

**Facoltà di Arti, turismo e mercati**

Corso di Laurea Magistrale in Management dell'ospitalità e del turismo

Classe di appartenenza LM-49 - Progettazione e gestione dei sistemi turistici

Nome inglese del corso – Hospitality and Tourism Management

**REGOLAMENTO DIDATTICO – ANNO ACCADEMICO 2019/2020**

**Presentazione**

Il corso di laurea magistrale in Hospitality and Tourism Management è un programma interateneo realizzato dall'Università IULM in partnership con la University of Central Florida (UCF) e la Université de Grenoble Alpes (UGA).

L'organizzazione del corso prevede che i corsi del primo anno siano attivati presso l'Università IULM a Milano e che nel secondo anno gli studenti possano scegliere tra tre indirizzi di specializzazione su tre sedi universitarie:

- relativamente all'indirizzo in Innovation Creativity and Tourism i corsi sono attivati presso l'università IULM a Milano;
- relativamente all'indirizzo in Hospitality and Tourism Management i corsi sono attivati presso la University of Central Florida a Orlando negli Stati Uniti (UCF);
- relativamente all'indirizzo in Innovation et territoire i corsi sono attivati presso l'Université de Grenoble Alpes in Francia (UGA).

Gli studenti potranno quindi decidere di completare il percorso di studio con un secondo anno in Italia presso IULM oppure all'estero presso UCF o, in alternativa, presso UGA.

Gli studenti che frequentano i corsi del secondo anno presso UCF ottengono un doppio titolo da parte di IULM e UCF. Gli studenti che frequentano i corsi del secondo anno presso UGA ottengono un doppio titolo da parte di IULM e UGA.

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. Il programma integra conoscenze funzionali e di settore secondo il punto di vista tipico di chi si prepara ad assumere ruoli direttivi in azienda.

Il corso si caratterizza per un mix didattico con un forte peso di sessioni dedicate alla discussione di casi, simulazioni, esercitazioni, spesso in gruppi di lavoro, lezioni di manager e professionisti, workshop con esperti di settore e giornate di formazione in azienda

Il Corso di laurea è realizzato in partnership con il Rosen College of Hospitality Management (RC) della University of Central Florida (UCF) negli Stati Uniti e con il Département Territoires-Cité des Territoires dell'Université de Grenoble (UdG) in Francia.

In particolare:

- il primo anno è realizzato in lingua inglese presso l'Università IULM con l'obiettivo di trasferire agli studenti una base comune di conoscenze e 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 articolato in tre indirizzi alternativi. Il primo indirizzo in Innovation Creativity and Tourism in lingua inglese, è svolto sia presso l'Università IULM a Milano, l'indirizzo in Hospitality and Tourism è svolto presso la University of Central Florida di Orlando (Stati Uniti). L'indirizzo in Innovation et territoire, in lingua francese, è svolto presso l'Université de Grenoble in Francia.

Gli studenti che frequentano l'indirizzo in Innovation et Territoire conseguono oltre alla Laurea magistrale in Hospitality and Tourism Management IULM, il diploma di Master mention Sciences du Territoire dell'Université de Grenoble.

Gli studenti che frequentano l'indirizzo in Hospitality and Tourism Management 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.

Gli studenti che frequentano l'indirizzo in Innovation, Creativity and Tourism in IULM hanno la possibilità di frequentare un semestre come exchange students nell'ambito del programma di mobilità internazionale progettato per il Corso di laurea. Il programma include una proposta di corsi in una rete di università eccellenti sui temi del turismo all'estero 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

I laureati in Hospitality and Tourism Management sono tipicamente inseriti nelle diverse funzioni aziendali in imprese di varia dimensione che operano, a livello locale o globale, nel comparto turistico, in società di consulenza e in start up all'interno di questi settori. Altre possibilità di sbocco sono le aziende responsabili dello sviluppo turistico dei territori sia in ambito privato che pubblico

### **Obiettivi formativi specifici e descrizione del percorso formativo**

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

- 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;
- 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;
- proporre una visione generale 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).
- favorire una specializzazione dei partecipanti in due ambiti gestionali tipici del turismo:
  - o la gestione delle aziende dell'hospitality, del turismo e di settori collegati (industrie creative, food, fashion e così via), attraverso gli indirizzi in Hospitality and Tourism Management e Innovation Creativity and Tourism;
  - o la gestione delle destinazioni turistiche e dei sistemi territoriali attraverso l'indirizzo in Innovation et Territoire).

Nell'ambito del primo ambito il corso mira a formare professionisti in grado di interpretare le dinamiche evolutive del settore, stimolare processi di innovazione, anche attraverso l'impiego delle ICT, e di sviluppo sostenibile delle imprese dei diversi settori del turismo.

