti iscritti per l'a.a. 2018/19 e uno studente per l'a.a. 2019/20. La modifica di ordinamento didattico che si è resa quindi necessaria (il dual degree IULM - Université de Grenoble Alpes era inserito nell'Ordinamento Didattico del Corso), è stata l'occasione per un rinnovamento dei contenuti del corso alla luce delle significative, e in parte irreversibili, trasformazioni del settore legate alla pandemia.

Tale riprogettazione si è basata su un confronto approfondito con il mercato del lavoro e i diversi ambiti settoriali di riferimento del Corso attraverso: (i) attività di ricerca e (ii) incontri diretti con manager e rappresentanti delle principali associazioni professionali.

(i) Da giugno a dicembre 2020 è stata realizzata un'analisi sull'impatto del Covid-19 sul settore del turismo a livello italiano e internazionale focalizzata su 4 aree: (a) impatto sulle performance competitive ed economiche del settore hospitality; (b) risposte alla crisi da parte delle imprese del settore hospitality a livello di prodotto, processi e gestione delle risorse umane; (c) best practices attuate dalle imprese e dalle destinazioni turistiche in risposta alla crisi; (d) cambiamenti delle percezioni dei viaggiatori. La ricerca ha fornito utili indicazioni sulle nuove competenze ricercate dalle aziende del settore e sugli ambiti di innovazione più rilevanti che resteranno nel post Covid e che richiederanno interventi formativi ad hoc. Una sintesi dei risultati è stata presentata agli studenti del Corso dalla Referente del Corso e in una delle master class online organizzata dall'Università il 17 dicembre 2020.

(ii) Il 27 ottobre, la Referente per il Corso, in coordinamento con la Facoltà, ha organizzato un focus group con i rappresentanti del mondo del lavoro della filiera turistica con l'obiettivo di (a) presentare l'offerta formativa in turismo della Facoltà ed in particolare la proposta di nuovi indirizzi di specializzazione per il Corso di laurea magistrale in Hospitality and Tourism Management; (b) individuare le figure professionali e le competenze emergenti alla luce delle trasformazioni in atto nella filiera anche alla luce dell'emergenza sanitaria.

All'incontro hanno partecipato, insieme ad alcuni docenti della Facoltà e al Referente del Corso, il vicepresidente vicario di Federturismo Confindustria e CEO Nugo SpA – Gruppo Ferrovie dello Stato; il senior vice president Online Travel - Western Europe, Middle East and Africa & Managing Director Italy di Amadeus; la Fleet Hotel Human Resources Director di Costa Crociere S.p.A; la vice-presidente di at AIM Group International ; il Presidente di APAM, Associazione Albergatori di Milano; il Direttore Toscana Promozione (agenzia regionale di promozione turistica). Dall'incontro sono emerse indicazioni utili a riprogettare il piano di studi del Corso e definire nuovi indirizzi di specializzazione coerenti con le nuove esigenze del settore. In particolare i manager hanno evidenziato:

(a) alcune trasformazioni in atto che avranno forti implicazioni sul fabbisogno di formazione del settore. In particolare:

- un'accelerazione della digital transformation che sta modificando la relazione tra le imprese e i loro clienti;
- un cambiamento degli stili di consumo nel turismo e di mentalità dei viaggiatori;
- una spinta crescente a un'integrazione dell'offerta del prodotto a livello di filiera , di filiere collegate al turismo e di territori.

(b) Alla luce di queste trasformazioni in atto i rappresentanti delle imprese hanno delineato alcune figure professionali e competenze emergenti per il mercato del lavoro di domani. In particolare:

- sempre più centrale l'area delle competenze relazionali indispensabili per accogliere e prendersi cura del cliente/ospite;
- ampie conoscenze di base in materia di sviluppo sostenibile dei territori e valorizzazione del patrimonio culturale;
- un'attitudine spiccata a essere curiosi verso tutto ciò che sta oltre i confini del proprio business in senso stretto, per essere fonti di innovazione continua;
- la capacità di costruire consenso e governare reti complesse, miste pubblico-privato, dentro e fuori l'impresa, per la gestione di offerte integrate;
- competenze innovative relative al marketing del turismo alla luce dei nuovi strumenti digitali e delle opportunità che essi determinano;
- data science e big data analytics che diventano una sorta di 'competenza di base' per potere operare con efficacia in diverse aree gestionali.

Le indicazioni emerse dalle ricerche e dal focus group hanno guidato la riprogettazione del piano di studi e dei nuovi indirizzi di specializzazione.



QUADRO A1.b

Consultazione con le organizzazioni rappresentative - a livello nazionale e internazionale - della produzione di beni e servizi, delle professioni (Consultazioni successive)

14/06/2025



Il confronto con manager e professionisti delle maggiori aziende del settore, attivamente coinvolti nel Corso come docenti di insegnamenti specialistici, tutor e sponsor in progetti didattici, testimoni, relatori in seminari e tutor in progetti di stage, rappresenta uno stimolo permanente all'innovazione dei programmi per renderli sempre più coerenti con il fabbisogno di conoscenze, capacità e professionalità espresso dal mercato del lavoro.

In particolare, si riportano sinteticamente le indicazioni che hanno guidato la progettazione dei corsi dell'a.a. 2020-2021 e la definizione di alcuni nuovi corsi opzionali emerse dagli incontri descritti nel quadro A1.a.

È stato creato un percorso di approfondimento sul Revenue Management attraverso due cicli di seminari al primo e al secondo anno e un corso opzionale in Revenue Management al termine del quale gli studenti possono acquisire la Certificazione CHIA (Certification in Hotel Industry Analytics). È stato sviluppato un percorso di approfondimento sulla gestione degli eventi e delle attrazioni con un modulo dedicato a questo tema nel corso vincolato 'Creativity and Design of Tourism Policies and Services' al primo anno e due nuovi corsi opzionali ('Place attractiveness and big events' e 'Theme Park and Attractions Management'). Si è poi ritenuto importante rafforzare l'area del digital marketing attraverso un nuovo Laboratorio di 'Digital Innovation for the Travel Industry Competitiveness' di 24 ore in aggiunta alle 48 ore del corso di Advanced Digital Marketing for Tourism, un laboratorio in 'Experience Design' nell'ambito del corso in Cultural Heritage Art and Tourism al primo anno, un nuovo modulo sulla sharing economy nell'ambito del corso in Innovation for Sustainable Tourism Development. Infine, è stato proposto un nuovo corso 'Job Fitness Center for Hospitality and Tourism' per lo sviluppo delle capacità interpersonali e della valorizzazione dei talenti individuali.

Nel secondo anno è stato previsto un percorso comune di approfondimento delle conoscenze nell'area delle tecnologie digitali e dell'analisi dei dati per il marketing e delle competenze relazionali per l'innovazione. Da questa base comune si articolano poi due indirizzi di specializzazione nelle aree di competenza oggi più interessanti dalla trasformazione:

- (i) Digital technologies and data for tourism and creative industries;
- (ii) Sustainable destination management and communication.

Di seguito invece, si riportano le principali iniziative messe in atto successivamente alla modifica di ordinamento.

Il 7 giugno 2022 si è svolto un incontro con i rappresentanti di alcune imprese e istituzioni partner per un confronto sulle trasformazioni in atto nei settori del turismo, sui bisogni di nuove competenze, e sui programmi formativi dell'università nel post covid. Nello specifico si è data attenzione a: (i) i principali cambiamenti in corso nei settori del turismo e il loro impatto su professionalità e competenze richieste da imprese e istituzioni; (ii) gli spazi e le modalità più interessanti di collaborazione futura tra università e imprese nella formazione e nella ricerca, con particolare attenzione anche al tema degli stage.

Hanno partecipato all'incontro: il Presidente APAM, Associazione Provinciale Albergatori di Milano e il Vice Presidente Fondazione Fiera Milano; il Vice Presidente AIM Group International; il Direttore delle Risorse Umane (Italy, Greece, Israel and Malt) Accor, il Vice Presidente Online Travel - Western Europe, Middle East and Africa & Managing Director Italy di Amadeus; il Vice Presidente vicario presso Federturismo Confindustria; il CEO Nugo SpA – Gruppo Ferrovie dello Stato; il Presidente ENIT; il Presidente Confindustria Alberghi; il Vice Presidente HotelTourist SpA; il Country Manager Italy – Emirates; il Presidente Italian Board of Airline Representatives (IBAR); il Presidente WWF; il Presidente Ente Parco 5

Terre; Il Fleet Hotel Human Resources Director presso Costa Crociere S.p.A. e infine il Talent Learning and Development Director Southern Europe & USA di NH Hotel Group.

Il giorno 22 marzo 2023 si è tenuto l'incontro di consultazione tra i referenti del CDL e i referenti delle organizzazioni rappresentative della produzione e delle professioni di riferimento. Nello specifico ha partecipato il: Talent Acquisition and Development Manager di NH Hotel Group; il Direttore Toscana Promozione e Direttore scientifico BTO; il Managing Director Gruppo Feries Italia (Agriturismo.it e Casevacanza.it); il Vice-President, AIM Group International; il Group Director of Operations Rocco Forte Hotels; il Direttore Generale Ente turismo Langhe Roero Monferrato; il Presidente Federalberghi Lombardia e infine il Direttore Product Integration Expedia Group.

La discussione ha ripreso in esame i due aspetti discussi l'anno precedente vista la rilevanza che assumono sia nel settore del turismo odierno sia per il continuo aggiornamento dell'offerta formativa del CDL.

Tali incontri hanno messo in luce le mutate esigenze del settore in fase post pandemica in termini di soft-skill, competenze legate al digitale e all'analisi dei dati, competenze legate al project management e non ultimo, sulle competenze legate allo sviluppo sostenibile delle imprese turistiche e delle destinazioni.

Grazie alle indicazioni emerse dal dialogo con gli stakeholders, il tema del Revenue Management è stato inserito come corso obbligatorio della specializzazione in Digital Technology and Data con possibilità di ottenere la Certificazione CHIA (Certification in Hotel Industry Analytics). Inoltre, l'approccio multiculturale e transdisciplinare è stato favorito attraverso una riprogettazione del corso di Creativity and Design of Tourism Policies prevedendo tre moduli rispettivamente centrati su un approccio di geografia, di antropologia e di marketing. L'area del digital marketing è stata ulteriormente rafforzata introducendo un nuovo modulo su Digital Communication in the Luxury Sector nel corso di E-tourism technology and digital marketing e proponendo un nuovo corso opzionale 'Digital for sustainability'. Infine, il tema dello sviluppo sostenibile è stato approfondito con l'introduzione del laboratory on Sustainable Destination, nell'ambito dell'insegnamento di Strategy Design for Sustainable Destinations, centro della collaborazione attuata con la università di Oulu (Finlandia) finalizzata all'accordo di doppio diploma. Questo accordo valorizza per contenuti e metodi scientifici i temi della sostenibilità ambientale nel turismo.

Il 28 marzo 2024 si è svolto l'incontro con gli stakeholder del CdL. Hanno partecipato il Direttore Generale Ente turismo Langhe Roero Monferrato, il Managing Director del Gruppo Feries Italia, l'Amministratore Delegato di Cisalpinatours, - Gruppo MSC, la Direttrice Marketing e Promozione di ENIT, la Presidente Federcongressi & Eventi, la Presidente di Confindustria alberghi.

Durante l'incontro si è discusso dei cambiamenti del settore turismo e delle opportunità di collaborazione tra università e impresa. È emerso che la sostenibilità e la digitalizzazione sono due trend importanti per il futuro e che entrambi pongono delle sfide in termini di nuovi profili professionali, ad es. sustainability manager o data analyst. Per far fronte ad entrambe le sfide sono anche richieste maggiormente le cosiddette "soft skills", quali ad esempio la capacità di gestire progetti complessi, la capacità di risolvere in modo creativo i problemi e le attività di mediazione tra attori del territorio ed esperti di marketing e turismo. Tra le opportunità di collaborazione sono emersi gli stage, le visite alle destinazioni turistiche, le attività di ricerca in partnership e la divulgazione scientifica agli operatori.

Per l'AA 2025/2026 sarà pianificato un incontro che si svolgerà in settembre in cui coinvolgere gli stakeholder del CdL.

Inoltre, il collegamento con il mondo del lavoro è stato messo in atto anche attraverso attività di ricerca in collaborazione con i rappresentanti delle imprese e delle associazioni professionali. Nello specifico si segnalano i seguenti studi:

2018-2019: 'Analisi delle nuove competenze e profili professionali del settore hospitality' realizzata per Ente Bilaterale Territoriale (EBT) di Milano e APAM. La ricerca ha incluso una survey su tutti gli hotel associati ad APAM (circa 150) e un focus group con i direttori di 7 strutture. I risultati sono stati discussi in IULM con aziende e istituzioni del settore il 27 maggio 2019.

2019-2020: 'Fabbisogno di nuove competenze e ruolo strategico della formazione nel turismo' realizzata in coordinamento con Confindustria Alberghi e Cassa Depositi e Prestiti su oltre 150 strutture alberghiere ed extra alberghiere in Italia. I risultati sono stati presentati ad un convegno presso Cassa Depositi e Prestiti a dicembre 2020. Le ricerche condivise con i docenti della Facoltà, hanno fornito indicazioni utili relativamente ai bisogni formativi futuri (ottima conoscenza delle lingue quali: inglese e di cinese e russo; analisi della reputazione online e gestione dei social media, revenue management). La ricerca ha evidenziato inoltre la necessità di figure chiave nel revenue management, digital marketing e accounting. Infine,

è stata sottolineata l'importanza delle attitudini personali e delle soft skills relazionali.

2021-2022: 'Analisi del profilo delle Destination Management Organization italiane'.

Il progetto di ricerca-intervento commissionato a IULM da ENIT (Ente Nazionale del Turismo) si è focalizzato sull'analisi delle principali DMO italiane con l'obiettivo di trasferire ad ENIT una mappatura del profilo strategico, organizzativo, gestionale e finanziario dei principali enti di gestione del turismo a livello regionale, di area e urbano. La ricerca, che si è conclusa a luglio 2022, ha permesso di ottenere utili indicazioni per la progettazione di contenuti didattici con particolare riferimento all'indirizzo in Sustainable Destination Management and Communication.

2024-2025: 'DMO transformation: dal marketing alla gestione dello sviluppo sostenibile'.

Il progetto di ricerca svolto in collaborazione con The Data Appeal Company e Destinaction, mira a studiare il grado di maturità delle DMO italiane in termini di sostenibilità. I risultati del progetto, che illustrano il percorso di sviluppo delle DMO italiane e integrano il progetto già svolto per ENIT, vengono presentati pubblicamente e discussi con gli stakeholder della filiera turistica e hospitality in data 28 maggio 2025.

Infine, oltre alle attività descritte in precedenza, vengono costantemente monitorati alcuni report sulla formazione forniti da enti di ricerca pubblici e privati. Tra i principali: Rapporto AlmaLaurea sull'occupazione dei laureati; l'annuale Rapporto sul Turismo Italiano; il Rapporto dell'Osservatorio sul mercato del lavoro nel turismo di Federalberghi, Fipe e 'Ente bilaterale nazionale del turismo; i rapporti della Commissione Europea, OCSE e di istituzioni internazionali.

Link: <http://>



QUADRO A2.a

Profilo professionale e sbocchi occupazionali e professionali previsti per i laureati

Direttore commerciale di aziende del turismo

funzione in un contesto di lavoro:

Deve conoscere le esigenze del consumatore e del mercato turistico e su questa base decide l'ingresso o l'eventuale ricollocamento di un prodotto/servizio o di una linea di prodotti/servizi. Definisce gli obiettivi di vendita e deve essere in grado di valutare vantaggi e criticità delle sue scelte per definire al meglio il potenziale di ciò che verrà commercializzato. Pianifica il costo dei prodotti/servizi, si occupa della pubblicità, dei mezzi di comunicazione e della promozione delle vendite. Deve possedere competenze riconducibili a 3 principali macro aree:

- i) competenze manageriali, contabili finanziarie, strategiche e di marketing;
- ii) competenze soft e linguistiche;
- iii) conoscenza del settore turistico

competenze associate alla funzione:

Deve conoscere le esigenze del consumatore e del mercato turistico e su questa base decide l'ingresso o l'eventuale ricollocamento di un prodotto/servizio o di una linea di prodotti/servizi. Definisce gli obiettivi di vendita e deve essere in grado di valutare vantaggi e criticità delle sue scelte per definire al meglio il potenziale di ciò che verrà commercializzato. Pianifica il costo dei prodotti/servizi, si occupa della pubblicità, dei mezzi di comunicazione e della promozione delle vendite. Deve possedere competenze riconducibili a 3 principali macro aree:

- i) competenze manageriali, contabili finanziarie, strategiche e di marketing;
- ii) competenze soft e linguistiche;
- iii) conoscenza del settore turistico

sbocchi occupazionali:

Aziende pubbliche e private di prodotti e servizi alberghieri o turistici; istituzioni pubbliche del settore turismo; agenzie di comunicazione e relazioni pubbliche specializzate su prodotti/servizi turistici.

