

Informazioni generali 	
Università	Università degli Studi di Napoli Federico II
Nome del corso in italiano	Gestione dell'Ospitalità Turistica (<i>IdSua:1633986</i>)
Nome del corso in inglese	Hospitality Management
Classe	L-18 R - Scienze dell'economia e della gestione aziendale
Lingua in cui si tiene il corso	italiano, inglese
URL del corso	http://www.hospitalitymanagement.unina.it/
Modalità di erogazione	a. Corso di studio convenzionale
Riepilogo Caratteristiche Cds	🌐 1° anno in SUA: 2019 · ✓ Flessibile

Programmazione Accessi	
Programmazione nazionale (art.1 Legge 264/1999)	No
Programmazione locale (art.2 Legge 264/1999)	Si - Posti: 65
Requisiti per la programmazione locale	
La programmazione locale è stata deliberata su proposta della struttura di riferimento del:	
- E' obbligatorio il tirocinio didattico presso strutture diverse dall'ateneo	

Sede del Corso	
Sede	NAPOLI Via Cinthia Complesso Universitario Monte S. Angelo 80126 - NAPOLI
Codice interno all'Ateneo del Corso	DB5

Utenza sostenibile

58



Scheda SUA - Date creazione e aggiornamenti

Data di istituzione del corso

da determinare

Data Ultimo aggiornamento Scheda SUA

25/02/2025 11:55

Data Ultimo aggiornamento RAD

25/02/2025 11:55

Referenti e Strutture

Presidente (o Referente o Coordinatore) del CdS DELLA CORTE Valentina

Organo Collegiale di gestione del corso di studio Commissione di Coordinamento didattico del Corso di Laurea sperimentale ad orientamento professionale in Hospitality Management.

Struttura didattica di riferimento Economia, Management, Istituzioni (Dipartimento Legge 240)

Requisiti di Docenza e Docenti di riferimento
DOCENTI DI RIFERIMENTO

N.	CF	COGNOME	NOME	SETTORE	GSD	QUALIFICA	PESO	INSEGNAMENTO ASSOCIATO
1.	CCIGNN6OC31B963T	CICIA	Giovanni	AGRI - 01/A	07/A GRI-01	PO	1	
2.	DLCGPP64R18F839M	DELUCA PICIONE	Giuseppe Luca	GSPS - 05/A	14/G SPS-05	PA	1	
3.	DLLVNT69C68F839C	DELLA CORTE	Valentina	ECON - 07/A	13/E CON-07	PO	1	

⊖ Segnalazioni non vincolanti ai fini della verifica ex-ante:

- **Numero totale docenti inserito: 3 minore di quanti necessari: 4**
- **Numero docenti su GSD (gruppo scientifico disciplinare): 1 minore del 50% dei docenti di riferimento: 2**
- **Non tutti i docenti hanno un insegnamento associato**

Figure specialistiche aggiuntive

COGNOME	NOME	QUALIFICA	ANNO INIZIO COLLABORAZIONE
Figure specialistiche del settore non indicati			

Tutor

Nessuna Tipologia

COGNOME	NOME	EMAIL	TIPO DOC./TIR.
ARENA	Claudia		Docente di ruolo
CICIA	Giovanni		Docente di ruolo
DEL GAUDIO	Giovanna		Docente di ruolo
DELLA CORTE	Valentina		Docente di ruolo
MILETTI	Antonella		Docente di ruolo

Gruppo di gestione AQ

COGNOME	NOME
ALFANO	GIANFRANCO
BARBA	ALDO

CERASOLE	ASIA
CICIA	GIOVANNI
CIRILLO	ALESSANDRO
DEL GAUDIO	GIOVANNA
DELLA CORTE	VALENTINA
DISOGRA	CHIARA
MILETTI	ANTONELLA
OLINO	CIRO
PIGNALOSA	EMANUELA
PROTO	GIANMARCO