Nell'ambito del secondo ambito il corso mira a favorire e trasferire conoscenze teorico-metodologiche e competenze applicative per la valorizzazione e l'innovazione dei territori a fini turistici principalmente nella prospettiva della sostenibilità e trasferire conoscenze e competenze per la gestione e la valorizzazione dei patrimoni culturali locali per la messa in valore dei territori e la loro interazione a fini turistici.

Attraverso questi obiettivi si intende favorire un rapido ed efficace inserimento dei diplomati nei principali ruoli manageriali. Coerentemente con gli obiettivi delineati la struttura del corso di laurea prevede:

- un primo anno, in lingua inglese, presso l'Università IULM di Milano in cui si acquisiscono conoscenze e competenze comuni relativamente all'area della gestione delle organizzazioni dei settori dell'ospitalità e del turismo, all'analisi della domanda turistica e del marketing dei servizi turistici, alla gestione delle risorse umane nelle organizzazioni dei servizi e del turismo, all'analisi delle performance economico-finanziarie e alle scelte di convenienza economica nelle aziende del turismo, all'impatto delle tecnologie digitali sui principali processi aziendali delle aziende del turismo, alla valorizzazione del patrimonio culturale in chiave turistica e ai principi di sviluppo sostenibile applicati alle imprese dell'ospitalità e ai territori.
- un secondo anno in cui gli studenti scelgono tra tre percorsi di specializzazione alternativi:
  - a) una specializzazione in Innovation Creativity and Tourism, in inglese, presso l'Università IULM;
  - b) una specializzazione nella gestione delle imprese dell'ospitalità, in lingua inglese, presso il Rosen College of Hospitality Management della UCF;
  - c) una specializzazione nella gestione delle destinazioni turistiche e dei territori, in lingua francese, presso l'Institut de Géographie Alpine di UGA, in Francia.

Nel percorso sub a) gli studenti approfondiranno le nuove tendenze del turismo creativo, acquisiranno una solida base di conoscenze nell'area del digital marketing anche attraverso l'analisi di big data, acquisiranno strumenti per la progettazione di esperienze turistiche innovative anche attraverso l'impiego della tecnologia e la valorizzazione di sinergie con i settori della cultura, della moda e del Made in Italy. Gli studenti che scelgono questo indirizzo avranno la possibilità di frequentare un semestre all'estero.

Nel percorso sub b) gli studenti approfondiranno le più avanzate tecniche di analisi dei dati sull'evoluzione della domanda e dei mercati del turismo, acquisiranno strumenti di gestione strategica delle aziende dei settori dell'ospitalità utilizzati dalle aziende leader di questi settori, impareranno a realizzare studi di fattibilità per nuovi prodotti e processi in ambito turistico e potranno costruire un percorso formativo personalizzato attraverso gli esami opzionali proposti dal Rosen College. Rosen College, grazie alla sua vasta rete di imprese partner che include tutti i maggiori gruppi del settore hospitality a livello internazionale e la sua intensa attività di ricerca e formazione sui temi dell'hospitality management, costituisce un contesto privilegiato di formazione su questi temi.

Nel percorso sub c) gli studenti acquisiranno modelli per valutare il potenziale di sviluppo di un territorio, apprenderanno strumenti di creatività e innovazione territoriale anche attraverso la partecipazione a numerosi laboratori e progetti sul campo. Gli studenti seguiranno i loro corsi nell'ambito dell'Institut de Géographie Alpine di UGA che da anni svolge attività di ricerca sui temi dell'innovazione territoriale e partecipa a numerosi progetti di sviluppo territoriale locale.

Gli obiettivi della LM sono perseguiti attraverso:

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

- i. corsi a distanza (per il trasferimento dei contenuti di base e la creazione di un comune background concettuale su cui innestare contenuti più avanzati);
- 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 partner aziendali;
- iv. training on the job attraverso laboratori didattici in azienda o tenuti da professionisti e manager del settore come parte integrante degli insegnamenti ufficiali.

2. il trasferimento continuo nella didattica dei risultati di attività di ricerca sviluppate in partnership con la University of Central Florida e l'Université de Grenoble Alpes su contenuti rilevanti per l'innovazione e il progresso delle aziende e dei sistemi turistici territoriali;

3. il dialogo permanente con una rete di imprese partner volto a individuare le aree di innovazione e di conoscenza più rilevanti per le imprese dei diversi settori del turismo, e per i territori e a sviluppare contenuti didattici coerenti con i nuovi bisogni gestionali.

La quota riservata a disposizione dello studente per lo studio personale o per altre attività formative di tipo individuale è pari al 68% dell'impegno orario complessivo, salvo nel caso in cui siano previste attività formative ad elevato contenuto sperimentale o pratico.

**Risultati di apprendimento attesi, espressi tramite i Descrittori europei del titolo di studio (DM 16/03/2007, art. 3, comma 7)**

*Conoscenza e capacità di comprensione (knowledge and understanding)*

Il corso di studio 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.