Revenue e channel manager

funzione in un contesto di lavoro:

Il revenue manager ha l'obiettivo di ottimizzare i ricavi aziendali. A tal proposito utilizza e incrocia tecniche di pricing, tecniche di gestione e contrattazione con i canali off line e on line, analisi dei competitors, monitoraggio, analisi e definizione di azioni strategiche per gestire la brand reputation. Il revenue manager solitamente affianca il direttore commerciale e marketing nella definizione del piano strategico, operativo e nella stesura del budget dei ricavi.

competenze associate alla funzione:

Deve possedere competenze di gestione dei canali distributivi online e offline e monitorarne la produzione, capacità di analisi della redditività, capacità di analisi dei trend di mercato e di settore. Deve avere competenze statistiche e forti competenze relazionali: team leading e orientamento al risultato.

sbocchi occupazionali:

Aziende del settore trasporti; aziende del settore alberghiero e della ricettività; aziende del settore entertainment (musei, cinema, teatri); aziende del settore ristorativo.

General manager di strutture ricettive

funzione in un contesto di lavoro:

Il general manager è responsabile del funzionamento di tutti i processi di una struttura turistica, sia hotel, residence oppure resort. Se non altrimenti definite a livello centrale come nel caso delle catene alberghiere, questa figura pianifica e coordina le attività d'impresa quali il marketing, amministrazione, gestione del personale e dei sistemi informativi e il corretto funzionamento dei processi relativi alle camere, ristorazione, accoglienza e soddisfazione del cliente. Pianifica l'organigramma, la divisione in funzioni aziendali e il monitoraggio della loro efficienza e del budget; il general manager sceglie ed imposta le strategie operative e coordina tutte le attività necessarie a creare profitto per l'azienda.

competenze associate alla funzione:

Deve possedere solide competenze di gestione economico, contabile e organizzativo dei processi aziendali alberghieri, competenze costantemente aggiornate sulle normative di settore, competenze comunicative e linguistiche e infine forti competenze soft (leadership). Gli studenti che completano il corso di laurea possono inserirsi subito in questa posizione in strutture di piccole dimensioni o occupare il ruolo di assistente al general manager di strutture di grandi dimensioni.

sbocchi occupazionali:

Imprese del settore ricettivo alberghiero; imprese del settore ricettivo extra alberghiero.

Marketing manager di aziende del turismo

funzione in un contesto di lavoro:

Il marketing manager è la figura che imposta la politica di marketing e coordina le attività di tutti coloro che operano in quest'area.

competenze associate alla funzione:

Deve possedere competenze di analisi di mercato, della pubblicità, delle varie tecniche per ottimizzare la vendita del prodotto, e delle varie soluzioni di prezzo. Deve essere in grado di confrontarsi con il product e il brand manager per gestire al meglio il lavoro di squadra. Il marketing manager deve coordinare il gruppo e i mezzi in vista di un risultato, acquisire i clienti, negoziare con i fornitori, occuparsi della stipula dei contratti e conoscere e analizzare in modo

approfondito il proprio servizio/prodotto turistico in rapporto all'analisi dei trend di mercato. Per questa ragione, oltre a competenze di marketing, deve avere competenze nella gestione delle persone e nel controllo dei costi e degli investimenti. Deve essere in grado di valutare i risultati conseguiti e di valutare la necessità di eventuali azioni correttive.

sbocchi occupazionali:

Imprese pubbliche e private di prodotti e servizi turistici, alberghieri o legate alla gestione del territorio; istituzioni pubbliche del settore turistico.

Digital marketing manager

funzione in un contesto di lavoro:

Il mercato online è diventato una realtà non trascurabile per tutte le aziende, si tende quindi sempre più a cercare professionisti specializzati in questo ambito che ha delle logiche proprie e richiede quindi strategie proprie. In generale il digital marketing manager svolge le seguenti attività: definisce un budget per la comunicazione online; pianifica e coordina le strategie di comunicazione online; migliora la performance del sito aziendale per attirare maggiore traffico di utenti verso il proprio sito aziendale; pianifica e sviluppa le campagne di marketing digitale (SEO e PPC); controlla i tassi di conversione delle campagne; definisce e gestisce la strategia social media; definisce le strategie di CRM online; controlla periodicamente i trend relativi alle ricerche online per il suo settore di competenza; monitora e verifica l'applicabilità delle nuove tecnologie online per migliorare la competitività dell'azienda.

competenze associate alla funzione:

Ha solide competenze di marketing; web marketing, CRM e comunicazione digitale; conoscenza avanzate in ambito SEO e PPC.

sbocchi occupazionali:

Aziende pubbliche e private di gestione di prodotti e servizi turistici, alberghieri o legate alla gestione del territorio; istituzioni pubbliche e private con responsabilità di sviluppo e gestione del territorio.

Event manager

funzione in un contesto di lavoro:

L'Event manager è responsabile della pianificazione, gestione e realizzazione di eventi pubblici o privati organizzati per il cliente esterno o interno. Il responsabile degli eventi gestisce il personale addetto all'organizzazione operativa, pianifica e monitora il budget del progetto, gestisce le attività di marketing e di comunicazione ad esso collegate - o si coordina con i reparti preposti a tali attività. Il manager degli eventi è altresì responsabile della relazione con il cliente: dalla formulazione e analisi dei suoi bisogni/esigenze, procedendo con la stesura di un'offerta fino alla negoziazione delle condizioni e valutazione del feedback del cliente al termine del progetto.

competenze associate alla funzione:

Ha competenze amministrative, gestionali e di budgeting; competenze logistiche; competenze di customer service management; competenze soft: problem solving skills, negotiation skills; competenze linguistiche; competenze di offline e online marketing.

sbocchi occupazionali:

Aziende pubbliche e private di prodotti e servizi; PCO Professional Congress Organizers; DMC Destination Management Companies; catene alberghiere; agenzie di comunicazione; istituzioni pubbliche del settore turistico.

Manager dello sviluppo turistico

funzione in un contesto di lavoro:

Si occupa dello sviluppo territoriale in campi diversi: dalla pianificazione territoriale, strategica e di marketing territoriale, alla programmazione turistica locale, dalla valutazione delle politiche di valorizzazione turistica territoriale,

alla promozione delle specificità culturali turistiche locali. È un professionista che lavora con più committenti (enti pubblici e/o soggetti privati) capace di fronteggiare le criticità del contesto economico, culturale e sociale tenendo conto della varietà degli strumenti, delle norme e degli interessi specifici da mediare per innescare percorsi innovativi di sviluppo territoriale per il turismo.

competenze associate alla funzione:

Conoscenza dei processi di gestione sostenibile del territorio; conoscenza delle politiche pubbliche in ambito turistico; conoscenza del mercato turistico; conoscenza della normativa in ambito turistico; conoscenza del territorio; capacità di animare i contesti locali mettendo in rete soggetti privati e soggetti istituzionali ai fini della promozione di azioni collettive; competenze nell'elaborazione, gestione e valutazione dei progetti; competenze soft: capacità relazionali, organizzative e comunicative

sbocchi occupazionali:

Istituzioni periferiche (Regioni, Province, Comuni, Città metropolitane); istituzioni intermedie (Camere di Commercio, Sindacati, Agenzie di sviluppo locale, Consorzi d'impresa); associazioni della società civile (culturali, ambientali, sociali); società private di servizi specializzate nell'assistenza tecnica, nel monitoraggio e nella valutazione delle politiche turistiche; imprese che favoriscono l'innovazione e la crescita dei territori e del turismo; agenzie di promozione di progetti territoriali e turistici; enti provinciali del turismo; aziende di promozione turistica; uffici di informazione e accoglienza turistica

Data analyst per il turismo

funzione in un contesto di lavoro:

Il Data Analyst per il turismo si occupa di raccogliere, analizzare e interpretare dati da diverse fonti - software gestionali, social media e web analytics, database aziendali e di istituzioni terze, transazioni finanziarie ecc. - al fine di trarne informazioni utili a supportare uno sviluppo strategico e un'innovazione di business che sia data-driven. Il Data Analyst opera a supporto e in collaborazione con le altre funzioni aziendali e in particolare con il marketing, con il reparto sales e con il product development.

competenze associate alla funzione:

Il data analyst deve possedere solide competenze in ambito statistico, di data interpretation data visualization e degli strumenti collegati. Deve essere inoltre in grado di contestualizzare l'esito del suo lavoro nei più ampi scenari di sviluppo e di cambiamento dell'industria del turismo e tradurlo, attraverso reportistica, ad uso delle altre funzioni aziendali.

sbocchi occupazionali:

Imprese del settore ricettivo alberghiero; imprese pubbliche e private di prodotti e servizi turistici e in particolare Destination Management Organization (DMO); Online Travel Agencies (OTA) e piattaforme online di distribuzione di servizi turistici.



QUADRO A2.b

Il corso prepara alla professione di (codifiche ISTAT)

1. Specialisti in risorse umane - (2.5.1.3.1)
2. Specialisti nella commercializzazione di beni e servizi (escluso il settore ICT) - (2.5.1.5.2)
3. Specialisti delle relazioni pubbliche, dell'immagine e professioni assimilate - (2.5.1.6.0)
4. Specialisti dell'organizzazione del lavoro - (2.5.1.3.2)
5. Specialisti della gestione e del controllo nelle imprese private - (2.5.1.2.0)

6. Specialisti nell'acquisizione di beni e servizi - (2.5.1.5.1)

7. Analisti di mercato - (2.5.1.5.4)



QUADRO A3.a

Conoscenze richieste per l'accesso

01/04/2021

Per tutti gli studenti, l'accesso è condizionato al possesso dei requisiti curriculari, ovvero del diploma di laurea triennale (o di titolo straniero equivalente) in una delle seguenti Classi (o equipollenti):

L-1 Beni culturali

L-5 Filosofia

L-6 Geografia

L-8 Ingegneria dell'informazione

L-10 Lettere

L-11 Lingue e culture moderne

L-12 Mediazione linguistica

L-15 Scienze del turismo

L-16 Scienze dell'amministrazione e dell'organizzazione

L-18 Scienze dell'economia e della gestione aziendale

L-19 Scienze dell'educazione e della formazione

L-20 Scienze della comunicazione

L-21 Scienze della pianificazione territoriale, urbanistica, paesaggistica e ambientale

L-31 Scienze e tecnologie informatiche

L-33 Scienze economiche

L-37 Scienze sociali per la cooperazione, lo sviluppo e la pace

L-41 Statistica

L-42 Storia

In alternativa, per gli studenti in possesso di un diverso titolo di laurea, il regolamento annuale di ammissione potrà indicare la necessità di avere maturato un adeguato numero di CFU in determinati settori scientifico disciplinari.

Per tutti gli studenti in possesso dei requisiti curriculari è prevista la verifica individuale della preparazione personale, compresa la competenza linguistica, con modalità definite nel regolamento annuale di ammissione. Tale verifica sarà effettuata in lingua inglese.

Per l'accesso è richiesta altresì la conoscenza della lingua inglese almeno a livello B2, che sarà accertata nell'ambito della verifica della personale preparazione con modalità definite nel regolamento annuale di ammissione.

Per i candidati non madrelingua italiana, è richiesta infine la verifica del livello di conoscenza della lingua italiana; per coloro i quali il livello accertato risulterà inferiore al livello B2 sarà previsto nel piano degli studi l'inserimento dello studio della lingua italiana fino all'acquisizione delle competenze necessarie ad un suo uso efficace.

11/06/2025

Il Corso di Laurea Magistrale in Hospitality and Tourism Management è a numero programmato: i posti disponibili per l'immatricolazione per l'a.a. 2025/26 sono 100.

Per essere ammessi, oltre al superamento del test di ammissione, è necessario il possesso di un livello di conoscenza della lingua inglese pari ad almeno B2 (standard CEFR).

I candidati non madrelingua italiana e/o cittadini non italiani sono tenuti a dichiarare il livello di conoscenza della lingua italiana all'atto dell'iscrizione al test di ammissione e a conseguire, entro il termine del percorso di studi, la richiesta idoneità attestante la padronanza scritta e orale anche della lingua italiana.

I requisiti di accesso e le modalità di ammissione sono spiegati nel dettaglio all'interno del documento pubblicato sul sito web al seguente link.

Link: https://www.iulm.it/wps/wcm/connect/iulm/0c646939-be23-4f07-bb2c-4e10b5305d3d/Modalit%C3%A0+ammissione+LM+HTM+2025_2026.pdf?MOD=AJPERES (Modalità di ammissione a.a. 2025/2026)



10/12/2020

Il corso di laurea è disegnato in funzione dei seguenti obiettivi didattici:

- a) trasferire, a studenti con diversi background scolastici e culturali, conoscenze e competenze coerenti con le attese delle aziende e delle istituzioni dei settori del turismo e dell'hospitality e utili a stimolare processi di innovazione e sviluppo sostenibile;
- b) stimolare un apprendimento critico, attivo e orientato all'applicazione dei modelli e degli strumenti proposti in aula a contesti aziendali e territoriali reali per l'affronto di specifici problemi gestionali;
- c) proporre una visione multiculturale e multidisciplinare del sistema del turismo e delle sue tendenze evolutive e una comprensione delle interconnessioni tra il comparto turistico e alcune filiere produttive collegate (agroalimentare, fashion & design, lusso, arte e beni culturali);
- d) favorire una forte specializzazione dei partecipanti, coerente con le attese del mercato del lavoro, attraverso una personalizzazione del piano didattico nel secondo anno.

Attraverso questi obiettivi si intende favorire un efficace inserimento dei diplomati nei principali ruoli manageriali, o come imprenditori, in aziende e istituzioni dei diversi settori del turismo e contribuire attivamente allo sviluppo sostenibile e all'innovazione del comparto.

Coerentemente con gli obiettivi delineati la struttura del corso di laurea prevede:

- un primo anno, in lingua inglese, presso l'Università IULM di Milano per acquisire una solida base di conoscenze e competenze su cui fondare il successivo percorso di specializzazione.
- un secondo anno in cui gli studenti scelgono tra percorsi di specializzazione alternativi, presso l'Università IULM o all'estero, nelle aree di competenza più richieste dalle imprese e dalle istituzioni del settore.

Nel primo anno di corso, il percorso formativo si sviluppa lungo le seguenti aree: la gestione delle organizzazioni dei settori dell'ospitalità e del turismo, il marketing dei servizi turistici, l'impatto delle tecnologie digitali sui principali processi aziendali delle aziende del turismo, l'analisi dei dati per le ricerche di mercato e le decisioni aziendali, la gestione delle risorse umane nelle organizzazioni dei servizi e del turismo, l'analisi delle performance economico-finanziarie nelle aziende del turismo, la valorizzazione del patrimonio culturale in chiave turistica e i principi di sviluppo sostenibile applicati alle imprese

dell'ospitalità e ai territori.

Il secondo anno di corso, anch'esso completamente in lingua inglese, può essere svolto in Italia, presso l'Università IULM, o all'estero.

Il percorso didattico del secondo anno permette agli studenti di scegliere tra diversi indirizzi di specializzazione, tutti in lingua inglese, negli ambiti a più forte innovazione e sviluppo del comparto turistico. In particolare:

Gli studenti che frequentano il secondo anno in IULM acquisiscono conoscenze e competenze avanzate nelle aree dell'analisi dei dati per la gestione delle aziende e delle destinazioni turistiche, delle nuove tecnologie per il turismo, dell'innovazione dei modelli di business del turismo e della comunicazione in contesti multiculturali. Su questo tronco comune si innestano specifici percorsi di specializzazione.

Nell'ambito di ogni indirizzo di specializzazione gli studenti possono:

- personalizzare il percorso formativo attraverso la scelta (i) degli esami opzionali, (ii) dell'area di tirocinio, in Italia e all'estero e (iii) dell'argomento di tesi.
- frequentare un periodo di studio presso una delle università straniere partner di IULM nell'ambito del programma di mobilità internazionale progettato per il Corso di laurea.

Il programma di mobilità include una proposta di corsi in una rete di università eccellenti all'estero sui temi del turismo ed è costruito per permettere agli studenti di specializzarsi in diversi ambiti tematici in funzione delle aree di competenza e dell'offerta formativa delle università partner.

Gli studenti che scelgono l'indirizzo di specializzazione in Hospitality and Tourism Management, svolto in partnership con la University of Central Florida di Orlando (Stati Uniti), frequentano tutto il secondo anno presso il Rosen College of Hospitality Management della University of Central Florida e conseguono oltre alla Laurea magistrale in Hospitality and Tourism Management IULM, il diploma di M.Sc. in Hospitality and Tourism Management della University of Central Florida. Dopo la graduation presso la University of Central Florida gli studenti possono ottenere un ulteriore visto di lavoro di un anno negli Stati Uniti in ambiti professionali coerenti con il percorso formativo.