Rappresentanti degli Studenti

COGNOME	NOME	EMAIL
OLINO	CIRO	
DISOGRA	CHIARA	
CERASOLE	ASIA	
PIGNALOSA	EMANUELA	
PROTO	GIANMARCO	

Il Corso di Studio in breve

Il settore turistico è ipercompetitivo, ossia caratterizzato da crescente varietà e variabilità della domanda, forti e bruschi cambiamenti tecnologici e spinta alla globalizzazione. In questo scenario, la crescente digitalizzazione ed i modelli di acquisizione delle informazioni, selezione e scelta delle mete e delle strutture turistiche sono divenuti, per certi aspetti, più facili ed immediati; per altri, sicuramente più complessi, essendo aumentata a dismisura la quantità di informazioni eterogenee presenti sul web. Di fronte a tale scenario, le prospettive per le imprese sono legate alla capacità di sviluppare skills e competenze sempre più differenziate ed esclusive, attraverso processi di innovazione creativa e di elevata professionalità. Parallelamente a tali evoluzioni, si assiste anche ad una forte e crescente attenzione verso approcci esperienziali, genuini, legati al desiderio non solo di conoscere ma anche di 'vivere un territorio'. Questo aspetto rappresenta una innegabile opportunità per le imprese italiane, in grado di esprimere, attraverso la propria offerta differenziata e personalizzata, l'identità territoriale e le tradizioni culturali distintive della cultura dell'ospitalità locale, con tutti gli elementi connessi (enogastronomia, artigianato, imprese culturali).

Innovazione e tradizione divengono una combinazione vincente, oggi in modo ancora più forte e sentito, richiedendo professionalità in grado di assimilare tutto questo e di trasmetterlo in modo efficace e professionale alla domanda, con la quale il rapporto diviene sempre più interattivo.

È proprio in questo scenario che l'Università degli Studi di Napoli Federico II, da anni impegnata nel settore turistico grazie all'attività di ricerca e didattica di un corpo docente specializzato, in linea con quanto previsto dal D.M. 635 e 987/2016, dal D.M. 60/2017 e dal D.M. 6/2019 ha in programma il lancio di un corso di laurea sperimentale ad orientamento professionale nel comparto dell'Ospitalità Turistica: Corso di Gestione dell'ospitalità turistica (da ora in poi verrà utilizzata la denominazione inglese Hospitality Management - HM) nella versione inglese, volto alla creazione di figure specializzate nel comparto dell'ospitalità, rispetto alle principali aree di attività delle imprese ricettive. Nella traduzione del titolo in lingua inglese non è stata inserita la parola turismo in quanto nella dizione inglese il termine turismo è sottinteso, come nella maggioranza dei corsi esistenti a livello europeo. Inoltre tale dizione è particolarmente utile per il Diploma Supplement, rilasciato dall'Ateneo in quanto hospitality management individua una professione/ professionalità chiaramente definita a livello internazionale.

Il corso, d'ora in poi indicato con il titolo Hospitality Management (HM), nasce, infatti, in collaborazione con le aziende che maggiormente esprimono il comparto dell'ospitalità turistica sul territorio campano, nazionale ed internazionale. Tali imprese hanno espresso concreto interesse alla partecipazione all'iniziativa, non solo per stage e tirocini ma anche per

l'attività di formazione in azienda, gestita insieme all'università. Questo aspetto rappresenta un innegabile punto di forza del progetto, in quanto l'interazione con le aziende riguarda tutte le fasi di realizzazione dello stesso. Il corso di Hospitality Management si propone di formare specialisti della cultura dell'ospitalità, con particolare riferimento all'Hotel Management ed al Food and Beverage Management, in ambito alberghiero. Si precisa che i termini in lingua straniera sono necessari in quanto adottati ormai, nel panorama internazionale, da tutte le imprese ricettive. Nell'ambito di una preparazione trasversale, è possibile per lo studente specializzarsi, attraverso le materie a scelta e nell'attività di stage/tirocinio, nelle seguenti aree:

Hotel Management;

Food and Beverage (F&B) Management nell'impresa ricettiva.

Il corso impartisce conoscenze e skills nel campo del management delle imprese ricettive (ivi incluso il Food and Beverage Management), con attenzione alle diverse funzioni aziendali. In particolare, i laureati svilupperanno competenze tali da poter aspirare a posizioni di middle-management, con ruoli funzionali ed operativi, in diverse aree della gestione aziendale nel campo delle imprese dell'ospitalità, ivi incluse le imprese crocieristiche e le imprese del settore eventi e congressi.