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; una capacità di analizzare criticamente la struttura e le dinamiche evolutive dei mercati del turismo e le strategie di marketing e di posizionamento delle imprese con particolare riferimento al comparto del turismo e ad alcune filiere collegate (agroalimentare, lusso, arte e spettacolo) anche attraverso l'impiego di tecnologie digitali e di strumenti di analisi dei big data.

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 destination management e destination marketing con una attenzione alla capacità di valutare il potenziale di valorizzazione del patrimonio storico-artistico a fini turistici.

La particolare struttura del corso di laurea permette agli studenti di acquisire solide competenze linguistiche e multi-culturali.

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.

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. 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.

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.

Attraverso un metodo didattico estremamente attivo (basato su un forte ricorso a 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 di analisi di mercato per la

formulazione di strategie di marketing; strumenti di analisi dell'impatto delle decisioni di gestione sui risultati economici e competitivi; valutazioni 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.

#### *Capacità di applicare conoscenza e comprensione (applying knowledge and understanding)*

Una particolare attenzione sarà attribuita alla capacità di sviluppare processi di innovazione partecipativa dei territori attraverso la progettazione di reti impresa finalizzate alla gestione di specifici prodotti territoriali e 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.

#### *Autonomia di giudizio (making judgements)*

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 specifiche scelte gestionali relative alle aree del marketing, della gestione delle risorse umane, della strategia, 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.

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, 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 (communication skills)*

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 obbligatorie 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 (learning skills)*

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.

### **Sbocchi occupazionali e professionali previsti per i laureati**

Il Corso di Laurea in Hospitality and Tourism Management prepara ad assumere ruoli di responsabilità nell'ambito dell'area marketing e commerciale, revenue management, digital marketing e e-commerce, guest relation di aziende del comparto del turismo e dei servizi (hospitality, travel online, tour operating e distribuzione turistica tradizionale, MICE, trasporti, crociere, retail di lusso) o nel marketing e la promozione di località turistiche.

In particolare il Corso di Laurea in Hospitality and Tourism Management prepara ai seguenti ruoli: Marketing & communication specialist manager - Business development manager - Hotel manager - Revenue manager - CRM manager - Digital marketing manager - Social media manager - Sales manager - Country manager - International sales manager - Sales and marketing manager - E-distribution and e-commerce manager - Responsabile programmazione di prodotti turistici per enti territoriali e destinazioni - Responsabile di prodotto/ destinazione presso tour operator - Responsabile di redazione presso stampa specializzata - PR and corporate communication manager per imprese e istituzioni del turismo - Destination manager - Responsabile progetti di marketing territoriale per la comunicazione e promozione delle destinazioni turistiche - Event manager - Convention bureau manager - Meeting and congress manager.

### **Norme relative all'accesso**

A partire dal 27 novembre 2018 potranno presentare domanda di ammissione attraverso i Servizi online le seguenti

tipologie di candidati:

- laureati e laureandi IULM della Classe delle lauree in Scienze del turismo (L-15): laureati o iscritti per l'a.a. 2018/19 che prevedono di laurearsi entro la sessione autunnale dell'a.a. 2018/19 (ovvero entro il 31 dicembre 2019) nei seguenti Corsi di laurea:

- Turismo: cultura e sviluppo dei territori

- Turismo, eventi e territori

- Turismo, cultura e territorio

- laureati e laureandi di altri Corsi IULM e di altri Atenei: laureati presso altri Atenei o presso IULM in Corsi diversi da quelli sopra elencati, iscritti presso altri Atenei o presso IULM in Corsi diversi da quelli sopra elencati per l'a.a. 2018/19 che prevedono di laurearsi entro la sessione autunnale dell'a.a. 2018/19 (ovvero entro il 31 dicembre 2019);

- laureati stranieri: cittadini italiani o stranieri (UE e/o extra UE) in possesso di titolo di ammissione di ordinamento straniero conseguito in Italia o all'estero. Verranno valutate caso per caso le carriere di studenti che prevedano di laurearsi entro il 31 dicembre 2019.

Requisiti curriculari di ammissione

La Segreteria studenti verificherà che il laureato o il laureando sia in possesso di almeno uno dei seguenti requisiti curriculari:

1) avere conseguito o stare per conseguire il titolo di laurea triennale in una delle seguenti Classi di laurea (o equipollenti) o titolo straniero equivalente:

- L-1 Beni culturali

- L-5 Filosofia

- L-6 Geografia

- L-10 Lettere

- L-11 Lingue e culture moderne
- L-12 Mediazione linguistica
- L-15 Scienze del turismo
- L-18 Scienze dell'economia e della gestione aziendale
- L-19 Scienze dell'educazione e della formazione
- L-20 Scienze della comunicazione
- L-33 Scienze economiche
- L-37 Scienze sociali per la cooperazione, lo sviluppo e la pace
- L-42 Storia