Gli obiettivi del Corso sono perseguiti attraverso:

a. il ricorso a un mix didattico articolato che include:

- i. formazione a distanza, prima dell'inizio dei corsi del primo anno, per trasferire conoscenze di base propedeutiche agli studenti senza alcun background di management e di turismo;
- ii. lezioni in aula con una formula didattica attiva basata su discussioni di casi, simulazioni, testimonianze relative ai casi discussi, esercitazioni;
- iii. progetti didattici su temi rilevanti per le imprese e in collaborazione con aziende e istituzioni del settore;
- iv. training on the job attraverso laboratori didattici in azienda o tenuti da professionisti e manager del settore come parte integrante degli insegnamenti ufficiali.

b. il trasferimento continuo nella didattica dei risultati di attività di ricerca sviluppate da IULM in partnership con altri centri di ricerca eccellenti sui temi del turismo su contenuti rilevanti per l'innovazione e il progresso delle aziende e dei sistemi turistici territoriali;

c. il dialogo permanente con una rete di imprese e istituzioni partner volto a individuare le aree di innovazione e di conoscenza più rilevanti per le imprese dei diversi settori del turismo e i territori e a sviluppare contenuti didattici coerenti con i nuovi trend di cambiamento del settore e i nuovi fabbisogni di competenze gestionali.



<p>Conoscenza e capacità di comprensione</p>	<p>Il corso di studi è costruito in modo che gli studenti acquisiscano conoscenze e competenze specifiche relativamente alla gestione delle aziende e delle istituzioni del comparto turistico con particolare riferimento ai settori dell'ospitalità e della gestione delle destinazioni.</p> <p>In particolare il corso permette agli studenti di acquisire una conoscenza avanzata e una capacità di: applicare modelli e strumenti di analisi e gestione delle strutture organizzative e dei sistemi operativi delle aziende del turismo anche in contesti dinamici e complessi; analizzare criticamente, anche grazie alle conoscenze in data analysis, la struttura e le dinamiche evolutive dei mercati del turismo e le strategie di marketing e di posizionamento delle imprese. Tutto questo con riferimento al comparto del turismo ma anche ad alcune filiere collegate come quelle dei settori culturali e creativi e del made in Italy (agroalimentare, lusso, arte e spettacolo).</p> <p>Particolare attenzione è dedicata alla conoscenza dell'impatto di specifiche scelte di gestione strategica sulle performance competitive ed economico - finanziarie delle aziende e alle condizioni per l'avvio di nuovi business nei settori del turismo. Infine sarà approfondita la conoscenza e la capacità di impiego dei più avanzati modelli e strumenti di market intelligence e di destination management e destination marketing con una attenzione alla capacità di valutare il potenziale di valorizzazione del patrimonio storico-artistico e culturale a fini turistici.</p> <p>La particolare struttura del corso di laurea permette agli studenti di acquisire solide competenze linguistiche e multi-culturali.</p> <p>Gli studenti acquisiscono le conoscenze e competenze sopra descritte attraverso un processo didattico attivo che alterna lezioni frontali di tipo tradizionale con numerose sessioni basate su discussioni di casi, simulazioni, esercitazioni, progetti sul campo anche in collaborazione con imprese e istituzioni del settore, partecipazione a workshop, partecipazione a laboratori didattici, giornate di formazione presso le aziende partner del corso di laurea.</p> <p>Queste sessioni hanno lo scopo di favorire un apprendimento critico e una capacità di applicare gli strumenti e i concetti appresi durante le lezioni a specifici contesti aziendali e di settore.</p> <p>L'acquisizione delle competenze e conoscenze descritte da parte degli studenti viene verificata i) in itinere attraverso compiti ed esercitazioni proposte dai docenti dei diversi corsi durante lo svolgimento del percorso didattico e ii) al termine di ogni corso attraverso l'esame finale. Le verifiche in itinere possono assumere la forma di lavori individuali o di gruppo e sono spesso oggetto di presentazione e discussione in aula, anche in presenza di professionisti del settore in qualità di discussant.</p> <p>La prova finale, che può avere forma scritta e/o orale, è finalizzata a verificare l'acquisizione di tutte le conoscenze stabilite negli obiettivi didattici del corso e lo sviluppo di una capacità critica nell'applicazione dei modelli e degli strumenti appresi a problemi concreti.</p>	
<p>Capacità di applicare</p>	<p>Attraverso un metodo didattico estremamente attivo (basato su un forte ricorso a</p>	

conoscenza e comprensione

simulazioni, discussioni di casi aziendali, laboratori didattici, giornate di formazione in azienda, simulazioni di situazioni aziendali reali e così via) gli studenti potranno acquisire una solida capacità di applicare criticamente le conoscenze acquisite a concrete situazioni gestionali e specifici contesti di settore.

In particolare gli studenti saranno in grado di applicare: strumenti per l'analisi di mercato e la formulazione di strategie di marketing; strumenti di analisi dell'impatto delle decisioni di gestione sui risultati economici e competitivi; valutazioni data-driven di convenienza economica per l'avvio di nuovi business sia nell'ambito di imprese esistenti che di nuove attività imprenditoriali nei settori del turismo e dell'hospitality.

Gli studenti potranno altresì acquisire le capacità necessarie allo sviluppo di processi di innovazione sui territori finalizzati: alla progettazione di nuovi prodotti e servizi turistici in una logica di sostenibilità, al riprogettazione dell'offerta in seguito a eventi di crisi, alla costruzione di reti impresa finalizzate sia alla gestione di specifici prodotti territoriali e sia alla valorizzazione del patrimonio culturale.

La capacità di applicare criticamente le conoscenze e gli strumenti acquisiti nel percorso didattico viene verificata i) in itinere attraverso compiti ed esercitazioni proposte dai docenti dei diversi corsi durante lo svolgimento del percorso didattico e ii) al termine di ogni corso attraverso l'esame finale. Le verifiche in itinere possono assumere la forma di lavori individuali o di gruppo e sono spesso oggetto di presentazione e discussione in aula, anche in presenza di professionisti del settore in qualità di discussant. La prova finale, che può avere forma scritta e/o orale, è finalizzata anche a verificare lo sviluppo di una capacità critica nell'applicazione dei modelli e degli strumenti appresi a problemi concreti.

**▶ QUADRO
A4.b.2****Conoscenza e comprensione, e Capacità di applicare conoscenza e comprensione: Dettaglio****Area delle discipline territoriali, sociali e antropologiche****Conoscenza e comprensione**

Conoscenza del processo di territorializzazione e della costituzione delle principali configurazioni della territorialità (luogo, paesaggio, ambiente). Conoscenza delle forme di cooperazione per l'innovazione territoriale. Conoscenza dei processi di governance territoriale e del loro funzionamento. Conoscenza della pluralità delle forme spaziali, culturali e organizzative del turismo quale opzione per lo sviluppo locale sostenibile. Comprensione delle pratiche di governance territoriale e dei relativi ambiti di innovazione. Comprensione delle dinamiche che regolano il comportamento degli attori territoriali. Comprensione delle dinamiche dello sviluppo locale. Comprensione dei modelli di rappresentazione del territorio alle diverse scale geografiche.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Capacità di applicazione delle conoscenze in modo autonomo, originale e critico a partire dalla comprensione delle configurazioni della territorialità e dei dispositivi sociali che ne regolano la formazione e l'evoluzione. Capacità di individuare fattori di attrazione turistica, attori locali, livelli di accessibilità, flussi, investimenti. Capacità di sviluppare processi di innovazione partecipativa in funzione dei territori. Capacità di evidenziare forme innovanti e sostenibili di sviluppo turistico alle diverse scale. Capacità di produrre idee innovanti e progettarne la loro attuazione. Capacità di

progettare forme di partenariato tra attori territoriali. Capacità di progettare e gestire processi turistici complessi e innovativi in contesti geografici sviluppati ed emergenti. La capacità di applicare le conoscenze acquisite viene stimolata da un uso estensivo di esercitazioni, lavori di gruppo e individuali, simulazioni, che si affiancano alle attività di docenza negli insegnamenti previsti con riferimento a questa area disciplinare, in particolare relativi ai SSD M-GGR/01 e M/DEA-01. Attraverso le attività nei lavori di gruppo e nei laboratori gli studenti vengono stimolati a lavorare in situazioni complesse, a prendere decisioni all'interno di gruppi di lavoro, competenze giudicate indispensabili per le figure professionali indicate. La valutazione dell'apprendimento avviene sia attraverso i lavori che vengono svolti dagli studenti all'interno del singolo insegnamento che attraverso le verifiche formali, individuali, al termine del singolo insegnamento.

Le conoscenze e capacità sono conseguite e verificate nelle seguenti attività formative:

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

ECO SOCIAL ECONOMICS AND POLICY DESIGN (*modulo di POLICY DESIGN FOR SUSTAINABLE TOURISM*) [url](#)
GEOGRAPHY FOR SUSTAINABLE TOURISM DEVELOPMENT [url](#)

Area delle discipline artistiche

Conoscenza e comprensione

Conoscenza di specifiche metodologie di analisi e interpretazione nell'ambito della valorizzazione dei beni storico-artistici e culturali materiali e immateriali. Conoscenza degli strumenti critici e metodologici di analisi dei fenomeni artistici e delle sue interrelazioni storico-sociali e culturali con i territori. Conoscenza approfondita delle diverse forme artistiche e creative al fine di progettare eventi culturali, interventi artistici ed esperienze culturali innovanti e di interesse turistico a livello di singola destinazione o su più ampie scale territoriali.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Capacità di applicare in maniera autonoma, originale e critica le conoscenze acquisite per l'elaborazione di modelli di rappresentazione e promozione turistica a partire dal dato storico (patrimoni storico-culturali di tipo materiale e immateriale) e da quello artistico (arti visive e dello spettacolo) al fine di contribuire alla comprensione delle potenzialità turistiche e alla predisposizione di prodotti ed eventi turistico-culturali e creativi. La capacità di applicare le conoscenze acquisite viene stimolata da un uso estensivo di esercitazioni, lavori di gruppo e individuali, simulazioni, che si affiancano alle attività di docenza tradizionali negli insegnamenti previsti con riferimento a questa area disciplinare, in particolare relativi al SSD L-ART/06. Attraverso le attività nei lavori di gruppo e nei laboratori gli studenti vengono stimolati a lavorare in situazioni complesse, a prendere decisioni all'interno di gruppi di lavoro, competenze giudicate indispensabili per figure professionali indicate. La valutazione dell'apprendimento avviene sia attraverso i lavori che vengono svolti dagli studenti all'interno del singolo insegnamento che attraverso le verifiche formali, individuali, al termine del singolo insegnamento.

Le conoscenze e capacità sono conseguite e verificate nelle seguenti attività formative:

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

CULTURAL HERITAGE, ARTS AND TOURISM [url](#)

Area Organizational behaviour

Conoscenza e comprensione

Conoscenza e comprensione dell'impatto di diverse strutture organizzative e meccanismi operativi sui processi di gestione delle aziende di servizi e delle aziende dei comparti del turismo in particolare. Conoscenza dei temi relativi alla leadership, al team building, all'empowerment, alla motivazione, all'assunzione di decisioni in contesti dinamici e complessi.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

La capacità di applicare le conoscenze acquisite viene stimolata da un uso estensivo di esercitazioni, role playing game, lavori di gruppo e individuali, che si affiancano alle attività di docenza tradizionali negli insegnamenti previsti con riferimento a questa area disciplinare, in particolare relativi al SSD SECS-P/10. Gli studenti saranno in grado di realizzare un'efficace analisi organizzativa lavorando in gruppo e/o guidando piccoli gruppi, prendendo decisioni in situazioni complesse. Acquisiranno capacità di progettazione e gestione di strutture, processi, e ruoli coerenti con la strategia di business. Svilupperanno infine capacità di implementazione di tecniche di gestione delle RU (selezione, valutazione, formazione). Queste competenze sono infatti giudicate indispensabili per le figure professionali che il corso di laurea intende formare. La valutazione dell'apprendimento avviene sia attraverso i lavori che vengono svolti dagli studenti all'interno del singolo insegnamento che attraverso le verifiche formali, individuali, al termine del singolo insegnamento.

Le conoscenze e capacità sono conseguite e verificate nelle seguenti attività formative:

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

DIGITAL MARKETING AND TECHNOLOGY IN TOURISM [url](#)

DIGITAL MARKETING AND TECHNOLOGY IN TOURISM [url](#)

HUMAN RESOURCE MANAGEMENT IN TOURISM [url](#)

Area strategia, management e marketing

Conoscenza e comprensione

Conoscenza e comprensione approfondita e critica della struttura, delle dinamiche evolutive e dell'attrattività dei mercati e dei settori, delle strategie e delle politiche di marketing e aziendali, delle scelte di posizionamento delle imprese con particolare riferimento al comparto del turismo e ad alcune filiere collegate (agroalimentare, lusso, arte e spettacolo). Particolare attenzione sarà dedicata alla conoscenza dell'impatto di specifiche scelte di gestione strategica sulle performance competitive ed economico finanziarie delle aziende e delle condizioni per l'avvio di nuovi business nei settori del turismo.

Conoscenza e comprensione approfondita e critica della struttura, delle dinamiche evolutive e dell'attrattività dei mercati, delle strategie e delle politiche di marketing territoriale, delle scelte di posizionamento dei territori nell'ambito della progettazione di servizi e prodotti turistici.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

La capacità di applicare le conoscenze acquisite viene stimolata attraverso: visite in azienda per sperimentare in azione l'applicazione di strumenti gestionali e i criteri discussi in aula; laboratori didattici guidati da manager delle aziende partner o esperti di settore; lavori di gruppo su temi rilevanti proposti dalle aziende partner sotto la guida dei docenti del corso; cicli di seminari con imprenditori, manager e esperti di settore su temi collegati ai corsi.

Le esercitazioni, simulazioni, lavori di gruppo e individuali si affiancano alle attività di docenza tradizionali negli insegnamenti previsti con riferimento a questa area disciplinare, in particolare relativi ai SSD SECS-P/07, SECS-P/08, SECS-P/09. Gli studenti acquisiscono capacità di produrre analisi e gestione del bilancio e di creazione di rendicontazioni finanziarie, capacità di individuare metodologie di analisi delle performance nel settore del turismo

utilizzate nell'hotel industry, capacità di evidenziare strategie competitive di successo e sviluppare studi di fattibilità nel settore turistico. Queste competenze sono infatti giudicate indispensabili per le figure professionali che il corso di laurea intende formare. La valutazione dell'apprendimento avviene sia attraverso i lavori che vengono svolti dagli studenti all'interno del singolo insegnamento che attraverso le verifiche formali, individuali, al termine del singolo insegnamento.

Le conoscenze e capacità sono conseguite e verificate nelle seguenti attività formative:

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

ACCOUNTING AND FINANCIAL MANAGEMENT IN TOURISM [url](#)

ECO SOCIAL ECONOMICS AND POLICY DESIGN (*modulo di POLICY DESIGN FOR SUSTAINABLE TOURISM*) [url](#)

FEASIBILITY STUDIES FOR THE HOSPITALITY/TOURISM ENTERPRISES [url](#)

HOSPITALITY AND SERVICE MANAGEMENT [url](#)

HOSPITALITY AND TOURISM STRATEGIC ISSUES [url](#)

INTRODUCTION TO DIGITAL MARKETING FOR TOURISM (*modulo di TOURISM MARKETING*) [url](#)

STRATEGIC MARKETING FOR TOURISM (*modulo di TOURISM MARKETING*) [url](#)

STRATEGY DESIGN FOR SUSTAINABLE DESTINATIONS [url](#)

Area ricerca e analisi dei dati

Conoscenza e comprensione

Conoscenza e comprensione approfondita e critica dei metodi di raccolta e analisi qualitativa e quantitativa dei dati relativi a fenomeni organizzativi interni alle aziende e a fenomeni generali relativi al contesto economico, sociale, competitivo di riferimento delle imprese del turismo. Una particolare attenzione è dedicata alla raccolta e all'analisi dei dati finalizzati alla valutazione delle performance delle destinazioni turistiche anche attraverso la costruzione di sistemi di indicatori per la misurazione di competitività e reputazione dei territori e per la formulazione di strategie di sviluppo turistico locale. Un'altra area di approfondimento è rappresentata dalle tecniche di raccolta e analisi dei dati tipiche del revenue management finalizzate all'ottimizzazione dei ricavi e alla formulazione di strategie di prezzo. Infine si approfondisce il tema dell'impiego dei big data per la formulazione di strategie di marketing e di sviluppo delle offerte nei settori del turismo.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

La capacità di applicare le conoscenze acquisite viene stimolata da un uso estensivo di esercitazioni, simulazioni, lavori di gruppo e individuali, che si affiancano alle attività di docenza tradizionali negli insegnamenti previsti con riferimento a questa area disciplinare, in particolare relativi ai SSD SECS-P/08, SECS-P/09 e SECS-S/03. Attraverso le attività nei lavori di gruppo e nei laboratori, gli studenti sviluppano la capacità di gestione, analisi, elaborazione e presentazione di dati utilizzando una varietà di tecniche applicate insieme alla capacità di scelta e costruzione di indici ed indicatori. Acquisiscono inoltre la capacità di interpretare e comunicare i risultati delle analisi dei dati per poter formulare ricerche e strategie nei settori del turismo e del turismo digitale. Queste competenze sono infatti giudicate indispensabili per le figure professionali che il corso di laurea intende formare. La valutazione dell'apprendimento avviene sia attraverso i lavori che vengono svolti dagli studenti all'interno del singolo insegnamento che attraverso le verifiche formali, individuali, al termine del singolo insegnamento.