Per le sole classi LP: convenzione in parola

Per le sole classi LP: lettera d'impegno

Relazione Nucleo di Valutazione per accreditamento

Dipartimento di Economia, Management, Istituzioni

- Gestione dell'Ospitalità Turistica - Corso professionalizzante tenuto in lingua italiana e in inglese

L-18 Scienze dell'economia e della gestione aziendale
(ID SUA=1552996 - CODICIONE=0630106201800003)

Il Nucleo è chiamato a verificare ai fini dell'accREDITamento 'se l'istituendo corso è in linea con gli indicatori di accREDITamento iniziale definiti dall'ANVUR e, solo in caso di esito positivo di tale verifica, redige una relazione tecnico-illustrativa, che l'università è tenuta a inserire, in formato elettronico, nel sistema informativo e statistico del Ministero' (Art.8, c.4, D.Lgs. n. 19/2012). L'istruttoria è stata svolta in due tempi.

Una prima analisi è stata svolta dal Nucleo di Valutazione alla data del 17 dicembre 2018 sulla documentazione redatta dai Corsi di Studio e sottoposta al vaglio del PQA e degli Organi collegiali per l'inoltro al CUN nei tempi previsti. Alla luce degli esiti di tale prima analisi, il Nucleo ha messo in evidenza alcuni specifici elementi di attenzione ai Direttori di Dipartimento interessati, alla Coordinatrice della Commissione Didattica del Senato Accademico e p.c. al Delegato alla Didattica, al fine di fornire una valutazione preliminare.

La seconda analisi è stata svolta dal Nucleo alla data del 19 febbraio 2019, sulla documentazione aggiornata: schede Sua-CdS (alla data del 18.02.2019), rilievi formulati da parte del CUN (prot. gen. nn. 11967-11968 -11969 del 5 /02/2019), al fine di esprimere la relazione da inserire nella banca dati Sua-CdS.

Per i CdS del Dipartimento di Economia, Management, Istituzioni, gli elementi utili alla verifica del possesso dei requisiti di docenza ovvero della sostenibilità dei piani di raggiungimento degli stessi sono stati acquisiti nel corso della riunione del NdV del 17/12/2018.

R3 A progettazione del Corso di studio

Il corso di studio si propone di formare specialisti della cultura dell'ospitalità in ambito alberghiero. Particolare riferimento è riservato all'Hotel Management ed al Food and Beverage Management.

Buona premessa alla progettazione è un'attenta analisi dei principali studi di settore sull'industria turistica campana, italiana ed internazionale e delle relative prospettive occupazionali. Sono state consultate le principali fonti legate al settore: il World Travel and Tourism Council (WTTC), Eurispes, Istat, World Tourism Organization, Unioncamere, Ciset, Miur, Il Sole 24 Ore, Assaeroporti, Miur.

Alla luce dell'analisi comparata con riferimento all'offerta didattica già presente presso la Federico II (Scienze del Turismo a Indirizzo Manageriale e con le classi di LT L-33 e L-18) risulta determinante la caratterizzazione professionalizzante del corso, il quale si propone di fornire ai laureati una solida preparazione di base e le piene conoscenze e competenze necessarie per una soddisfacente immediata collocazione nel mondo del lavoro. La ricognizione effettuata sull'offerta formativa in Italia mostra che nell'ambito dei corsi di laurea erogati dagli Atenei campani e nelle altre Regioni non sono stati attivati corsi di studio di questa natura.

Analisi della domanda di formazione

Ben condotta e avvenuta anche con la consultazione di significativi attori del settore quali

Federalberghi Campania; Unione degli Industriali della Provincia di Napoli e della Campania, rappresentativa delle principali imprese e catene alberghiere a livello territoriale, con collegamenti con l'intera filiera turistica; Convention Bureau Napoli, che raccoglie le principali imprese cittadine in grado di ospitare eventi e congressi; le catene Starhotels, Accor, Hilton e Marriott; Borsa Mediterranea del Turismo.

Esperienza dello studente

Le attività di orientamento, nelle diverse declinazioni, sono adeguate. Le iniziative di supporto per gli studenti con esigenze specifiche sono ben presidiate dall'ateneo. Essendo prevista una prova di ammissione, il possesso delle conoscenze iniziali indispensabili è verificato.

Si nota che la documentazione presenta il ricorso all'uso di schede insegnamento difformi da quelle predisposte dal PQA. Se ne raccomanda la sostituzione. La natura professionalizzante del CdS sarebbe rafforzata dalla previsione di laboratori sostanzianti in indicazioni il più possibile puntuali nelle suddette schede. È opportuno che il regolamento degli studi specifici quali siano gli insegnamenti impartiti in lingua inglese e che gli insegnamenti impartiti in lingua italiana abbiano una denominazione chiaramente riconoscibile.