2) per gli studenti che hanno conseguito o stanno per conseguire il titolo di laurea triennale in classi diverse da quelle elencate al punto 1) avere acquisito o stare per acquisire almeno 60 CFU in uno o più dei seguenti settori scientifico-disciplinari:

- IUS/07, IUS/09
- L-LIN/12
- SECS-P/01, SECS P/02, SECS-P/03, SECS-P/05, SECS-P/06, SECS-P/07, SECS-P/08, SECS-P/09, SECS-P/10, SECS-P/11, SECS-P/13
- SPS/01, SPS/04, SPS/07, SPS/08, SPS/09, SPS/11, SPS/12
- SECS-S/01, SECS-S/02, SECS-S/03, SECS-S/04, SECS-S/05, SECS-S/06
- MAT/05, MAT/06, MAT/08, MAT/09
- M-PSI/01, M-PSI/05, M-PSI/06
- INF/01

### **Requisiti supplementari per l'accesso ai curriculum presso le Università straniere partner al secondo anno**

#### ***1) Indirizzo in Hospitality and Tourism Management presso University of Central Florida – Rosen College of Hospitality Management (UCF)***

Possesso dei requisiti di ammissione indicati da UCF

[http://www.admissions.graduate.ucf.edu/International\\_Applicants/Admission\\_Requirements/http://www.intl.ucf.edu](http://www.admissions.graduate.ucf.edu/International_Applicants/Admission_Requirements/http://www.intl.ucf.edu)

- certificato TOEFL con votazione minima di 220 (computer-based) o di 80 (internet-based) ovvero certificato IELTS con un punteggio minimo di 6.5, conseguito da meno di due anni o, se ancora da conseguire, da ottenere preferibilmente entro la conferma dell'iscrizione al primo anno e comunque non oltre il 31 ottobre 2019;

- media di laurea espressa sulla scala GPA di almeno 3.0 su 4.0 (corrispondente di norma a un voto medio di presentazione all'esame di laurea del Corso di laurea di primo livello almeno pari a circa 27/30). La certificazione del GPA deve essere ottenuta dai seguenti enti WORLD EDUCATION SERVICES o JOSEF SINLY AND ASSOCIATES, INC. La certificazione del GPA deve essere consegnata all'atto dell'immatricolazione. La Segreteria si riserva di valutare caso per caso l'ammissione di studenti con un processo di certificazione ancora in corso;

- esami del primo anno del Corso di Laurea Magistrale Managing hospitality and guest services organization, Strategic marketing in hospitality and tourism, Critical issues in hospitality & tourism human resources superati con una votazione pari almeno a 26/30 (equivalente a B come da Convenzione con UCF).

## **2) Indirizzo in Innovation et Territoire presso Université Grenoble Alpes (UGA)**

Possesso dei requisiti di ammissione indicati da UGA

<https://www.univ-grenoble-alpes.fr/> <http://www.admission-postbac.fr/>

- certificazione internazionale di conoscenza del francese a livello B2 (DELF o TCF) - media degli esami del primo anno in IULM non inferiore al livello richiesto dalle condizioni di ammissione alla Université de Grenoble (12/14). Gli esami superati in IULM con un voto compreso tra 25 e 27 saranno considerati equivalenti a 12/14 nella scala di valutazione della Université de Grenoble.

Tali requisiti saranno verificati al momento della richiesta di iscrizione al secondo anno (entro le scadenze definite dalle Università partner). Il numero degli studenti ammissibili all'indirizzo Innovation et Territoire è pari a quattro per ciascun anno accademico, secondo quanto previsto dalla Convenzione con UGA; nel caso in cui le richieste fossero superiori a quattro verrà definita una graduatoria sulla base del voto del titolo di ammissione.

### ***Sessioni di svolgimento dei test di ammissione e termini di presentazione della domanda di ammissione***

- I sessione: 25 febbraio 2019 ore 14.30
- II sessione: 28 maggio 2019 ore 14.30
- III sessione: 9 luglio 2019 ore 14.30
- IV sessione: 3 settembre 2019 ore 14.30 (solo in caso di disponibilità di posti residui o solo per studenti extra-UE).

### ***La domanda di ammissione dovrà essere presentata entro:***

- I sessione: 25 febbraio 2019
- II sessione: 24 maggio 2019
- III sessione: 5 luglio 2019
- IV sessione: 30 agosto 2019

Gli studenti che non abbiano superato il test in una sessione potranno candidarsi in una delle successive facendone esplicita richiesta alla Segreteria studenti.

### ***Conferma dell'iscrizione***

L'immatricolazione è confermata con il pagamento della prima rata.

Gli ammessi nella prima sessione dovranno perfezionare l'immatricolazione entro il 15 marzo 2019.

Gli ammessi nella seconda sessione dovranno perfezionare l'immatricolazione entro il 14 giugno 2019.