Le conoscenze e capacità sono conseguite e verificate nelle seguenti attività formative:

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

DATA ANALYSIS IN HOSPITALITY AND TOURISM RESEARCH [url](#)

INTRODUCTION TO TOURISM DATA ANALYSIS (*modulo di TOURISM MARKETING*) [url](#)

QUANTITATIVE METHODS AND BIG DATA IN TOURISM (*modulo di DIGITAL MARKETING AND TECHNOLOGY IN TOURISM*) [url](#)

QUANTITATIVE METHODS AND BIG DATA IN TOURISM (*modulo di DIGITAL MARKETING AND TECHNOLOGY IN TOURISM*) [url](#)

Area lingue e interculturalità

Conoscenza e comprensione

Conoscenza e comprensione della lingua inglese e di modelli e strumenti di dialogo e management interculturale con particolare riferimento ai settori dei servizi e del turismo.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

La capacità di applicare le conoscenze acquisite viene stimolata da un uso estensivo di esercitazioni, simulazioni, lavori di gruppo e individuali, che si affiancano alle attività di docenza tradizionali negli insegnamenti previsti con riferimento a questa area disciplinare, in particolare relativi ai SSD di ambito linguistico (L-LIN12). Attraverso le attività nei lavori di gruppo, gli studenti acquisiscono strumenti linguistici per gestire situazioni critiche e risolvere problemi che potrebbero incontrare nel rapporto con i clienti per pianificare e gestire la diversità culturale nelle dinamiche aziendali. Queste competenze sono infatti giudicate indispensabili per le figure professionali che il corso di laurea intende formare. La valutazione dell'apprendimento avviene sia attraverso i lavori che vengono svolti dagli studenti all'interno del singolo insegnamento che attraverso le verifiche formali, individuali, al termine del singolo insegnamento.

Le conoscenze e capacità sono conseguite e verificate nelle seguenti attività formative:

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

BUSINESS COMMUNICATION IN TOURISM [url](#)

COMMUNICATION SKILLS [url](#)

INTERCULTURAL COMMUNICATION [url](#)

INTERCULTURAL COMMUNICATION [url](#)



QUADRO A4.c

Autonomia di giudizio
Abilità comunicative
Capacità di apprendimento

Autonomia di giudizio

Attraverso il percorso didattico, gli studenti sono guidati a sviluppare una capacità di applicazione critica degli strumenti concettuali e pratici proposti dai docenti a concrete situazioni aziendali e a specifiche scelte gestionali relative alle aree del marketing, della gestione delle risorse umane, della strategia e della finanza. L'autonomia di giudizio viene esercitata sia individualmente che in momenti di confronto collettivi tra pari, con i docenti e con manager e professionisti del settore attivamente coinvolti nelle attività didattiche. Tali momenti contribuiscono allo sviluppo delle soft skill degli studenti.

La maggior parte degli insegnamenti in cui si articola il corso di laurea magistrale in Hospitality and Tourism Management si caratterizza infatti per una didattica

attiva e partecipativa degli studenti. Questo avviene tanto nei laboratori abbinati ai corsi vincolati, che per loro natura hanno essenzialmente carattere applicativo, quanto negli insegnamenti tradizionali. I docenti sono infatti impegnati a fare percepire l'elevata complessità della realtà di riferimento ed abituare gli studenti alla necessità di formulare valutazioni in condizioni di incertezza, mettendo anche in risalto le implicazioni etiche e sociali delle attività gestionali. Per questa ragione gli studenti, in maniera individuale o di gruppo, sono chiamati a svolgere esercitazioni, simulazioni di ruolo, discussioni di casi aziendali orientati al problem solving e alla proposta di soluzioni originali.

Abilità comunicative

Il forte ricorso a laboratori didattici, simulazioni, discussioni di casi e progetti sul campo crea numerose occasioni di sviluppo delle capacità di comunicazione da parte degli studenti. In particolare ciascuno dei corsi del piano di studi prevede esercitazioni, simulazioni e progetti obbligatori con presentazioni finali che stimolano la capacità di comunicare in modo chiaro e sintetico i risultati ottenuti e le relative valutazioni anche a interlocutori non specialisti. Questi progetti possono essere individuali e/o di gruppo, e terminano con la consegna di elaborati scritti, in forma testuale o di presentazioni a mezzo di slides, che spesso devono essere illustrati in plenaria durante momenti di discussione in presenza di manager e professionisti del settore. L'efficacia di questi momenti di comunicazione in pubblico è oggetto di valutazione. Inoltre il corso di studi prevede sessioni specificamente dedicate allo sviluppo di strategie di comunicazione efficace in diversi contesti aziendali.

Capacità di apprendimento

Lo sviluppo delle capacità di apprendimento, a cui concorrono le modalità di partecipazione degli studenti ai laboratori ed alle esercitazioni già richiamate, trova compimento specifico nel workshop professionale e nella redazione della tesi di laurea. Nell'ambito del workshop si richiede allo studente un'applicazione critica degli strumenti appresi in aula ad uno specifico contesto professionale e un contributo attivo al raggiungimento dei risultati aziendali connessi al progetto formativo dello stage. Nell'ambito della tesi si richiede invece una capacità di formulazione di domande di ricerca originali e rilevanti, rigore metodologico nello sviluppo delle analisi e capacità di presentazione dei risultati alla comunità professionale e scientifica di riferimento.



Le attività affini previste nel Corso di studi riguardano le competenze di formulazione della strategia competitiva, ottimizzazione delle scelte di gestione e analisi delle performance economico-finanziarie delle aziende, anche con riferimento all'avvio di nuovi business nei settori del turismo. Queste vengono sviluppate negli insegnamenti di area Strategia, Management e Marketing, Accounting, fondamentali per le figure professionali che il corso di laurea intende formare. A completare il quadro delle attività affini, per far acquisire competenze di progettazione di processi turistici data-driven in contesti geografici sviluppati ed emergenti, sono stati introdotti insegnamenti di area delle discipline territoriali, sociali, informatiche e antropologiche.



QUADRO A5.a

Caratteristiche della prova finale

10/12/2020

Il conseguimento della laurea magistrale in Hospitality and Tourism Management richiede la redazione di una tesi di laurea individuale di ricerca su temi rilevanti per la comunità scientifica e professionale di riferimento. L'elaborato, redatto sotto la guida di un docente Relatore, dovrà dimostrare la capacità dello studente di formulare domande di ricerca interessanti, chiaro posizionamento del lavoro nel contesto teorico di riferimento, rigore metodologico, originalità e rilevanza dei risultati, identificazione delle implicazioni manageriali, utilizzo criticamente gli strumenti di analisi acquisiti nel percorso formativo. L'elaborato consiste in uno scritto compreso fra un minimo di 20.000 e un massimo di 40.000 parole.



QUADRO A5.b

Modalità di svolgimento della prova finale

20/02/2025

Nello sviluppo della tesi lo studente è assistito da un Relatore che lo aiuta nella definizione dell'argomento da svolgere, nella formulazione delle domande di ricerca, nell'articolazione del lavoro e nella relativa ricerca bibliografica e documentale. L'elaborato, una volta approvato dal Relatore, viene valutato da una Commissione secondo quanto previsto dal Regolamento Didattico di Ateneo.

Gli studenti che frequentano il secondo anno all'estero potranno svolgere il lavoro di ricerca relativo alla tesi nelle università partner sotto la supervisione del docente IULM relatore ed eventualmente di un research advisor indicato dall'università partner. In questi casi, la discussione della tesi potrà avvenire nelle università partner, o in altre sedi, davanti ad una commissione composta da docenti IULM, presenti in video-conferenza, docenti e research advisor dell'università

partner.

Link: https://www.iulm.it/wps/wcm/connect/iulm/a490a238-29df-4550-94df-70470bac4550/PROVA+FINALE_LM+HTM_2024_25.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=ROOTWORKSPACE.Z18_N19GHC41OO5PD0QACD0HKQ38C6-a490a238-29df-4550-94df-70470bac4550-peHHLwT (Modalità di valutazione e organizzazione della prova finale)



▶ QUADRO B1

Descrizione del percorso di formazione (Regolamento Didattico del Corso)

Link: https://www.iulm.it/wps/wcm/connect/iulm/552723de-9783-4a0e-9dff-8c238a310df2/ACADEMIC+REGULATIONS+2025-2026+LM+HTM_CdF12marzo25_ENG.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=ROOTWORKSPACE.Z18_N19GHC410O5PD0QACD0HKQ38C6-552723de-9783-4a0e-9dff-8c238a310df2-pr8yGeZ

▶ QUADRO B2.a

Calendario del Corso di Studio e orario delle attività formative

http://aule.iulm.it/Orario/index.php?view=easycourse&_lang=it&empty_box=0&col_cells=0

▶ QUADRO B2.b

Calendario degli esami di profitto

http://aule.iulm.it/Orario/index.php?view=easytest&_lang=it&empty_box=0&col_cells=0

▶ QUADRO B2.c

Calendario sessioni della Prova finale

https://www.iulm.it/wps/wcm/connect/iulm/15568a1d-b42e-4985-b06b-12f0b0c9a221/Calendario+didattico+2025_2026.pdf?MOD=AJPERES

▶ QUADRO B3

Docenti titolari di insegnamento

Sono garantiti i collegamenti informatici alle pagine del portale di ateneo dedicate a queste informazioni.

N.	Settori	Anno di corso	Insegnamento	Cognome Nome	Ruolo	Crediti	Ore	Docente di riferimento per corso
1.	SECS-P/09	Anno di	ACCOUNTING AND FINANCIAL MANAGEMENT IN TOURISM link	SAINAGHI RUGGERO CV	PA	6	48	

		corso 1						
2.	L-LIN/12	Anno di corso 1	BUSINESS COMMUNICATION IN TOURISM link	ORNAGHI ELISABETH MARIDA CV		6	48	
3.	L-ART/06	Anno di corso 1	CULTURAL HERITAGE, ARTS AND TOURISM link	BELLINI NICOLA CV		9	20	
4.	L-ART/06	Anno di corso 1	CULTURAL HERITAGE, ARTS AND TOURISM link	DANEO ROBERTO CV		9	16	
5.	L-ART/06	Anno di corso 1	CULTURAL HERITAGE, ARTS AND TOURISM link	FRIEL MARTHA MARY CV	PA	9	36	
6.	M-GGR/01	Anno di corso 1	GEOGRAPHY FOR SUSTAINABLE TOURISM DEVELOPMENT link	PERES ARMANDO CV		9	24	
7.	M-GGR/01	Anno di corso 1	GEOGRAPHY FOR SUSTAINABLE TOURISM DEVELOPMENT link	MAGGIOLI MARCO CV	PO	9	24	
8.	M-GGR/01	Anno di corso 1	GEOGRAPHY FOR SUSTAINABLE TOURISM DEVELOPMENT link	SAARINEN JARKKO JUHANI CV		9	24	
9.	SECS- P/07	Anno di corso 1	HOSPITALITY AND SERVICE MANAGEMENT link	MURPHY KEVIN CV		6	24	
10.	SECS- P/07	Anno di corso 1	HOSPITALITY AND SERVICE MANAGEMENT link	DE CARLO MANUELA CV	PO	6	24	
11.	SECS- P/10	Anno di corso 1	HUMAN RESOURCE MANAGEMENT IN TOURISM link	QUARATINO LUCA CV	RU	6	48	
12.	SECS- P/08	Anno di corso 1	INTRODUCTION TO DIGITAL MARKETING FOR TOURISM (modulo di <i>TOURISM MARKETING</i>) link	MELE EMANUELE CV		6	48	

13.	SECS-S/03	Anno di corso 1	INTRODUCTION TO TOURISM DATA ANALYSIS (<i>modulo di TOURISM MARKETING</i>) link	SCUTTARI ANNA CV	PA	6	48	
14.	SECS-P/08	Anno di corso 1	STRATEGIC MARKETING FOR TOURISM (<i>modulo di TOURISM MARKETING</i>) link	SHAPOVAL VALERIYA CV		6	36	
15.	SECS-P/08	Anno di corso 1	STRATEGIC MARKETING FOR TOURISM (<i>modulo di TOURISM MARKETING</i>) link	FRIEL MARTHA MARY CV	PA	6	12	
16.	SECS-P/08 SECS-S/03	Anno di corso 1	TOURISM MARKETING link				18	
17.	SECS-P/08 INF/01	Anno di corso 2	ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND DIGITAL TECHNOLOGY FOR TOURISM link				9	
18.	L-LIN/12	Anno di corso 2	COMMUNICATION SKILLS link				9	
19.	SECS-S/03	Anno di corso 2	DATA ANALYSIS IN HOSPITALITY AND TOURISM RESEARCH link				9	
20.	INF/01	Anno di corso 2	DATA-DRIVEN ARTIFICIAL INTELLIGENCE FOR TOURISM (<i>modulo di ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND DIGITAL TECHNOLOGY FOR TOURISM</i>) link				3	
21.	SECS-P/08 ING-INF/05	Anno di corso 2	DIGITAL MARKETING AND TECHNOLOGY IN TOURISM link				12	
22.	SECS-P/08	Anno di corso 2	DIGITAL TRANSFORMATION AND EXPERIENCE DESIGN IN TOURISM (<i>modulo di ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND DIGITAL TECHNOLOGY FOR TOURISM</i>) link				6	
23.	SECS-P/06	Anno di corso 2	ECO SOCIAL ECONOMICS AND POLICY DESIGN (<i>modulo di POLICY DESIGN FOR SUSTAINABLE TOURISM</i>) link				6	
24.	SECS-	Anno	FEASIBILITY STUDIES FOR THE				12	

	P/09	di corso 2	HOSPITALITY/TOURISM ENTERPRISES link	
25.	NN	Anno di corso 2	FIELD PROJECT/STAGE link	3
26.	PROFIN_S	Anno di corso 2	FINAL EXAM link	12
27.	SECS- P/07	Anno di corso 2	HOSPITALITY AND TOURISM STRATEGIC ISSUES link	6
28.	L-LIN/12	Anno di corso 2	INTERCULTURAL COMMUNICATION link	6
29.	M-GGR/01 SECS- P/06	Anno di corso 2	POLICY DESIGN FOR SUSTAINABLE TOURISM link	12
30.	ING- INF/05	Anno di corso 2	QUANTITATIVE METHODS AND BIG DATA IN TOURISM (<i>modulo di DIGITAL MARKETING AND TECHNOLOGY IN TOURISM</i>) link	6
31.	SECS- P/09	Anno di corso 2	REVENUE MANAGEMENT FOR THE HOSPITALITY INDUSTRY link	9
32.	SECS- P/08	Anno di corso 2	SOCIAL MEDIA MARKETING AND COMMUNICATION FOR LUXURY BUSINESSES (<i>modulo di DIGITAL MARKETING AND TECHNOLOGY IN TOURISM</i>) link	6
33.	SECS- P/07	Anno di corso 2	STRATEGY DESIGN FOR SUSTAINABLE DESTINATIONS link	6
34.	M-GGR/01	Anno di corso 2	TRANSITION MANAGEMENT IN POST-CRISIS CULTURES (<i>modulo di POLICY DESIGN FOR SUSTAINABLE TOURISM</i>) link	6

▶ QUADRO B4 | Aule

Link inserito: <http://www.iulm.it/wps/wcm/connect/iulmit/iulm-it/Universita/Campus/Strutture>

▶ QUADRO B4 | Laboratori e Aule Informatiche

Link inserito: <http://www.iulm.it/wps/wcm/connect/iulmit/iulm-it/Universita/Campus/Strutture>

▶ QUADRO B4 | Sale Studio

Link inserito: <http://www.iulm.it/wps/wcm/connect/iulmit/iulm-it/Universita/Campus/Strutture>

▶ QUADRO B4 | Biblioteche

Link inserito: <http://www.iulm.it/wps/wcm/connect/iulmit/iulm-it/Risorse-e-servizi/Biblioteca>

Pdf inserito: [visualizza](#)

▶ QUADRO B5 | Orientamento in ingresso

09/05/2023

Link inserito: <https://www.iulm.it/it/orientamento-iscrizioni#orientamento-futuri-studenti>

Pdf inserito: [visualizza](#)

▶ QUADRO B5 | Orientamento e tutorato in itinere

09/05/2023

Link inserito: <https://www.iulm.it/it/vivere-in-iulm/tutorato-e-counseling>

Pdf inserito: [visualizza](#)

23/04/2025

- Stage curriculari Italia/estero, ovvero periodi di tirocinio svolti da studenti regolarmente iscritti all'Ateneo, presso organizzazioni ed imprese esterne all'Ateneo, per periodi superiori ad un mese e fino ad un massimo di 12 mesi.
- Stage extracurriculari, ovvero periodi di tirocinio svolti da laureati da meno di 12 mesi presso organizzazioni ed imprese esterne all'Ateneo per la durata di minimo 2 e fino ad un massimo 12 mesi.

