



Master di I livello in

Hospitality and Destination Management



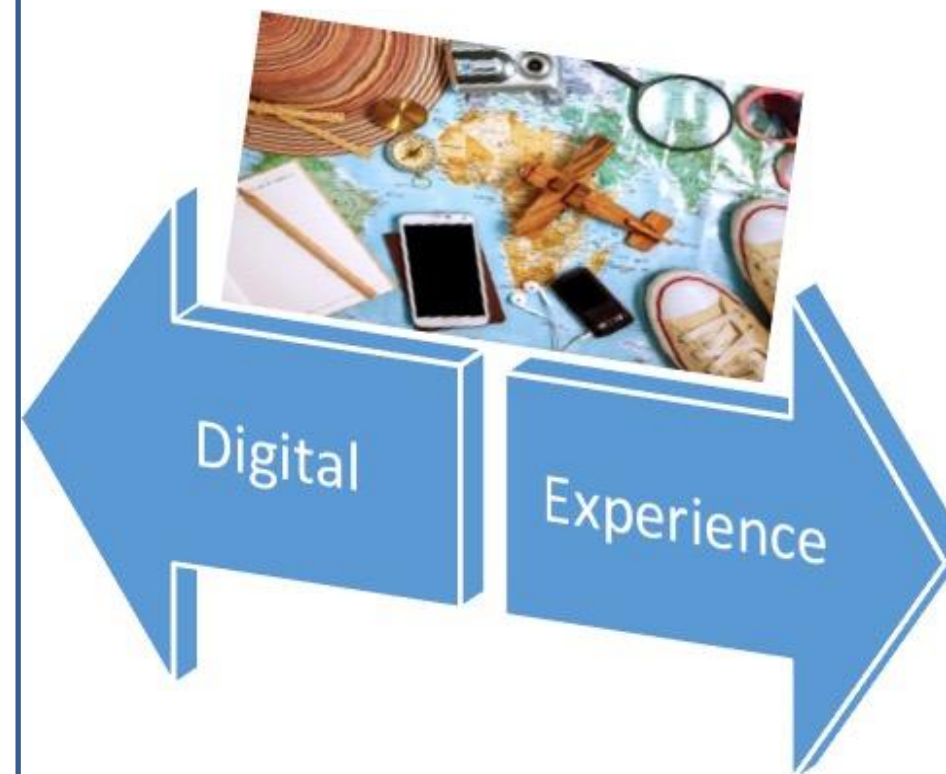
Università di Napoli Federico II

Per maggiori informazioni contattare:

hm.master@unina.it

Obiettivi formativi

Il **Master in Hospitality and Destination Management** ha l'obiettivo di contribuire alla formazione di competenze nel management turistico in una prospettiva di sistema, attraverso la quale le nuove figure professionali possano confrontarsi con gli ormai necessari approcci alla gestione sistemica delle realtà che caratterizzano tutti i business dei settori interessati e di acquisire le conoscenze digitali necessarie ad un approccio gestionale innovativo e sostenibile nell'ottica dell'esperienzialità.



Digitalizzazione ed **esperienzialità** rappresentano i drivers che guidano il processo di gestione strategica delle imprese dell'hospitality e del destination management. Il Master offre nuovi scenari di sviluppo nelle logiche basate su una gestione integrata delle informazioni, unitamente all'uso delle tecnologie digitali, il tutto nell'ottica di una maggiore efficienza ed efficacia dei processi aziendali. Unitamente ai drivers della digitalizzazione, il Master prevede attività di formazione legate all'approccio strategico delle operations, alle dinamiche competitive basate sull'esperienzialità che, oggi, attirano i flussi incoming.

Tematiche principali 1 / 2

Il Master in *Hospitality and Destination Management* si caratterizza per la centralità concretamente assegnata a tematiche che oggi vanno assumendo una particolare valenza strategica in termini di fattori di competitività nel settore di intervento



Tematiche principali 2/2

Sistemi turistici e Destination Management

- ✓ Sono il risultato di un orientamento alla gestione integrata delle località turistiche, caratterizzata dalla cooperazione e collaborazione di tutti i protagonisti dell'offerta turistica locale, perfettamente in linea con i nuovi orientamenti del settore turistico, che sempre più vedono le alleanze strategiche alla base di tutti i processi di crescita competitiva

Valorizzazione territoriale e F&B

- ✓ Basata sulla valorizzazione dei siti, migliorando la qualità complessiva del servizio reso ai turisti e, quindi, la fruibilità delle attractions
- ✓ Riqualificazione e scoperta delle eccellenze enogastronomiche locali come espressione strategica del territorio di appartenenza nell'ottica *terroir-oriented*
- ✓ Promozione del turismo sostenibile, socialmente responsabile e green