Gli ammessi nella terza sessione dovranno perfezionare l'immatricolazione entro il 26 luglio 2019.

Gli ammessi nella quarta sessione dovranno perfezionare l'immatricolazione entro il 13 settembre 2019.

Per gli studenti non ancora in possesso del diploma di laurea l'immatricolazione è da considerarsi "con riserva" fino al conseguimento del titolo. Gli ammessi "con riserva" sono tenuti a comunicare l'esito e la votazione dell'esame di laurea non appena gli stessi verranno resi noti e comunque entro e non oltre il 31 dicembre 2019.

Agli studenti che non perfezioneranno l'iscrizione per mancato ottenimento del titolo di laurea triennale entro il 31 dicembre 2019 l'iscrizione verrà annullata d'ufficio. In nessun caso è previsto il rimborso della prima rata versata.



### **Modalità di svolgimento del test**

Laureati e laureandi IULM della Classe delle lauree in Scienze del turismo (L-15): dovranno sostenere un colloquio orale in lingua inglese di verifica della personale preparazione e del livello di conoscenza della lingua inglese non inferiore a B2, che si svolgerà nelle medesime date previste per i test di ammissione.

Laureati e laureandi di altri Corsi IULM e di altri Atenei: dovranno sostenere un test di ammissione in lingua inglese (scritto e orale):

-- un test scritto in lingua inglese composto da domande a risposta chiusa o aperta, volto a verificare la qualità della sua preparazione di base, che verterà sui temi di Economia aziendale, Marketing, Turismo e Territorio;

-- colloquio orale in lingua inglese di verifica della personale preparazione e del livello di conoscenza della lingua inglese non inferiore a B2.

Laureati stranieri: dovranno sostenere un colloquio individuale in lingua inglese volto a verificare attitudini e conoscenze di base rilevanti per il Corso di laurea e conoscenza della lingua inglese non inferiore a B2. Il colloquio può essere effettuato anche a distanza e non necessariamente nelle date previste nelle sessioni sopra riportate. Tutti i laureati stranieri devono produrre la Certificazione GPA, rilasciata dall'Università di provenienza o da Agenzie esterne competenti (WORLD EDUCATION SERVICES o JOSEF SINLY AND ASSOCIATES, INC). Potrà concorrere per gli elementi di giudizio di idoneità o non idoneità il possesso del GMAT o del GRE che i candidati sono invitati a presentare.

L'esito del test di ammissione è un giudizio di idoneità o non idoneità. L'ammissione è subordinata al superamento del test. Nel caso in cui il test evidenzia lacune nella preparazione dello studente, al momento dell'immatricolazione saranno consigliati testi o corsi online da seguire prima dell'inizio delle lezioni.

Qualora il numero degli studenti idonei sia superiore al numero programmato per l'a.a. 2019/2020 potrà essere definita una graduatoria di merito sulla base dell'esito del test di ammissione, oppure determinata dall'ordine di immatricolazione.

### **Organizzazione del Corso di Laurea**

Il Piano degli Studi del Corso di Laurea Magistrale in Hospitality and Tourism Management è articolato in due anni di corso durante i quali lo studente deve acquisire 120 CFU (Crediti Formativi Universitari) e comprende attività formative e laboratori vincolati, attività formative a scelta e la prova finale.

Il primo anno si svolge presso l'università IULM a Milano; il secondo può essere frequentato in tre sedi universitarie alternative: in Sede Università IULM a Milano; UCF a Orlando in Florida (Stat Uniti); UGA a Grenoble (Francia).

Tutti gli insegnamenti sono tenuti in lingua inglese ad eccezione degli insegnamenti del secondo anno nell'indirizzo Innovation et Territori presso la UGA che sono in lingua francese.

La tabella seguente descrive il piano degli studi del Corso di Laurea Magistrale nel primo anno in IULM e nei tre indirizzi di specializzazione alternativi.

#### **I ANNO A. A. 2019/20**

<b>UNIVERSITÀ IULM</b>				
<b>ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE</b>	<b>SETTORI SCIENTIFICO - DISCIPLINARI</b>	<b>TIPOLOGIA ATTIVITÀ FORMATIVA</b>	<b>AMBITO DISCIPLINARE</b>	<b>CFU</b>
<b>Managing Hospitality and Guest services Organizations</b>	<b>SECS-P/07</b>	<i>Caratterizzante</i>	Discipline economiche e gestionali	<b>6</b>