Link inserito: <https://www.iulm.it/it/vivere-in-iulm/career-service/stage-italia>



In questo campo devono essere inserite tutte le convenzioni per la mobilità internazionale degli studenti attivate con Atenei stranieri, con l'eccezione delle convenzioni che regolamentano la struttura di corsi interateneo; queste ultime devono invece essere inserite nel campo apposito "Corsi interateneo".

Per ciascun Ateneo straniero convenzionato, occorre inserire la convenzione che regola, fra le altre cose, la mobilità degli studenti, e indicare se per gli studenti che seguono il relativo percorso di mobilità sia previsto il rilascio di un titolo doppio o multiplo. In caso non sia previsto il rilascio di un titolo doppio o multiplo con l'Ateneo straniero (per esempio, nel caso di convenzioni per la mobilità Erasmus) come titolo occorre indicare "Solo italiano" per segnalare che gli studenti che seguono il percorso di mobilità conseguiranno solo il normale titolo rilasciato dall'ateneo di origine.

L'Ufficio Mobilità supporta e gestisce la mobilità internazionale degli studenti per motivi di studio, sia in ingresso che in uscita.

A questo scopo stipula accordi bilaterali di scambio con università straniere europee ed extra europee nell'ambito di diversi programmi internazionali (Erasmus, Exchange, Semester Abroad, Summer Session); gli accordi includono quasi sempre la possibilità di scambi docenti e personale tecnico amministrativo.

L'Ufficio si occupa anche dell'organizzazione e della gestione di alcuni programmi di mobilità breve ibrida in collaborazione con le università partner (Blended Intensive Programme).

Tra le azioni rivolte agli studenti, oltre alla costante gestione delle richieste di informazione e supporto (attraverso sportello fisico, telefono, email e social), hanno particolare rilievo:

Azioni per studenti IULM in uscita (outgoing):

- selezione dei candidati alla mobilità attraverso bandi di concorso;
- assistenza nella preparazione della candidatura da inviare alle università ospitanti, nella redazione e modifica in itinere del learning agreement (piano di studi all'estero);
- riunioni preparatorie pre-partenza: spiegazione offerta formativa dell'università ospitante, funzionamento del motore di ricerca degli insegnamenti, differenze nei metodi di studio, illustrazione criteri adottati dai coordinatori accademici nella valutazione delle equivalenze;
- assistenza e gestione delle pratiche per il riconoscimento delle attività svolte all'estero;

- gestione e erogazione delle borse di studio e di altri contributi di supporto alla mobilità.

Azioni per studenti internazionali in ingresso (incoming):

- procedure di candidatura e successiva immatricolazione presso la IULM (supporto burocratico e logistico);
- organizzazione corso di italiano prima dell'inizio di ogni semestre;
- organizzazione riunioni informative all'inizio di ogni semestre: procedure interne per registrazione ai corsi, iscrizione agli esami, ottenimento badge, codice fiscale/permesso di soggiorno, utilizzo servizi online;
- collaborazione con rappresentanza ESN di Ateneo nelle attività accoglienza, socializzazione e informazione degli studenti stranieri (tour dell'università, pranzo di benvenuto, Buddy Service, occasioni di socializzazione).

Link inserito: <https://www.iulm.it/it/internazionale#mobilita-internazionale>

n.	Nazione	Ateneo in convenzione	Codice EACEA	Data convenzione	Titolo
1	Austria	Modul University		25/02/2022	solo italiano
2	Austria	Salzburg University of Applied Sciences		21/05/2021	solo italiano
3	Bulgaria	Varna University		09/03/2022	solo italiano
4	Canada	Royal Roads Univesity		28/09/2017	solo italiano
5	Croazia	ROCHESTER INSTITUTE OF TECHNOLOGY CROATIA		15/02/2023	solo italiano
6	Danimarca	University of Southern Danmark		20/01/2023	solo italiano
7	Finlandia	University of Oulu		24/01/2024	doppio
8	Francia	Universit� Catholique de Lille		31/01/2014	solo italiano
9	Francia	Universit� Savoie Montblanc		10/12/2024	solo italiano
10	Germania	Jade� Hochschule		20/12/2021	solo italiano
11	Israele	Kinneret Academic College		10/07/2021	solo italiano
12	Lettonia	Tur�ba University		22/02/2022	solo italiano
13	Romania	Romanian American University		22/03/2022	solo italiano
14	Spagna	EUHT ST POL BARCELLONA		29/07/2021	solo italiano

15	Spagna	Universidad de Salamanca	08/02/2023	solo italiano
16	Spagna	Universidad de Las Palmas de Gran Canaria	13/02/2023	solo italiano
17	Spagna	Universitat Autònoma de Barcelona - Escola universitària de Turisme i Direcció Hotelera	16/07/2021	solo italiano
18	Stati Uniti	UNIVERSITY OF HOUSTON CONRAD HILTON	01/07/2023	solo italiano
19	Stati Uniti	University of Central Florida	25/05/2022	doppio
20	Svizzera	B.H.M.S. Business & Hotel Management School	28/12/2023	solo italiano
21	Ungheria	BUDAPEST METROPOLITAN UNIVERSITY	08/01/2020	solo italiano



QUADRO B5

Accompagnamento al lavoro

23/04/2025

- Career Advisory. Servizio offerto a studenti e laureati IULM per l'orientamento su percorsi di carriera e valorizzazione delle opportunità di employability.
- CV Check e Cover Letter. Servizio rivolto a studenti e laureati IULM per offrire supporto nella redazione e aggiornamento del proprio curriculum vitae e della lettera di presentazione anche in lingua inglese, francese e spagnola.
- Simulazione Colloqui. Sessioni one to one, anche in lingua inglese, francese e spagnola al fine di migliorare la capacità di affrontare colloqui di selezione con feedback costruttivo per evidenziare punti di forza e aree di miglioramento.
- Jobiri – Career Center Digitale. Piattaforma digitale che mette a disposizione di studenti e laureati IULM numerose risorse (creazione CV e cover letter, simulazione colloqui, lezioni su soft skills, etc.) da utilizzare in autonomia per prepararsi nel migliore dei modi al primo incontro con il mondo del lavoro.
- Analisi e Ottimizzazione Profilo LinkedIn. Servizio dedicato a migliorare la presenza online degli studenti e laureati IULM su LinkedIn, una delle piattaforme più importanti per la ricerca di lavoro e la costruzione di reti professionali.
- IULM for Job LinkedIn Gruppo chiuso su LinkedIn al quale hanno accesso solo ed esclusivamente studenti e laureati IULM iscritti per essere informati sulle offerte di stage e placement, nonché iniziative ed eventi di carattere professionale.
- IULM for Job Instagram Account di Instagram per aumentare la visibilità delle offerte, i servizi e gli eventi organizzati dall'Ufficio e creare più engagement con studenti e laureati IULM.
- Corso iscrizione & utilizzo di Almalaurea IULM. Webinar e incontri in aula per aiutare studenti e laureati IULM a registrarsi correttamente alla piattaforma Almalaurea e per orientarli all'utilizzo della stessa per la ricerca e la candidatura ad offerte di stage/lavoro.
- Workshop Digitali e Fisici per Strategie di Employability. Webinar e sessioni plenarie in aula per informare e stimolare studenti e laureati IULM su consigli, buone pratiche e strategie da adottare per prepararsi efficacemente ai percorsi di carriera affrontando varie tematiche quali: definizione CV e Cover Letter, Preparazione al colloquio, Ricerca opportunità

professionali, etc.

- Presentazioni e testimonianze aziendali. Eventi che mirano da un lato a portare in aula testimonianze da parte di referenti aziendali di vari settori di riferimento con esposizione di case study o di best practice realizzate, dall'altro a condividere i percorsi di carriera dei professionisti coinvolti con presentazioni dal taglio ispirazionale che favoriscano un confronto con i partecipanti.
- Recruiting event. Presentazioni di realtà aziendali con possibilità di reclutamento e selezione in Università o online. Gli incontri hanno l'obiettivo di promuovere la cultura aziendale, presentare il profilo, la struttura organizzativa e le eventuali opportunità di inserimento professionale, mettendo in contatto l'azienda con studenti e laureati IULM per individuare le risorse con competenze rispondenti ai bisogni di recruiting.
- Company Visit. Opportunità formativa e di networking progettata per connettere gli studenti universitari con le aziende di vari settori che consiste nel visitare fisicamente l'azienda ospitante per conoscere meglio la sua cultura d'impresa, le operazioni quotidiane, i team di lavoro, i prodotti o servizi offerti e le opportunità di carriera disponibili.
- Career Day Online. Eventi online dedicati all'incontro tra studenti e laureati IULM e aziende e organizzazioni di uno specifico settore con l'obiettivo di promuovere opportunità di stage e lavoro creando uno spazio virtuale di confronto in cui poter connettere differenti realtà aziendali e relative posizioni aperte con studenti e laureati IULM che hanno possibilità di svolgere brevi colloqui di selezione e di inviare il proprio CV.
- Career Fair. Un grande evento in presenza in cui decine di aziende e organizzazioni sono presenti in Ateneo per interagire direttamente con studenti e laureati IULM, condividendo opportunità di lavoro e stage, stabilendo contatti professionali, raccogliendo CV e candidature e svolgendo colloqui di selezione per numerose posizioni aperte.

Link inserito: <https://www.iulm.it/it/vivere-in-iulm/career-service/career-service/>



23/04/2025

Link inserito: <https://www.iulm.it/it/vivere-in-iulm/tutorato-e-counseling/studenti-disabilita>
Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Ufficio diversaMENTE - Disabilità e DSA



Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Opinione degli studenti, a.a. 2024/25



Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Soddisfazione per il corso di studio concluso



▶ QUADRO C1

Dati di ingresso, di percorso e di uscita

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Dati e informazioni, a.a. 2024/25

▶ QUADRO C2

Efficacia Esterna

01/07/2024

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Condizione occupazionale

▶ QUADRO C3

Opinioni enti e imprese con accordi di stage / tirocinio curriculare o extra-curriculare

15/06/2023

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Valutazione dello stagista, a.a. 2024/25



▶ QUADRO D1

Struttura organizzativa e responsabilità a livello di Ateneo

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Organigramma funzionale IULM

▶ QUADRO D2

Organizzazione e responsabilità della AQ a livello del Corso di Studio

14/06/2025

Il Gruppo di Gestione AQ è composto da Anna Scuttari, Manuela De Carlo e Giorgio Tavano Blessi.

Come previsto dalle "Linee guida del Sistema di AQ di Ateneo", i ruoli di maggior rilievo per la gestione del CdS sono i seguenti:

- Consiglio di Facoltà: quest'Organo ha la responsabilità formale dei Corsi di studio afferenti;
 - Giunta di Facoltà: ogni Giunta è composta dal Preside e dai Referenti dei CdS afferenti alla Facoltà. La Giunta esamina periodicamente l'andamento del CdS e l'attuazione di eventuali interventi correttivi e/o di miglioramento;
 - Referente del Corso di studio: l'Università IULM è strutturata per Facoltà e non è previsto un Consiglio di CdS. Il Referente è il coordinatore del CdS. Il Referente fa parte del Gruppo AQ;
- Gruppo di gestione AQ del CdS: è composto da professori e ricercatori di ruolo dell'Ateneo e da componente studentesca del Gruppo AQ che sarà reintegrata a partire dall'autunno.

I Gruppi di gestione AQ:

- organizzano il processo periodico di verifica dell'adeguatezza e dell'efficacia della gestione del CdS e delle attività di AQ;
- supportano la compilazione della SUA-CdS;
- successivamente all'analisi dei dati disponibili e alle verifiche necessarie, redigono annualmente la Scheda di monitoraggio;
- predispongono, dopo aver condotto le analisi necessarie, il Rapporto di riesame ciclico, con cadenza relazionata alla durata del CdS, e monitorano il livello di raggiungimento degli obiettivi ivi indicati;
- in seguito alla visita in loco, propongono e mettono in atto le azioni correttive di adeguamento ai rilievi ricevuti;
- Commissione paritetica docenti-studenti: vi è una Commissione per ogni Facoltà, composta da un membro docente e un membro studente per ogni CdS afferente alla Facoltà; la componente studentesca è selezionata tramite bando biennale emanato con Decreto Rettorale. La Commissione paritetica è un organismo di valutazione interna competente a:
 - svolgere attività di monitoraggio dell'offerta formativa e della qualità della didattica, nonché dell'attività di servizio agli studenti da parte dei professori e dei ricercatori;
 - individuare indicatori per la valutazione dei risultati delle stesse;
 - formulare pareri sull'attivazione e la soppressione di CdS;
 - formulare pareri sull'adeguatezza del carico didattico (CFU).

Con particolare riferimento alle attività dell'AQ per HTM:

1. Il Gruppo di gestione AQ si incontra almeno due volte l'anno, al termine del primo e del secondo semestre, per valutare il grado di soddisfazione degli studenti e il raggiungimento degli obiettivi didattici. Al termine di ciascun incontro viene redatta

una nota sintetica (contenente anche eventuali proposte di azioni correttive) per la discussione in uno dei successivi Consigli di Facoltà.

2. D'intesa con il Preside di Facoltà, insieme ai membri del gruppo AQ, il referente del Corso di studio esamina i programmi, i contenuti e i materiali bibliografici di ciascun insegnamento, al fine di monitorare la completezza dei contenuti trattati e delle competenze trasferite agli studenti (anche alla luce dei CFU attribuiti e delle modalità di esame), nonché la loro coerenza con gli obiettivi formativi specifici del Corso.

3. La Referente del Corso di studio e il Gruppo di gestione AQ incontrano almeno una volta all'anno la Commissione Paritetica per un confronto sull'andamento del CdL.

4. Periodicamente la Referente del Corso di studio monitora lo sviluppo qualitativo del Corso di studi con riferimento ai seguenti aspetti:

- internazionalizzazione (network internazionale di università partner per programmi di scambio al secondo anno; presenza di studenti stranieri; presenza di docenti stranieri; presenza di stage internazionali e così via), anche attraverso momenti di confronto periodico con l'Ufficio relazioni internazionali e l'Ufficio Mobilità;
- qualità degli stage e del placement (coerenza dei progetti formativi con gli obiettivi del corso; giudizi dei tutor aziendali sui candidati e così via) anche attraverso momenti di confronto periodico con il Career Service;
- coerenza dei contenuti della didattica con la trasformazione del contesto professionale nei settori di riferimento del Corso di studi, anche attraverso momenti di confronto con manager e istituzioni del settore e risultati di ricerche.

5. Periodicamente, il referente del Corso di studio incontra il referente del Corso di studi del dual degree UCF, insieme a rappresentanti della Segreteria Studenti e delle Relazioni Internazionali se necessario.

6. Il referente del Corso di studio incontra i docenti del Corso di studio:

- in una riunione plenaria, indicativamente nella prima settimana di avvio dei corsi al primo semestre per presentare il profilo della classe, condividere gli obiettivi didattici generali e alcune regole relative a prove di valutazione, orari e altri aspetti organizzativi;
 - in incontri con gruppi di docenti titolari di moduli dello stesso insegnamento o della stessa area disciplinare per verificare la coerenza del percorso di apprendimento e gestire il coordinamento tra diversi moduli didattici;
- incontri individuali ad hoc per far fronte a specifiche esigenze di progettazione o di gestione di problemi evidenziati nei questionari di valutazione o dagli studenti.

7. Periodicamente, infine il referente del Corso di studio incontra:

- la rappresentanza degli studenti per acquisire opinioni e valutazioni sull'esperienza di apprendimento, al fine di individuare eventuali aree di intervento che, se del caso, vengono discusse con il titolare del singolo insegnamento;- gli studenti frequentanti, in Italia e all'estero presso UCF, per verificare il percorso di apprendimento e informare gli studenti su aspetti organizzativi e di contenuto del Corso di studio.