Digitalizzazione ed esperienzialità

Nell'ottica del forte impatto che la digitalizzazione sta avendo nel turismo sia dal lato della domanda che dell'offerta:

- ✓ Digital Storytelling alla luce della capacità del meccanismo narrativo, supportato da elementi multimediali, di generare processi di condivisione
- ✓ Co-creazione delle esperienze turistiche e forte connubio tra tradizione ed innovazione

Gestione innovativa delle imprese dell'hospitality industry

Nell'ottica della valorizzazione turistica e del miglioramento complessivo dei servizi resi ai consumatori, in considerazione dell'impatto delle innovazioni tecnologiche sul settore e dei nuovi modelli di fruizione adottabili dalla clientela:

- ✓ Internet of Things e Artificial Intelligence sostengono i percorsi di modernizzazione delle imprese turistiche per raggiungere i nuovi obiettivi di business
- ✓ I Big data permettono non solo di acquisire dati ed estrarne conoscenza ma anche di raccontare storie attraverso questi dati e di gestirne le ripercussioni etiche e legali.

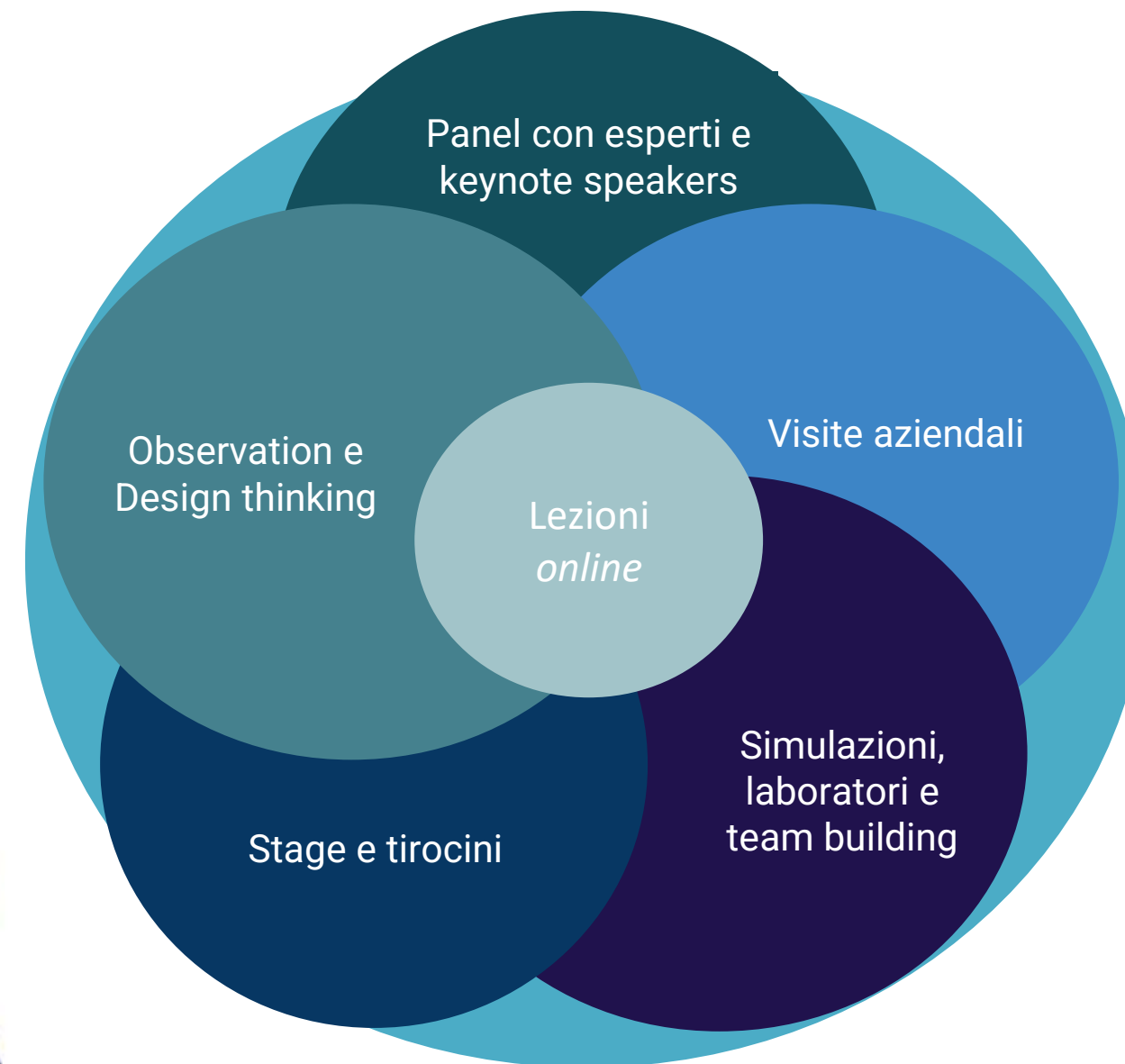


Approccio didattico

La ricchezza del processo di apprendimento è garantita dalle attività di apprendimento *online*:



 **Federica**
Web Learning
Università di Napoli Federico II



 **Academia**
Central
BETA

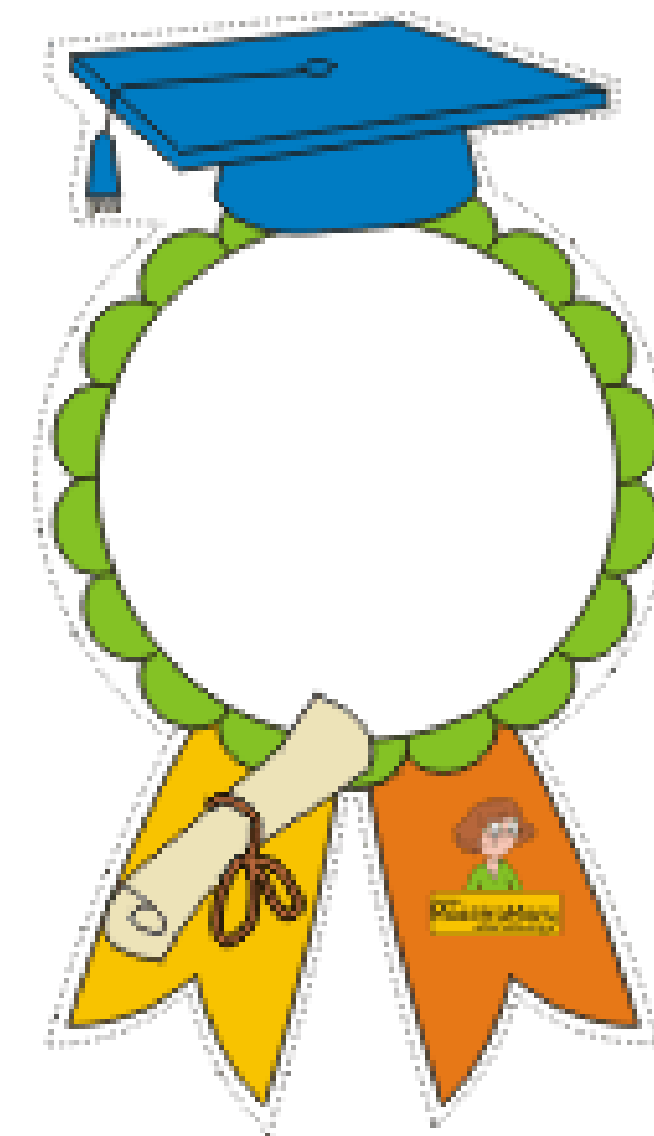
FACULTY

La faculty è composta da accademici dell'Università Federico II di Napoli e della University of South Florida, oltre che da professionisti e manager con consolidata esperienza aziendale e didattica.

DURATA E CFU

Il Master ha una durata di **12 mesi** e consente il rilascio di **60 CFU**

Al termine del corso verrà rilasciato un attestato di partecipazione a coloro che avranno frequentato almeno l'**80%** delle attività di formazione previste dal programma.



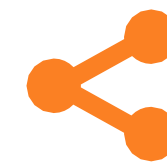
Views



Clicks



Comments



Shares



Reach

Curriculum

Il Master è composto da 3 moduli:



A chi è rivolto



Il Master è rivolto a:

- **studenti** (che hanno già conseguito la laurea triennale)
- **professionisti** ed operatori di settore che vogliono comprendere e approfondire i trend e le sfide del mondo dell'Hotel, del F&B management e del destination management
- **imprenditori** che desiderano ispirarsi a nuovi modelli di business e gestire in maniera innovativa le loro imprese



Il Master risponde ad esigenze professionali di diversa natura, tra le quali:

- Hotel manager e manager di imprese turistiche
- Analyst, Global distribution system, Market segmentation, Channel Manager
- Social Media, Community and E-reputation Manager
- Area Sales / Sales Manager & Sales Administrator
- Area Risorse Umane/ HR Manager, Training Recruiting Evaluation Manager
- Revenue Manager
- Destination Manager
- Area Events & Meeting/ Event e Conference Manager
- Food and Beverage Manager
- Sustainable Innovation Specialist



Per maggiori informazioni contattare:

hm.master@unina.it