<b>Critical Issues in Hospitality and Tourism Human Resources</b>	<b>SECS-P/10</b>	<i>Caratterizzante</i>	Discipline economiche e gestionali	<b>6</b>
<b>Accounting and Financial Management</b>	<b>SECS-P/09</b>	<i>Affine</i>	Discipline affini e integrative	<b>6</b>
<b>Marketing Strategies in Hospitality and Tourism</b>				<b>18</b>
<i>Strategic Marketing in Hospitality and Tourism</i>	<b>SECS-P/08</b>	<i>Caratterizzante</i>	Discipline economiche e gestionali	6
<i>Digital Marketing for Hospitality and Tourism</i>	<b>SECS-P/08</b>	<i>Caratterizzante</i>	Discipline economiche e gestionali	6
<i>Introduction to Data Analysis for Marketing Research</i>	<b>SECS-S/03</b>	<i>Caratterizzante</i>	Discipline giuridiche e sociali	6
<b>Cultural Heritage, Arts and Tourism</b>	<b>L-ART/06</b>	<i>Caratterizzante</i>	Discipline storiche, delle arti e dello spettacolo	<b>9</b>
<b>Innovation for Sustainable Tourism Development</b>	<b>M-GGR/01</b>	<i>Caratterizzante</i>	Discipline del territorio	<b>9</b>
<b>Communication skills: English for Business</b>	<b>L-LIN/12</b>	<i>Caratterizzante</i>	Lingue straniere	<b>6</b>

## II ANNO A. A. 2020/21

UNIVERSITÀ IULM				
<b>ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE</b>	<b>SETTORI SCIENTIFICO - DISCIPLINARI</b>	<b>TIPOLOGIA ATTIVITÀ FORMATIVA</b>	<b>AMBITO DISCIPLINARE</b>	<b>CFU</b>
<b>Data Management and Business Analytics for Tourism</b>				<b>12</b>
<i>E-tourism Technology , Methods and Big Data</i>	<b>SECS-S/03</b>	<i>Caratterizzante</i>	Discipline giuridiche e sociali	6
<i>Advanced Digital Marketing for Tourism</i>	<b>SECS-P/08</b>	<i>Caratterizzante</i>	Discipline economiche e gestionali	6
<b>Creativity and Design of Tourism Policies and Services</b>	<b>SECS-P/07</b>	<i>Caratterizzante</i>	Discipline economiche e gestionali	<b>12</b>
<b>New Business Development in Tourism</b>	<b>SECS-P/09</b>	<i>Affine</i>	Discipline affini e integrative	<b>6</b>
<b>Multicultural Communication</b>	<b>L-LIN/12</b>	<i>Caratterizzante</i>	Lingue Straniere	<b>6</b>

<b>ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA</b> <i>(3 corsi a scelta)</i>		<i>Altre attività formative</i>	A scelta dello studente	<b>9</b>
---	--	---------------------------------	-------------------------	----------

<b>Field Project / Stage</b>		<i>Altre attività formative</i>	Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro	<b>3</b>
------------------------------	--	---------------------------------	---	----------

<b>PROVA FINALE</b>		<i>Prova finale</i>	Prova finale	<b>12</b>
---------------------	--	---------------------	--------------	-----------

**II ANNO A. A. 2020/21**

<b>UNIVERSITY OF CENTRAL FLORIDA</b>				
<b>ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE</b>	<b>SETTORI SCIENTIFICO - DISCIPLINARI</b>	<b>TIPOLOGIA ATTIVITÀ FORMATIVA</b>	<b>AMBITO DISCIPLINARE</b>	<b>CFU</b>
<b>Data Analysis in Hospitality and Tourism Research</b>	<b>SECS-S/03</b>	<i>Caratterizzante</i>	Discipline giuridiche e sociali	<b>9</b>
<b>Hospitality and Tourism Strategic Issues</b>	<b>SECS-P/07</b>	<i>Caratterizzante</i>	Discipline economiche e gestionali	<b>6</b>
<b>Feasibility Studies for the Hospitality/Tourism Enterprises</b>	<b>SECS-P/09</b>	<i>Affine</i>	Discipline affini e integrative	<b>12</b>
<b>Communication Skills</b>	<b>L-LIN/12</b>	<i>Caratterizzante</i>	Lingue Straniere	<b>9</b>

<b>ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA</b>		<i>Altre attività formative</i>	A scelta dello studente	<b>9</b>
------------------------------------	--	---------------------------------	-------------------------	----------

<b>Field Project / Stage</b>		<i>Altre attività formative</i>	Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro	<b>3</b>
------------------------------	--	---------------------------------	---	----------

<b>PROVA FINALE</b> <i>Thesis</i>		<i>Prova finale</i>	Prova finale	<b>12</b>
--------------------------------------	--	---------------------	--------------	-----------