Link inserito: <http://>



QUADRO D3

Programmazione dei lavori e scadenze di attuazione delle iniziative

05/05/2025

La referente del CdS e il gruppo AQ seguono il programma delle attività di AQ relativo alla didattica, con le relative scadenze comuni a tutti i CdS dell'Ateneo, riportato nel Calendario per l'AQ della didattica come predisposto dal Presidio della qualità ed aggiornato nel 2020.

Si riportano di seguito i dettagli con riferimento alle attività realizzate direttamente dal gruppo AQ e dalla referente del CdS.

1.Revisione dei programmi

Nel mese di aprile e maggio di ogni anno il Gruppo AQ lavora sulla revisione dei programmi, condotta a tre livelli. Si verifica la presenza delle informazioni essenziali segnalando ai colleghi eventuali esigenze di modifica, correzione o integrazione. Questa prima attività ha segnalato maggiori necessità di revisioni nel caso dei professori a contratto poiché, non conoscendo le esigenze dell'Ateneo, hanno spesso ommesso alcune informazioni rilevanti (ad esempio la coerenza con i descrittori di Dublino). Si segnalano eventuali aree di criticità sulla base dei questionari di gradimento relativi al corso. I casi più diffusi si riferiscono ai materiali didattici, l'utilizzo della piattaforma online per la didattica, alla restituzione di feedback puntuali sui lavori di gruppi e individuali svolti.

In presenza di valutazioni non positive o di criticità, si è segnalato ai colleghi l'opportunità di prestare particolare attenzione a questo aspetto. Infine, si verifica l'eventuale fabbisogno di coordinamento tra differenti insegnamenti. Questa fattispecie si è verificata laddove gli studenti abbiano segnalato nei questionari di gradimento la presenza di sovrapposizioni nei contenuti di diversi insegnamenti.

2. Incontri del Gruppo AQ con la CPDS

Il Gruppo AQ incontra la CPDS almeno una volta all'anno per un confronto sul contenuto della relazione annuale e sulle raccomandazioni. Spesso vengono organizzati altri incontri per approfondire temi specifici, soprattutto legati alle indagini di customer satisfaction e alle indicazioni dei rappresentanti degli studenti.

Si riportano di seguito gli ultimi momenti di incontro.

21 settembre 2021: confronto sull'andamento CdL e sul commento agli indicatori monitoraggio annuale 2021

28 febbraio 2022: confronto sull'andamento CdL e commento alla Relazione CPDS 2021.

25 ottobre 2022: discussione sull'andamento del CdL e confronto sulla Relazione CPDS 2022. In particolare l'attenzione è stata posta sulle valutazioni di alcuni corsi che presentavano criticità e per la quale sono state messe in atto puntuali azioni correttive.

Gli esiti di questi incontri sono stati verbalizzati e condivisi con il Consiglio di Facoltà.

Nel 2023 si sono tenuti in data 24 gennaio, 1 febbraio e 13 febbraio, 29 agosto e 31 agosto, cinque incontri per discutere la relazione della CPDS rispetto ad alcune criticità segnalate al Gruppo AQ, la scheda di autovalutazione CdS, i questionari di valutazione dei corsi e gli esiti degli incontri con i rappresentanti dei corsi. In particolare, dal confronto è emersa l'importanza formativa delle esperienze all'estero come costitutiva e caratterizzante del percorso formativo e dimostrata dal Gruppo AQ con dati che mettono in evidenza l'elevata percentuale di studenti e studentesse del corso di laurea che intraprendono percorsi internazionali. I dati sono riportati nel verbale degli incontri del 1 e 13 febbraio, del 29 e del 31 agosto, e sono stati presentati successivamente in Consiglio di Facoltà.

In secondo luogo, si è presa in considerazione la questione linguistica, per la quale il Gruppo AQ ha segnalato le linee di azione realizzate nell'a.a. 2022-23 al fine di migliorare le competenze linguistiche degli studenti, e nello specifico:

-il Regolamento relativo alle Modalità di accertamento e acquisizione della seconda lingua straniera per l'a.a. 2023/2024 che indica le modalità con le quali accertare l'eventuale conoscenza pregressa di una seconda lingua straniera o, in alternativa, di conseguimento di una idoneità in seguito alla frequenza di un insegnamento (di lingua francese o spagnola) e al superamento del relativo esame;

-il Regolamento relativo alle Modalità di accertamento e acquisizione del livello di conoscenza della Lingua italiana per l'a.a. 2023/2024 che indica le modalità con le quali accertare l'eventuale conoscenza pregressa della lingua italiana o, in alternativa, di conseguimento di una idoneità in seguito alla frequenza di un insegnamento di lingua italiana e al superamento del relativo esame;

-l'attivazione nell'a.a. 2022-2023 dei corsi di spagnolo progredito, riservato agli studenti di HTM di durata annuale; Italian language for beginners: annuale, condiviso con gli studenti del primo anno del CdL in Corporate Communication and Public Relations e Strategic Communication; Italian language and culture: annuale, condiviso con gli studenti del secondo anno di Corporate Communication and Public Relations e Strategic Communication.

Infine, è stata ribadita l'importanza della partecipazione degli studenti negli organi rappresentativi dell'ateneo. A novembre 2022 è stato organizzato un incontro tra Eleonora Lombardini, Gruppo AQ, e Anil Ozcan, CPDS, con tutti gli studenti del I anno per presentare le attività di assicurazione della qualità e l'esperienza di partecipazione degli studenti al Gruppo AQ e alla CPDS.

Gli esiti di questi incontri sono stati verbalizzati e condivisi con il Consiglio di Facoltà.

Nel 2024 si è svolto un incontro in data 20 novembre, in cui si sono esaminati i questionari di valutazione dei corsi. I punti di discussione sono riportati nel verbale dell'incontro.

3. Incontri della Referente del CdL con gli studenti

Il 4 novembre 2021 si è tenuto un incontro con gli studenti del I anno per la presentazione dell'indirizzo del dual degree UCF e delle opzioni di studio e stage all'estero nel secondo anno. All'incontro hanno partecipato i referenti del Career Service e dell'Ufficio Mobilità.

Il 30 novembre 2021 si è tenuto un incontro con gli studenti del II anno di orientamento all'organizzazione degli stage al quale ha partecipato anche il referente per gli stage del CdS nell'ambito del Career Service.

Il 14 febbraio 2022 la Referente del CdL ha incontrato i portavoce d'aula per un confronto sull'andamento della didattica I semestre nell'ambito dell'incontro organizzato dalla Facoltà. All'incontro ha partecipato anche la rappresentante degli studenti iscritti al II anno presso UCF nell'indirizzo di dual degree.

Il 7 aprile 2022 è stato organizzato un secondo incontro aperto a tutti gli studenti del I anno di orientamento per la scelta (i) dell'indirizzo IULM al secondo anno e (ii) dello stage al quale ha partecipato il referente dell'ufficio stage.

Il 18 marzo 2022 è stato organizzato un incontro aperto a tutti gli studenti del I anno ammessi al II anno c/o UCF per chiarire dubbi inerenti all'housing, visto, assicurazione, scholarship e altri aspetti organizzativi al quale ha partecipato la referente della segreteria studenti per il dual degree.

Il 15 novembre 2022 si è tenuto un incontro della referente del CdS e della responsabile dell'ufficio mobilità con gli studenti del primo anno, per presentare il programma di mobilità internazionale, in particolare: università partner, programmi e procedure di selezione, opportunità di finanziamento.

Il 26 febbraio 2024 si è svolto un incontro tra il Preside di Facoltà, i Rappresentanti degli studenti e i portavoce d'aula. Gli studenti si sono mostrati complessivamente soddisfatti del corso. Sono emersi dei suggerimenti al fine di favorire un maggiore raccordo dei contenuti tra il corso di laurea triennale in Turismo, Management e Cultura (IULM) e il corso di laurea magistrale in oggetto. Inoltre è stato fatto notare per gli studenti sarebbe molto utile una concertazione tra docenti delle attività di gruppo per stabilire in modo più equilibrato le scadenze della presentazione dei lavori assegnati nei semestri.

È stato avviato con l'università di Oulu (Finlandia), un nuovo percorso di doppio diploma relativo all'indirizzo di specializzazione in: "Sustainable destination management and communication". Sono stati inoltre illustrati il programma di stage e placement insieme al regolamento di stage e field project.

Inoltre, diverse call sono state organizzate dalla referente del Corso con i rappresentanti degli studenti e i referenti d'aula. Da questo confronto con gli studenti sono emerse indicazioni utili per la progettazione del calendario e delle attività didattiche dell'anno accademico 2022-2023 e per la ricerca di soluzioni tempestive a problemi organizzativi e criticità nel percorso di apprendimento.

Infine sono stati anche organizzati diversi incontri online da parte della referente del corso con la rappresentante degli studenti che frequentano il secondo anno presso la University of Central Florida.

Il 15 novembre 2024 si è tenuto un incontro della referente del CdL con gli studenti del primo anno e gli uffici Stage e Placement e Relazioni Internazionali allo scopo di presentare (i) gli indirizzi di specializzazione del II anno (UCF e IULM); (ii) il programma di mobilità internazionale (programmi, università partner e procedure di selezione e ammissione, finanziamenti); (iii) il programma di stage e placement e regolamento stage e field project.

Inoltre, il 18 dicembre 2024 si è svolto l'incontro periodico con i referenti d'aula e il Preside di Facoltà, in cui si sono raccolti i feedback rispetto al corso, ai suoi punti di forza e di debolezza.

Il 19 dicembre, la referente ha svolto un incontro di approfondimento con i referenti d'aula del secondo anno per discutere delle criticità emerse nell'incontro con il Preside. I referenti del primo anno non avevano riportato particolari criticità, quindi non si è attivato un incontro ulteriore.

4. Incontri con la faculty

La referente con il gruppo AQ organizza regolarmente incontri con la faculty per un confronto sull'andamento del programma, per discutere eventuali criticità, illustrare le modalità di compilazione delle schede degli insegnamenti, le modalità di verifica e per condividere iniziative didattiche e formative di interesse per il CDL.

Tali incontri, i cui esiti sono verbalizzati e presentati al Consiglio di Facoltà, si tengono all'inizio del primo e del secondo

semestre. Gli ultimi sei incontri si sono tenuti nelle seguenti date: 9 ottobre 2022, 22 marzo 2023, 4 ottobre 2023, 28 marzo 2024, 25 settembre 2024 e 19 marzo 2025.

5. Incontri con Segreteria Studenti, Ufficio Mobilità e Career Service

Nel biennio 2021-23, la referente del Corso di studi ha lavorato con il responsabile della segreteria studenti e la referente per i corsi di laurea magistrali della segreteria studenti per (i) la realizzazione di una survey agli studenti del I e II anno per la mappatura delle competenze linguistiche e il fabbisogno di supporto nell'apprendimento delle lingue richieste dal CdL; (ii) la definizione di un regolamento relativo alla verifica dell'apprendimento della lingua italiana e della seconda lingua; (iii) la programmazione di corsi di lingua ad hoc per supportare gli studenti nell'acquisizione delle competenze necessarie. I regolamenti sono stati oggetto di approvazione da parte del CDF del 13 dicembre 2021 e del 22 febbraio 2022 e integrati nel regolamento didattico 2022-2023.

La referente del corso di laurea organizza regolarmente incontri con i referenti dell'ufficio mobilità e del career service per monitorare l'andamento delle esperienze di studio all'estero e gli stage.

Gli incontri con l'Ufficio Mobilità e l'Ufficio Relazioni Internazionali hanno l'obiettivo di condividere gli obiettivi di sviluppo internazionale della LM HTM con particolare riferimento a: (i) aumento del numero di studenti stranieri, (ii) aumento del numero dei visiting professor, (iii) avvio di un doppio diploma a indirizzo territoriale.

Gli incontri con il Career Service sono orientati a monitorare l'andamento delle attività di stage e placement sulla base dei dati elaborati dal Gruppo AQ su base annuale.

In particolare dal giugno 2022, il Gruppo AQ ha avviato un'analisi ad hoc sugli stage degli studenti e delle studentesse e il placement dei laureati. L'analisi viene ripetuta annualmente e fornisce dati essenziali alla compressione dei trend di settore, delle skills richieste dalle imprese e dei risultati del corso di laurea.

Nel marzo 2023 con il supporto del Career service è stata attuata una analisi delle posizioni dei laureati dalla data di costituzione del corso alla data della rilevazione sulla base dei dati disponibili su LinkedIn.

Tali analisi sono state riportate nelle relazione annuale sugli stage e il placement del Corso di laurea che sarà presentata al Consiglio di Facoltà di giugno 2023.

Nel 2024 si sono avviati degli incontri periodici con la segreteria studenti ai fini di redigere un calendario didattico bilanciato e funzionale alle esigenze degli studenti, un tema più volte emerso quale criticità. Tali incontri si sono svolti in data 12 luglio 2024 per il primo semestre e in data 21 ottobre 2024 per il secondo semestre.

Link inserito: <http://>



QUADRO D4

Riesame annuale

15/05/2025

Il Riesame Annuale coinvolge tutti i CdS dell'Ateneo e consiste nel monitoraggio, ad opera del Gruppo di AQ del CdS, di un set di indicatori resi disponibili dall'ANVUR. Tale attività è dettagliata nelle 'Linee guida per la compilazione della Scheda di Monitoraggio Annuale dei Corsi di studio' predisposta dal Presidio della qualità ad ottobre 2018 ed aggiornata nel luglio 2024.

In particolare la stesura della Scheda di monitoraggio annuale consiste nella redazione di un sintetico commento degli indicatori che ANVUR fornisce periodicamente agli Atenei. Tali indicatori quantitativi si riferiscono alle carriere degli studenti, all'attrattività e all'internazionalizzazione, all'occupabilità e alla soddisfazione dei laureati, alla quantità e qualificazione del corpo docente. Il CdS ha esaminato gli indicatori di interesse in relazione alle proprie caratteristiche e ai propri obiettivi, ponendo anche attenzione a eventuali significativi scostamenti dalle medie nazionali o macro-regionali di riferimento, al fine principale di rilevare tanto i propri punti di forza, quanto le aree di miglioramento, e di pervenire, attraverso anche altri elementi di analisi, al riconoscimento di quelle situazioni critiche per le quali attivare le azioni correttive più opportune.

A supporto delle analisi del Gruppo AQ, inoltre l'Ufficio Statistico, valutazione e qualità ha fornito periodicamente un report statistico, redatto per ogni CdS dell'Ateneo e riportante dati e informazioni utili alle attività di autovalutazione: l'attrattività;

gli esiti didattici; la laureabilità; gli stage e le esperienze di lavoro; l'esperienza all'estero; le opinioni degli studenti; le opinioni dei laureati; l'accompagnamento al mondo del lavoro (la condizione formativa e occupazionale dopo la laurea). La SMA è preventivamente portata all'attenzione del rispettivo Consiglio di Facoltà per la condivisione collegiale di quanto descritto ed emerso dall'osservazione degli indicatori e l'assunzione degli eventuali impegni da essa derivanti. I commenti agli indicatori per il riesame del CdS da parte del Gruppo AQ sono riportati nel documento di sintesi "Commenti agli indicatori per il riesame del CdS LM Hospitality and Tourism Management - 30 Settembre 2024" discusso durante il Consiglio di facoltà nella seduta del 23 ottobre 2024 e nel documento di sintesi "Commenti agli indicatori per il riesame del CdS LM Hospitality and Tourism Management" discusso durante il Consiglio di facoltà nella seduta del 23 ottobre 2024.

Il Rapporto di Riesame ciclico dei Corsi di studio è redatto dai Gruppi di gestione AQ dei Corsi e deve essere formalmente approvato dal Consiglio di Facoltà. Il Rapporto deve essere trasmesso al Presidio della qualità, che ne verifica la correttezza formale e lo trasmette alle Commissioni paritetiche docenti-studenti, al Nucleo di valutazione e ad ANVUR. Negli anni successivi alla redazione del Rapporto di Riesame ciclico i Gruppi di gestione AQ monitorano lo stato di avanzamento e l'efficacia delle azioni correttive intraprese.

Il Gruppo AQ e la referente del CdL hanno lavorato alla redazione del rapporto di Riesame Ciclico attraverso i momenti di confronto dettagliati di seguito.

13 aprile 2021: (i) acquisizione della prima parte del materiale da esaminare per la valutazione del CdS, (ii) individuazione delle aree da approfondire, (iii) programmazione delle nuove rilevazioni da avviare per l'acquisizione dei dati integrativi necessari per una più approfondita valutazione delle attività di stage & placement;

10 maggio 2021: confronto su una prima analisi della documentazione raccolta e avvio della stesura del Rapporto;

7 settembre 2021: riflessione e commento sugli indicatori di monitoraggio del CdS (Sezione 5: commento agli indicatori) e sui quadri a delle sezioni 1-4;

5 gennaio 2022: confronto sui quadri B e C e integrazione del Rapporto;

4 febbraio 2022: confronto finale e chiusura del Rapporto di Riesame.