II ANNO A. A. 2020/21

UNIVERSITÉ GRENOBLE ALPES				
ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE	SETTORI SCIENTIFICO - DISCIPLINARI	TIPOLOGIA ATTIVITÀ FORMATIVA	AMBITO DISCIPLINARE	CFU
Introduction à l'innovation économique sociale et territoriale	SPS/10	<i>Caratterizzante</i>	Discipline giuridiche e sociali	<b>9</b>
Innovation, art et créativité territoriale	L-ART/06	<i>Caratterizzante</i>	Discipline storiche, delle arti e dello spettacolo	<b>6</b>
Innovation, tourisme, nature et loisirs	M-DEA/01	<i>Affine</i>	Discipline affini e integrative	<b>12</b>
Communication Skills	L-LIN/04	<i>Caratterizzante</i>	Lingue Straniere	<b>9</b>
ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA		<i>Altre attività formative</i>	A scelta dello studente	<b>9</b>
Field Project / Stage		<i>Altre attività formative</i>	Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro	<b>3</b>
PROVA FINALE <i>Tesi - Prova finale magistrale</i>		<i>Prova finale</i>	Prova finale	<b>12</b>

Si precisa che gli studenti avranno la possibilità di scegliere i corsi “a scelta” tra quelli suggerite per il proprio Corso di Laurea Magistrale, oppure selezionare gli insegnamenti attivati presso le università partner. Per la compilazione del piano degli studi lo studente potrà usufruire del supporto della Segreteria Studenti.

### Metodo didattico

Il corso si caratterizza per un metodo didattico attivo che stimola un apprendimento critico, orientato all'applicazione dei concetti e dei modelli presentati in aula a situazioni reali, simile a quello che gli studenti saranno chiamati a realizzare durante tutta la loro vita professionale futura in un contesto dinamico e di grandi trasformazioni come quello del turismo. Oltre un terzo delle ore di lezione è dedicato a discussioni di casi, simulazioni, esercitazioni, spesso in gruppi di lavoro, lezioni di manager e professionisti, workshop con esperti di settore e intere giornate di formazione in azienda.

### Frequenza ai corsi

La frequenza ai corsi ufficiali impartiti presso l'Ateneo non è obbligatoria ma fortemente consigliata.

## **Modalità d'esame**

La modalità di verifica del profitto nel primo anno di corso è regolamentata dall'art. 18 del Regolamento Didattico di Ateneo che recita:

1. Le strutture didattiche competenti disciplinano le modalità di verifica del profitto dirette ad accertare l'adeguata preparazione degli studenti iscritti ai corsi di studio, ai fini della prosecuzione della loro carriera scolastica e della acquisizione da parte loro dei crediti corrispondenti alle attività formative seguite. Tali accertamenti, sempre individuali, devono avere luogo in condizioni che garantiscano l'approfondimento, l'obiettività e l'equità della valutazione in rapporto con l'insegnamento o l'attività seguita e con quanto esplicitamente richiesto ai fini della prova;
2. Gli accertamenti possono dare luogo a votazione (esami di profitto) o a un semplice giudizio di approvazione o non approvazione (test di idoneità);
3. Le prove di valutazione del profitto possono essere orali e/o scritte, anche con l'ausilio di supporti informatici purché non integralmente sostitutivi delle prove. In caso di valutazione del profitto basata su prova scritta e prova orale, l'esito della prima non può essere preclusivo della seconda. In caso di valutazione del profitto basata su sola prova scritta, lo studente ha diritto di richiedere una ulteriore valutazione orale. In ogni caso, deve essere garantita la pubblicità delle prove, se orali, e la possibilità dello studente di prendere visione dell'elaborato relativo alla prova scritta;
4. In ogni anno di corso sono previste tre sessioni di esami di profitto. È quindi esclusa la possibilità di svolgere esami al di fuori delle suddette sessioni o registrare esiti d'esami sostenuti in periodi precedenti;
5. Non è consentito ripetere un esame di profitto verbalizzato con esito positivo;
6. La votazione finale dell'esame di profitto è espressa in trentesimi e l'esame si intende superato se la votazione finale è almeno pari a 18/30. La Commissione, in aggiunta al punteggio massimo di 30/30, può concedere la lode all'unanimità;
7. Qualora lo studente si sia ritirato o non abbia conseguito una valutazione di sufficienza, la relativa annotazione è riportata nel registro dei verbali degli esami di profitto e nella carriera scolastica dello studente ed è evidenziata negli atti trasmessi alle Commissioni degli esami di laurea, senza incidere sulla media finale;

La Commissione degli esami di profitto, deliberata dal Preside della Facoltà, è composta dal professore titolare della materia che svolge le funzioni di Presidente e da almeno un altro componente, possibilmente docente ufficiale o ricercatore dello stesso gruppo disciplinare. In caso di insegnamenti ufficiali articolati in moduli didattici, il Presidente della Commissione è nominato dal Preside tra i docenti responsabili di moduli che fanno parte della Commissione. Ove sia impossibile comporre la Commissione con la presenza – oltre al professore ufficiale – di docenti ufficiali o ricercatori, possono essere chiamati a farne parte i cultori della materia, proposti dal Presidente della Commissione stessa ed approvati – previo esame del loro curriculum – dal Consiglio della Facoltà.