Il Rapporto è stato presentato, discusso e approvato nel CDF del 22 febbraio 2022.

Link inserito: <http://>



Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: DUAL DEGREE IN HOSPITALITY AND TOURISM MANAGEMENT – LM49



12/06/2023







Informazioni generali sul Corso di Studi

Università	Libera Università di lingue e comunicazione IULM-MI
Nome del corso in italiano	Management dell'ospitalità e del turismo
Nome del corso in inglese	Hospitality and Tourism Management
Classe	LM-49 R - Progettazione e gestione dei sistemi turistici
Lingua in cui si tiene il corso	inglese
Eventuale indirizzo internet del corso di laurea	https://www.iulm.it/it/offerta-formativa/corsi-di-lauree-magistrali/hospitality-tourism-management/hospitality-tourism-management
Tasse	https://www.iulm.it/it/orientamento-iscrizioni/tasse-e-contributi
Modalità di svolgimento	a. Corso di studio convenzionale



Corsi interateneo RAD



Questo campo dev'essere compilato solo per corsi di studi interateneo,

Un corso si dice "interateneo" quando gli Atenei partecipanti stipulano una convenzione finalizzata a disciplinare direttamente gli obiettivi e le attività formative di un unico corso di studi, che viene attivato congiuntamente dagli Atenei coinvolti, con uno degli Atenei che (anche a turno) segue la gestione amministrativa del corso. Gli Atenei coinvolti si accordano altresì sulla parte degli insegnamenti che viene attivata da ciascuno; deve essere previsto il rilascio a tutti gli studenti iscritti di un titolo di studio congiunto, doppio o multiplo.

Non sono presenti atenei in convenzione



Docenti di altre Università



Corso internazionale: DM 987/2016 - DM935/2017



Referenti e Strutture



Presidente (o Referente o Coordinatore) del CdS	SCUTTARI Anna
Organo Collegiale di gestione del corso di studio	Consiglio di Facoltà
Struttura didattica di riferimento ai fini amministrativi	Facoltà di Arti, moda e turismo



Docenti di Riferimento

N.	CF	COGNOME	NOME	SETTORE	MACRO SETTORE	QUALIFICA	PESO	INSEGNAMENTO ASSOCIATO
1.	BSSRFL61M59F205Y	BOSSI	Raffaella		10/L1	ID	1	
2.	DCRMNL64M67C621J	DE CARLO	Manuela	SECS-P/07	13/B1	PO	1	
3.	FRLMTH80B64I531V	FRIEL	Martha Mary	SECS-P/08	13/B2	PA	1	
4.	SNGRGR71R02I829O	SAINAGHI	Ruggero	SECS-P/07	13/B1	PA	1	
5.	SCTNNA85P64A952E	SCUTTARI	Anna	SECS-P/07	13/B1	PA	1	
6.	TVNGRG70H14E098W	TAVANO BLESSI	Giorgio	SPS/10	14/D1	RD	1	



Tutti i requisiti docenti soddisfatti per il corso :



Rappresentanti Studenti

COGNOME	NOME	EMAIL	TELEFONO
VENTURI	MATTEO	rappresentanza.studentesca@iulm.it	
LEONTI	SALVATORE AURELIO	rappresentanza.studentesca@iulm.it	



Gruppo di gestione AQ

COGNOME	NOME
DE CARLO	MANUELA
SCUTTARI	ANNA
TAVANO BLESSI	GIORGIO



Tutor

COGNOME	NOME	EMAIL	TIPO
SCUTTARI	Anna		Docente di ruolo
DE CARLO	MANUELA		Docente di ruolo
TAVANO BLESSI	Giorgio		Docente di ruolo



Programmazione degli accessi



Programmazione nazionale (art.1 Legge 264/1999)	No
Programmazione locale	No

Sede del Corso

Sede: 015146 - MILANO
Via Carlo Bo, 1 - 20143

Data di inizio dell'attività didattica	22/09/2025
Studenti previsti	100

Eventuali Curriculum

Hospitality and Tourism Management (University of Central Florida)	PDS1-2025
Sustainable destination management and communication	PDS2-2025
Digital technologies and data for tourism and creative industries	PDS3-2025

Sede di riferimento Docenti, Figure Specialistiche e Tutor

Sede di riferimento DOCENTI

COGNOME	NOME	CODICE FISCALE	SEDE
FRIEL	Martha Mary	FRLMTH80B64I531V	
SAINAGHI	Ruggero	SNGRGR71R02I829O	
DE CARLO	Manuela	DCRMNL64M67C621J	
SCUTTARI	Anna	SCTNNA85P64A952E	
BOSSI	Raffaella	BSSRFL61M59F205Y	
TAVANO BLESSI	Giorgio	TVNGRG70H14E098W	

Sede di riferimento FIGURE SPECIALISTICHE

COGNOME	NOME	SEDE
---------	------	------

Figure specialistiche del settore non indicate

Sede di riferimento TUTOR

COGNOME	NOME	SEDE
SCUTTARI	Anna	
DE CARLO	MANUELA	
TAVANO BLESSI	Giorgio	



Altre Informazioni

R^{ad}



Codice interno all'ateneo del corso	373^2025
Massimo numero di crediti riconoscibili	24 max 24 CFU, da DM 931 del 4 luglio 2024



Date delibere di riferimento

R^{ad}



Data di approvazione della struttura didattica	23/10/2024
Data di approvazione del senato accademico/consiglio di amministrazione	28/10/2024
Data della consultazione con le organizzazioni rappresentative a livello locale della produzione, servizi, professioni	22/11/2016 - 27/10/2020
Data del parere favorevole del Comitato regionale di Coordinamento	02/12/2016



Sintesi della relazione tecnica del nucleo di valutazione

Le motivazioni per l'attivazione del Corso appaiono opportunamente descritte e documentate, anche in relazione alla  domanda di formazione e al contesto nazionale e internazionale nelle aree di interesse. Tali motivazioni appaiono inoltre perfettamente in linea con la programmazione strategica dell'Ateneo, che ha indicato nell'internazionalizzazione dell'offerta formativa uno dei percorsi di sviluppo di maggiore rilievo.

I profili di competenza e i risultati di apprendimento attesi sono individuati con chiarezza, anche avvantaggiandosi della pluriennale esperienza del Master in Tourism Management dell'Università IULM (MTM), anch'esso erogato in lingua inglese.

Per l'erogazione del Corso l'Ateneo può garantire adeguate risorse sia finanziarie, sia strutturali, che possono garantire adeguate dotazioni di docenza (come evidenziato sia dall'attuale composizione dell'organico, sia dalle iniziative di reclutamento già in stato avanzato), laboratoriali e logistiche.

La sussistenza di un efficace meccanismo di Assicurazione della Qualità appare sufficientemente garantito dal buon funzionamento del sistema già vigente per gli altri corsi dell'Ateneo, che ha finora consentito il monitoraggio dell'andamento dell'attività in relazione agli obiettivi e la formulazione delle eventuali azioni correttive.

Tutte le informazioni utili alla definizione dell'ordinamento risultano presenti nella SUA-CdS. Alla luce delle evidenze raccolte il Nucleo di Valutazione ha dunque accertato il possesso dei requisiti per l'accreditamento iniziale ai fini dell'istituzione del Corso di laurea magistrale in "Hospitality and Tourism Management", esprimendo dunque il proprio parere favorevole.



Relazione Nucleo di Valutazione per accreditamento



*La relazione completa del NdV necessaria per la procedura di accreditamento dei corsi di studio deve essere inserita nell'apposito spazio all'interno della scheda SUA-CdS denominato "Relazione Nucleo di Valutazione per accreditamento" entro e non oltre il 28 febbraio di ogni anno **SOLO per i corsi di nuova istituzione**. La relazione del Nucleo può essere redatta seguendo i criteri valutativi, di seguito riepilogati, dettagliati nelle linee guida ANVUR per l'accreditamento iniziale dei Corsi di Studio di nuova attivazione, consultabili sul sito dell'ANVUR*

Linee guida ANVUR

- 1. Motivazioni per la progettazione/attivazione del CdS*
- 2. Analisi della domanda di formazione*
- 3. Analisi dei profili di competenza e dei risultati di apprendimento attesi*
- 4. L'esperienza dello studente (Analisi delle modalità che verranno adottate per garantire che l'andamento delle attività formative e dei risultati del CdS sia coerente con gli obiettivi e sia gestito correttamente rispetto a criteri di qualità con un forte impegno alla collegialità da parte del corpo docente)*
- 5. Risorse previste*
- 6. Assicurazione della Qualità*

Le motivazioni per l'attivazione del Corso appaiono opportunamente descritte e documentate, anche in relazione alla domanda di formazione e al contesto nazionale e internazionale nelle aree di interesse. Tali motivazioni appaiono inoltre perfettamente in linea con la programmazione strategica dell'Ateneo, che ha indicato nell'internazionalizzazione dell'offerta formativa uno dei percorsi di sviluppo di maggiore rilievo.

I profili di competenza e i risultati di apprendimento attesi sono individuati con chiarezza, anche avvantaggiandosi della pluriennale esperienza del Master in Tourism Management dell'Università IULM (MTM), anch'esso erogato in lingua inglese.

Per l'erogazione del Corso l'Ateneo può garantire adeguate risorse sia finanziarie, sia strutturali, che possono garantire adeguate dotazioni di docenza (come evidenziato sia dall'attuale composizione dell'organico, sia dalle iniziative di reclutamento già in stato avanzato), laboratoriali e logistiche.

La sussistenza di un efficace meccanismo di Assicurazione della Qualità appare sufficientemente garantito dal buon funzionamento del sistema già vigente per gli altri corsi dell'Ateneo, che ha finora consentito il monitoraggio dell'andamento dell'attività in relazione agli obiettivi e la formulazione delle eventuali azioni correttive.

Tutte le informazioni utili alla definizione dell'ordinamento risultano presenti nella SUA-CdS. Alla luce delle evidenze raccolte il Nucleo di Valutazione ha dunque accertato il possesso dei requisiti per l'accreditamento iniziale ai fini dell'istituzione del Corso di laurea magistrale in "Hospitality and Tourism Management", esprimendo dunque il proprio parere favorevole.



Sintesi del parere del comitato regionale di coordinamento

R^{AD}

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Parere del Comitato dei Rettori - 2 dicembre 2016 -



Certificazione sul materiale didattico e servizi offerti [corsi telematici]
R^aD

Offerta didattica erogata

	Sede	Coorte	CUIN	Insegnamento	Settori insegnamento	Docente	Settore docente	Ore di didattica assistita
1	015146	2025	582500632	ACCOUNTING AND FINANCIAL MANAGEMENT IN TOURISM <i>semestrale</i>	SECS-P/09	Docente di riferimento Ruggero SAINAGHI CV <i>Professore Associato confermato</i>	SECS-P/07	48
2	015146	2025	582500635	BUSINESS COMMUNICATION IN TOURISM <i>semestrale</i>	L-LIN/12	Elisabeth Marida ORNAGHI CV		48
3	015146	2024	582500188	COMMUNICATIONS SKILLS FOR INNOVATION <i>semestrale</i>	L-LIN/12	Docente di riferimento Raffaella BOSSI CV <i>Attivita' di insegnamento (art. 23 L. 240/10)</i>		48
4	015146	2024	582500626	CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AND SUSTAINABILITY <i>semestrale</i>	SECS-P/07	Stefania BERTOLINI CV		24
5	015146	2025	582500633	CULTURAL HERITAGE, ARTS AND TOURISM <i>semestrale</i>	L-ART/06	Docente di riferimento Martha Mary FRIEL CV <i>Professore Associato (L. 240/10)</i>	SECS-P/08	36
6	015146	2025	582500633	CULTURAL HERITAGE, ARTS AND TOURISM <i>semestrale</i>	L-ART/06	Nicola BELLINI CV <i>Professore Ordinario Scuola Superiore di Studi Universitari e Perfezionamento Sant'Anna</i>	SECS-P/08	20
7	015146	2025	582500633	CULTURAL HERITAGE, ARTS AND TOURISM <i>semestrale</i>	L-ART/06	Roberto DANEO CV		16
8	015146	2024	582500185	CUSTOMER EXPERIENCE DESIGN THROUGH DATA AND TECHNOLOGY <i>semestrale</i>	SECS-P/08	Stefania BOFFA CV <i>Ricercatore a t.d.-t.pieno (L. 79/2022)</i>		24
9	015146	2024	582500185	CUSTOMER EXPERIENCE	SECS-P/08	Guido FERILLI CV	SECS-P/06	24

				DESIGN THROUGH DATA AND TECHNOLOGY <i>semestrale</i>		Professore Associato (L. 240/10)		
10	015146	2024	582500185	CUSTOMER EXPERIENCE DESIGN THROUGH DATA AND TECHNOLOGY <i>semestrale</i>	SECS-P/08	Alessio PISA		24
11	015146	2024	582500177	E-TOURISM TECHNOLOGY, METHODS AND BIG DATA (modulo di E-TOURISM TECHNOLOGY AND DIGITAL MARKETING) <i>semestrale</i>	SECS-S/03	Bruno Giuseppe SFOGLIARINI CV Attivita' di insegnamento (art. 23 L. 240/10)		48
12	015146	2024	582500628	FOOD & BEVERAGE MANAGEMENT <i>semestrale</i>	SECS-P/08	Regina BRIX		24
13	015146	2024	582500624	GENDER AND DIVERSITY IN TOURISM AND HOSPITALITY <i>semestrale</i>	SECS-P/07	Docente di riferimento Anna SCUTTARI CV Professore Associato (L. 240/10)	SECS-P/07	24
14	015146	2025	582500634	GEOGRAPHY FOR SUSTAINABLE TOURISM DEVELOPMENT <i>semestrale</i>	M-GGR/01	Marco MAGGIOLI CV Professore Ordinario (L. 240/10)	M-GGR/01	24
15	015146	2025	582500634	GEOGRAPHY FOR SUSTAINABLE TOURISM DEVELOPMENT <i>semestrale</i>	M-GGR/01	Armando PERES CV		24
16	015146	2025	582500634	GEOGRAPHY FOR SUSTAINABLE TOURISM DEVELOPMENT <i>semestrale</i>	M-GGR/01	Jarkko Juhani SAARINEN CV		24
17	015146	2024	582500191	GEOGRAPHY OF TOURISM POLICIES AND INNOVATION (modulo di CREATIVITY AND DESIGN OF TOURISM POLICIES) <i>semestrale</i>	M-GGR/01	Giovanni BAIOCCHETTI		48
18	015146	2025	582500636	HOSPITALITY AND SERVICE MANAGEMENT <i>semestrale</i>	SECS-P/07	Docente di riferimento Manuela DE CARLO CV Professore	SECS-P/07	24

Ordinario (L.
240/10)

19	015146	2025	582500636	HOSPITALITY AND SERVICE MANAGEMENT <i>semestrale</i>	SECS-P/07	Kevin MURPHY CV		24
20	015146	2025	582500631	HUMAN RESOURCE MANAGEMENT IN TOURISM <i>semestrale</i>	SECS-P/10	Luca QUARATINO CV <i>Ricercatore confermato</i>	SECS-P/10	48
21	015146	2024	582500172	ICT AND DIGITAL MARKETING FOR THE TOURISM INDUSTRY (modulo di E-TOURISM TECHNOLOGY AND DIGITAL MARKETING) <i>semestrale</i>	SECS-P/08	Emanuele MELE CV		24
22	015146	2024	582500172	ICT AND DIGITAL MARKETING FOR THE TOURISM INDUSTRY (modulo di E-TOURISM TECHNOLOGY AND DIGITAL MARKETING) <i>semestrale</i>	SECS-P/08	Dennis Giacomo VALLE		24
23	015146	2025	582500630	INTRODUCTION TO DIGITAL MARKETING FOR TOURISM (modulo di TOURISM MARKETING) <i>semestrale</i>	SECS-P/08	Emanuele MELE CV		48
24	015146	2025	582500638	INTRODUCTION TO TOURISM DATA ANALYSIS (modulo di TOURISM MARKETING) <i>semestrale</i>	SECS-S/03	Docente di riferimento Anna SCUTTARI CV <i>Professore Associato (L. 240/10)</i>	SECS-P/07	48
25	015146	2024	582500625	LOCAL DEVELOPMENT PROCESSES AND TOURISM <i>semestrale</i>	SPS/10	Docente di riferimento Giorgio TAVANO BLESSI CV <i>Ricercatore a t.d. - t.pieno (art. 24 c.3-a L. 240/10)</i>	SPS/10	24
26	015146	2024	582500627	LUXURY HOSPITALITY <i>semestrale</i>	SECS-P/08	Serena ROVAI CV		24
27	015146	2024	582500180	NEW TRAVEL TRENDS (modulo di CREATIVITY AND DESIGN OF TOURISM)	M-DEA/01	Barbara NEUHOFER		24

POLICIES) semestrale								
28	015146	2024	582500180	NEW TRAVEL TRENDS (modulo di CREATIVITY AND DESIGN OF TOURISM POLICIES) semestrale	M-DEA/01	Giacomo POZZI <i>Ricercatore a t.d.-t.pieno (L. 79/2022)</i>	M-DEA/01 24	
29	015146	2024	582500189	OPTIMIZATION IN DECISION MAKING semestrale	SECS-P/09	Luciano SCAURI CV	72	
30	015146	2024	582500623	PLACE ATTRACTIVENESS AND BIG EVENTS semestrale	L-ART/06	Paolo VERRI CV	24	
31	015146	2025	582500637	STRATEGIC MARKETING FOR TOURISM (modulo di TOURISM MARKETING) semestrale	SECS-P/08	Docente di riferimento Martha Mary FRIEL CV <i>Professore Associato (L. 240/10)</i>	SECS-P/08 12	
32	015146	2025	582500637	STRATEGIC MARKETING FOR TOURISM (modulo di TOURISM MARKETING) semestrale	SECS-P/08	Valeriya SHAPOVAL CV	36	
33	015146	2024	582500186	STRATEGY DESIGN FOR SUSTAINABLE DESTINATIONS semestrale	SECS-P/07	Docente di riferimento Ruggero SAINAGHI CV <i>Professore Associato confermato</i>	SECS-P/07 12	
34	015146	2024	582500186	STRATEGY DESIGN FOR SUSTAINABLE DESTINATIONS semestrale	SECS-P/07	Pietro BERITELLI	36	
							ore totali	1056

Navigatore Repliche

	Tipo	Cod. Sede	Descrizione Sede Replica
--	------	-----------	--------------------------

PRINCIPALE



Curriculum: Hospitality and Tourism Management (University of Central Florida)

Attività caratterizzanti	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
Discipline economiche e gestionali	SECS-P/07 Economia aziendale	30	30	24 - 42
	↳ HOSPITALITY AND SERVICE MANAGEMENT (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl			
	↳ HOSPITALITY AND TOURISM STRATEGIC ISSUES (2 anno) - 6 CFU - obbl			
	SECS-P/08 Economia e gestione delle imprese			
	↳ INTRODUCTION TO DIGITAL MARKETING FOR TOURISM (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl			
↳ STRATEGIC MARKETING FOR TOURISM (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl				
Discipline storiche, delle arti e dello spettacolo	SECS-P/10 Organizzazione aziendale	9	9	9 - 18
	↳ HUMAN RESOURCE MANAGEMENT IN TOURISM (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl			
Discipline giuridiche, sociali e antropologico-culturali	L-ART/06 Cinema, fotografia e televisione	15	15	6 - 18
	↳ CULTURAL HERITAGE, ARTS AND TOURISM (1 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl			
Discipline geografiche-	SECS-S/03 Statistica economica	9	9	9 - 18
	↳ INTRODUCTION TO TOURISM DATA ANALYSIS (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl			
	↳ DATA ANALYSIS IN HOSPITALITY AND TOURISM RESEARCH (2 anno) - 9 CFU - obbl			
	M-GGR/01 Geografia			

territoriali	↳ GEOGRAPHY FOR SUSTAINABLE TOURISM DEVELOPMENT (1 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl			
Lingue straniere	L-LIN/12 Lingua e traduzione - lingua inglese ↳ BUSINESS COMMUNICATION IN TOURISM (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl ↳ COMMUNICATION SKILLS (2 anno) - 9 CFU - obbl	15	15	9 - 15
Minimo di crediti riservati dall'ateneo: - (minimo da D.M. 48)				
Totale attività caratterizzanti			78	57 - 111

Attività affini	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
Attività formative affini o integrative	SECS-P/09 Finanza aziendale ↳ ACCOUNTING AND FINANCIAL MANAGEMENT IN TOURISM (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl ↳ FEASIBILITY STUDIES FOR THE HOSPITALITY/TOURISM ENTERPRISES (2 anno) - 12 CFU - obbl	18	18	12 - 24 min 12
Totale attività Affini			18	12 - 24

Altre attività		CFU	CFU Rad
A scelta dello studente		9	9 - 15
Per la prova finale		12	12 - 18
Ulteriori attività formative (art. 10, comma 5, lettera d)	Ulteriori conoscenze linguistiche	-	0 - 6
	Abilità informatiche e telematiche	-	-
	Tirocini formativi e di orientamento	-	-
	Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro	3	0 - 6
Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. d		3	
Per stages e tirocini presso imprese, enti pubblici o privati, ordini professionali		-	-
Totale Altre Attività		24	24 - 45

CFU totali per il conseguimento del titolo

120

CFU totali inseriti nel curriculum *Hospitality and Tourism Management (University of Central Florida)*:120 93 -
180

Navigatore Repliche

	Tipo	Cod. Sede	Descrizione Sede Replica
	PRINCIPALE		

Curriculum: Sustainable destination management and communication

Attività caratterizzanti	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
Discipline economiche e gestionali	SECS-P/07 Economia aziendale	36	36	24 - 42
	↳ HOSPITALITY AND SERVICE MANAGEMENT (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl			
	↳ STRATEGY DESIGN FOR SUSTAINABLE DESTINATIONS (2 anno) - 6 CFU - obbl			
	SECS-P/08 Economia e gestione delle imprese			
	↳ INTRODUCTION TO DIGITAL MARKETING FOR TOURISM (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl			
	↳ STRATEGIC MARKETING FOR TOURISM (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl			
	↳ SOCIAL MEDIA MARKETING AND COMMUNICATION FOR LUXURY BUSINESSES (2 anno) - 6 CFU - obbl			
Discipline storiche, delle arti e dello spettacolo	SECS-P/10 Organizzazione aziendale	9	9	9 - 18
	↳ HUMAN RESOURCE MANAGEMENT IN TOURISM (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl			
Discipline giuridiche, sociali e	L-ART/06 Cinema, fotografia e televisione	6	6	6 - 18
	↳ CULTURAL HERITAGE, ARTS AND TOURISM (1 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl			
	SECS-S/03 Statistica economica			

antropologico-culturali	↳ <i>INTRODUCTION TO TOURISM DATA ANALYSIS (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>			
Discipline geografiche-territoriali	M-GGR/01 Geografia ↳ <i>GEOGRAPHY FOR SUSTAINABLE TOURISM DEVELOPMENT (1 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i> ↳ <i>TRANSITION MANAGEMENT IN POST-CRISIS CULTURES (2 anno) - 6 CFU - obbl</i>	15	15	9 - 18
Lingue straniere	L-LIN/12 Lingua e traduzione - lingua inglese ↳ <i>BUSINESS COMMUNICATION IN TOURISM (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i> ↳ <i>INTERCULTURAL COMMUNICATION (2 anno) - 6 CFU - obbl</i>	12	12	9 - 15
Minimo di crediti riservati dall'ateneo: - (minimo da D.M. 48)				
Totale attività caratterizzanti			78	57 - 111

Attività affini	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
Attività formative affini o integrative	ING-INF/05 Sistemi di elaborazione delle informazioni ↳ <i>QUANTITATIVE METHODS AND BIG DATA IN TOURISM (2 anno) - 6 CFU - obbl</i>	18	18	12 - 24 min 12
	SECS-P/06 Economia applicata ↳ <i>ECO SOCIAL ECONOMICS AND POLICY DESIGN (2 anno) - 6 CFU - obbl</i>			
	SECS-P/09 Finanza aziendale ↳ <i>ACCOUNTING AND FINANCIAL MANAGEMENT IN TOURISM (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>			
Totale attività Affini			18	12 - 24

Altre attività		CFU	CFU Rad
A scelta dello studente		9	9 - 15
Per la prova finale		12	12 - 18
Ulteriori attività formative (art. 10, comma 5, lettera d)	Ulteriori conoscenze linguistiche	-	0 - 6
	Abilità informatiche e telematiche	-	-
	Tirocini formativi e di orientamento	-	-
	Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro	3	0 - 6
Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. d		3	
Per stages e tirocini presso imprese, enti pubblici o privati, ordini professionali		-	-
Totale Altre Attività		24	24 - 45

CFU totali per il conseguimento del titolo	120	
CFU totali inseriti nel curriculum <i>Sustainable destination management and communication</i>:	120	93 - 180

Navigatore Repliche			
	Tipo	Cod. Sede	Descrizione Sede Replica
	PRINCIPALE		

Curriculum: Digital technologies and data for tourism and creative industries

Attività caratterizzanti	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
Discipline economiche e gestionali	SECS-P/07 Economia aziendale	36	36	24 - 42
	↳ <i>HOSPITALITY AND SERVICE MANAGEMENT (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>			
	SECS-P/08 Economia e gestione delle imprese			
	↳ <i>INTRODUCTION TO DIGITAL MARKETING FOR TOURISM (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>			
	↳ <i>STRATEGIC MARKETING FOR TOURISM (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>			
	↳ <i>SOCIAL MEDIA MARKETING AND COMMUNICATION FOR LUXURY BUSINESSES (2 anno) - 6 CFU - obbl</i>			

	<p>↳ <i>DIGITAL TRANSFORMATION AND EXPERIENCE DESIGN IN TOURISM (2 anno) - 6 CFU - obbl</i></p> <hr/> <p>SECS-P/10 Organizzazione aziendale</p> <hr/> <p>↳ <i>HUMAN RESOURCE MANAGEMENT IN TOURISM (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i></p> <hr/>			
Discipline storiche, delle arti e dello spettacolo	<p>L-ART/06 Cinema, fotografia e televisione</p> <hr/> <p>↳ <i>CULTURAL HERITAGE, ARTS AND TOURISM (1 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i></p> <hr/>	9	9	9 - 18
Discipline giuridiche, sociali e antropologico-culturali	<p>SECS-S/03 Statistica economica</p> <hr/> <p>↳ <i>INTRODUCTION TO TOURISM DATA ANALYSIS (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i></p> <hr/>	6	6	6 - 18
Discipline geografiche-territoriali	<p>M-GGR/01 Geografia</p> <hr/> <p>↳ <i>GEOGRAPHY FOR SUSTAINABLE TOURISM DEVELOPMENT (1 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i></p> <hr/>	9	9	9 - 18
Lingue straniere	<p>L-LIN/12 Lingua e traduzione - lingua inglese</p> <hr/> <p>↳ <i>BUSINESS COMMUNICATION IN TOURISM (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i></p> <hr/> <p>↳ <i>INTERCULTURAL COMMUNICATION (2 anno) - 6 CFU - obbl</i></p> <hr/>	12	12	9 - 15
Minimo di crediti riservati dall'ateneo: - (minimo da D.M. 48)				
Totale attività caratterizzanti			72	57 - 111

Attività affini	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
Attività formative affini o integrative	<p>INF/01 Informatica</p> <hr/> <p>↳ <i>DATA-DRIVEN ARTIFICIAL INTELLIGENCE FOR TOURISM (2 anno) - 3 CFU - obbl</i></p> <hr/> <p>ING-INF/05 Sistemi di elaborazione delle informazioni</p> <hr/>	24	24	12 - 24 min 12

↳	QUANTITATIVE METHODS AND BIG DATA IN TOURISM (2 anno) - 6 CFU - obbl		
SECS-P/09 Finanza aziendale			
↳	ACCOUNTING AND FINANCIAL MANAGEMENT IN TOURISM (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl		
↳	REVENUE MANAGEMENT FOR THE HOSPITALITY INDUSTRY (2 anno) - 9 CFU - obbl		
Totale attività Affini		24	12 - 24

Altre attività		CFU	CFU Rad
A scelta dello studente		9	9 - 15
Per la prova finale		12	12 - 18
Ulteriori attività formative (art. 10, comma 5, lettera d)	Ulteriori conoscenze linguistiche	-	0 - 6
	Abilità informatiche e telematiche	-	-
	Tirocini formativi e di orientamento	-	-
	Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro	3	0 - 6
Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. d		3	
Per stages e tirocini presso imprese, enti pubblici o privati, ordini professionali		-	-
Totale Altre Attività		24	24 - 45

CFU totali per il conseguimento del titolo **120**

CFU totali inseriti nel curriculum *Digital technologies and data for tourism and creative industries*: 120 93 - 180

Navigatore Repliche		
Tipo	Cod. Sede	Descrizione Sede Replica

PRINCIPALE



Raggruppamento settori

per modificare il raggruppamento dei settori



Attività caratterizzanti R^{AD}

ambito disciplinare	settore	CFU		minimo da D.M. per l'ambito
		min	max	
Discipline economiche e gestionali	SECS-P/01 Economia politica SECS-P/07 Economia aziendale SECS-P/08 Economia e gestione delle imprese SECS-P/10 Organizzazione aziendale	24	42	6
Discipline storiche, delle arti e dello spettacolo	L-ART/01 Storia dell'arte medievale L-ART/02 Storia dell'arte moderna L-ART/03 Storia dell'arte contemporanea L-ART/04 Museologia e critica artistica e del restauro L-ART/05 Discipline dello spettacolo L-ART/06 Cinema, fotografia e televisione L-ART/07 Musicologia e storia della musica M-STO/04 Storia contemporanea SECS-P/12 Storia economica	9	18	6
Discipline giuridiche, sociali e antropologico-culturali	IUS/13 Diritto internazionale IUS/14 Diritto dell'unione europea SECS-S/03 Statistica economica SECS-S/05 Statistica sociale SPS/07 Sociologia generale SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi SPS/09 Sociologia dei processi economici e del lavoro SPS/10 Sociologia dell'ambiente e del territorio	6	18	6

Discipline geografiche-territoriali	ICAR/15 Architettura del paesaggio			
	M-GGR/01 Geografia			
	M-GGR/02 Geografia economico-politica	9	18	6
Lingue straniere	L-LIN/04 Lingua e traduzione - lingua francese			
	L-LIN/07 Lingua e traduzione - lingua spagnola			
	L-LIN/09 Lingua e traduzione - lingue portoghese e brasiliana	9	15	6
	L-LIN/12 Lingua e traduzione - lingua inglese			
	L-LIN/14 Lingua e traduzione - lingua tedesca			
Minimo di crediti riservati dall'ateneo minimo da D.M. 48:		-		
Totale Attività Caratterizzanti		57 - 111		

▶ **Attività affini**
R²D

ambito disciplinare	CFU		minimo da D.M. per l'ambito
	min	max	
Attività formative affini o integrative	12	24	12
Totale Attività Affini			12 - 24



Altre attività R^{AD}

ambito disciplinare		CFU min	CFU max
A scelta dello studente		9	15
Per la prova finale		12	18
Ulteriori attività formative (art. 10, comma 5, lettera d)	Ulteriori conoscenze linguistiche	0	6
	Abilità informatiche e telematiche	-	-
	Tirocini formativi e di orientamento	-	-
	Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro	0	6
Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. d		3	
Per stages e tirocini presso imprese, enti pubblici o privati, ordini professionali		-	-
Totale Altre Attività		24 - 45	



Riepilogo CFU R^{AD}

CFU totali per il conseguimento del titolo	120
Range CFU totali del corso	93 - 180



Comunicazioni dell'ateneo al CUN R^{AD}

La modifica di ordinamento si è resa necessaria in seguito alla comunicazione da parte della Université Grenoble Alpes (UGA - ricevuta da IULM nel settembre 2020) della volontà di interrompere l'accordo di dual degree in essere, per ragioni di loro scelta interna indipendenti dalla nostra volontà.

La modifica di ordinamento necessaria per dare formale seguito all'annullamento del dual degree con UGA è stata l'occasione di progettare due nuovi indirizzi di specializzazione nel secondo anno di corso, in due ambiti giudicati particolarmente rilevanti alla luce del confronto con i rappresentanti delle imprese e delle istituzioni di settore organizzato dal CdS a ottobre 2020 e delle recenti rilevazioni sui fabbisogni di formazione del settore: (i) Digital Technologies and Data for Tourism and Creative Industries e (ii) Sustainable Destinations Management and Communication.

Sono stati inoltre attivati nuovi accordi di mobilità internazionale (tra cui quello con l'Université Catholique de Lille) per consentire comunque un'esperienza di studio in Francia sui temi dello sviluppo territoriale caratterizzanti l'esperienza presso UGA.



Motivi dell'istituzione di più corsi nella classe

R^{ad}



Note relative alle attività di base

R^{ad}



Note relative alle attività caratterizzanti

R^{ad}



Note relative alle altre attività

R^{ad}