In caso di elevato carico di iscritti, la Commissione può articolarsi in sottocommissioni, operanti sotto la responsabilità e in presenza.

La modalità di verifica del profitto nel secondo anno di corso è regolamentata dalle università partner presso le quali si svolge l'attività didattica.

## **Link di consultazione della Procedura di verbalizzazione degli esami di profitto**

<https://www.iulm.it/wps/wcm/connect/b75f018c-40c3-4fae-976e-a5d31e35bc60/MODALIT%C3%80+DI+VERBALIZZAZIONE+ESAMI.pdf?MOD=AJPERES&CVID=mELERoL>

## Organizzazione delle attività didattiche e appelli d'esame

L'organizzazione della didattica è su base semestrale e i semestri sono a loro volta suddivisi in due cicli di lezioni. Per l'A.A. 2019/2020, i termini sono i seguenti:

### PRIMO SEMESTRE

*1° ciclo*

*2° ciclo*

**dal 23 settembre al 21 dicembre 2019**

*dal 23 settembre al 2 novembre 2019*

*dall'11 novembre al 21 dicembre 2019*

### SECONDO SEMESTRE

*1° ciclo*

*2° ciclo*

**dal 10 febbraio al 16 maggio 2020**

*dal 10 febbraio al 21 marzo 2020*

*dal 30 marzo al 16 maggio 2020*

Sono previste **3 sessioni di esami di profitto**, per un totale di 7 appelli per ciascun insegnamento:

I sessione	dall'8 gennaio all'8 febbraio 2020 (2 appelli)
II sessione	dal 18 maggio al 30 giugno 2020 (3 appelli)
III sessione	dal 27 agosto al 19 settembre 2020 (2 appelli)

Sono previste 3 sessioni di esami di laurea, i cui periodi verranno definiti dal Calendario didattico predisposto per ciascun anno accademico.

## Modalità di svolgimento delle attività didattiche

Corso di 24 ore (3 CFU)	2/3 lezioni settimanali di 2 ore accademiche, distribuite su 2/3 giorni all'interno di un ciclo didattico.
Corso di 48 ore (6 CFU)	2/3 lezioni settimanali di 2 ore accademiche, distribuite su 2/3 giorni all'interno di due cicli didattici dello stesso semestre.
Corso di 72 ore (9 CFU)	3/4 lezioni settimanali di 2 ore accademiche, distribuite su 3/4 giorni all'interno di due cicli didattici dello stesso semestre.
Corso di 96 ore (12 CFU)	4/5 lezioni settimanali di 2 ore accademiche, distribuite su 4/5 giorni all'interno di due cicli didattici dello stesso semestre o 2/3 lezioni settimanali di 2 ore accademiche, distribuite su 2/3 giorni in entrambi i semestri.

**Per specifiche esigenze didattiche - opportunamente motivate dai Docenti - il Preside può autorizzare modalità di svolgimento delle attività didattiche diverse da quelle previste dal suddetto format.**

Il calendario didattico e l'orario delle lezioni sono pubblicati sul sito dell'Università all'indirizzo [www.iulm.it](http://www.iulm.it)

La modalità di svolgimento delle attività didattiche e delle prove d'esame nel secondo anno di corso segue il regolamento dalle università partner presso le quali si svolge l'attività didattica.

## Stage

Il piano degli studi prevede la realizzazione di uno stage curriculare, approvato dall'Ufficio competente dell'Università partner frequentato dallo studente, da svolgersi sotto la supervisione di un docente tutor referente, designato dall'Università che lo organizza. Il docente tutor è responsabile del progetto formativo dello stage.

## **Prova finale**

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 dovrà dimostrare la capacità dello studente di formulare domande di ricerca interessanti, rigore metodologico, capacità di posizionamento del lavoro nel contesto teorico di riferimento, identificazione delle implicazioni manageriali del lavoro, capacità di utilizzare criticamente gli strumenti di analisi acquisiti nel percorso formativo.

Nello sviluppo della tesi lo studente è assistito da un relatore che lo aiuta nella definizione del tema da svolgere, nell'impostazione 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 e dalle Modalità di organizzazione e valutazione della Prova finale definite del Consiglio di Facoltà per ciascun anno accademico.

Gli studenti che frequentano il secondo anno di corso presso la UCF negli Stati Uniti o presso la UGA in Francia possono realizzare il lavoro di tesi presso le due università partner sotto la guida di un relatore IULM insieme ad un docente UCF o UGA.

In questi casi la tesi verrà discussa, secondo quanto previsto negli Accordi stipulati con le relative Università, davanti a una commissione mista IULM-UCF o IULM-UGA. Se necessario, l'uso della videoconferenza è possibile.

Il presente Regolamento didattico del Corso di Laurea Magistrale in Hospitality and Tourism Management è approvato dal Consiglio di Facoltà nella seduta del 21 maggio 2019.