Pertanto, il Nucleo:

Alla luce dell'analisi svolta per la proposta del corso di Gestione dell'Ospitalità Turistica, L-18 Scienze dell'economia e della gestione aziendale, per la verifica richiesta al Nucleo ai sensi dell'art. 7 c.1 lettera a) del DM n.6 del 7/1/2019 sui punti di cui all'Allegato A, il Nucleo secondo quanto riportato nella documentazione fornita dall'Ateneo e secondo quanto emerge dai contenuti della SUA-CDS disponibili ritiene che:

1. il documento di progettazione del corso sia completo e ben argomentato;
2. l'analisi della domanda di formazione sia stata ben svolta, gli sbocchi professionali siano definiti e suffragati dalla consultazione di portatori di interesse;
3. siano definiti in modo chiaro i profili di competenza e siano rappresentati in modo adeguato i risultati di apprendimento attesi;
4. gli obiettivi formativi siano chiaramente espressi e il percorso formativo sia adeguato;
5. siano disponibili le risorse strutturali per il funzionamento del corso e siano garantiti i requisiti di docenza;
6. sia documentata la presenza del sistema di Assicurazione della Qualità del corso garantita dall'attività del Presidio di Qualità e dagli uffici dell'Area della Didattica che supportano tale processo in Ateneo.

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



La consultazione con le organizzazioni locali rappresentative della produzione, dei servizi e delle professioni è avvenuta grazie alle relazioni instaurate, nel corso degli anni, dal Direttore e dai docenti del Dipartimento di Economia, Management, Istituzioni. Alle consultazioni hanno partecipato differenti tipologie di organizzazioni: imprenditori, top managers, ordini professionali e

associazioni di categoria. La consultazione è avvenuta con i seguenti attori: Federalberghi Campania, con diffusione sull'intero territorio regionale. Tale associazione si è resa disponibile a selezionare, tra le associate, imprese con un livello organizzativo ed una dimensione tale da poter svolgere adeguata formazione sul campo ai discenti; saranno individuati dei responsabili di sub-area, tra gli imprenditori/manager più giovani ed innovativi dell'associazione; Unione degli Industriali della Provincia di Napoli e della Campania, rappresentativa delle principali imprese e catene alberghiere a livello territoriale, con collegamenti con l'intera filiera turistica; Convention Bureau Napoli, che raccoglie le principali imprese della città di Napoli, di dimensione ed organizzazione adeguata, in grado anche di ospitare eventi e congressi; Catene alberghiere di livello nazionale ed internazionale: in particolare, la Starhotels, catena autenticamente made in Italy, oltre ad imprese locali collegate al gruppo Accor, alla catena Hilton e alla catena Marriott; Imprese di catering specializzate nel F&B alberghiero; L'impresa che organizza la principale fiera del turismo al Sud Italia – la Borsa Mediterranea del Turismo – il cui gruppo sta investendo anche nel settore dell'ospitalità. Durante la fase preliminare, sono avvenute consultazioni informali a livello individuale e collettivo, con l'obiettivo di valutare l'opportunità di istituire il nuovo corso di studio in oggetto. Da questi primi confronti, è emersa l'esigenza di formare risorse umane altamente qualificate, in grado di operare nel comparto dell'hospitality management sia nello scenario nazionale sia internazionale. La prima occasione di confronto è avvenuta il 23 Febbraio 2018, presso il Rettorato, in un incontro a cui hanno partecipato, oltre il Rettore, un gruppo di docenti dell'Ateneo, il Dr Consoli (Italy Country Manager per QSI (Italy Country Manager per QS Intelligence Unit - World University Rankings) e il Dr Contini, Marketing Director di EUHT St Pol (Hotel Escuela de St Pol De Mar). In quella sede nella discussione con gli interlocutori internazionali, è emersa la forte carenza, in Italia, di percorsi professionalizzanti in grado di competere con le principali università specializzate nel settore turistico a livello internazionale. Sono state anche esaminate alcune best practices europee. In accordo con il Rettorato, nell'ambito del Dipartimento di Economia Aziendale, diretto dalla Prof.ssa Caldarelli, essendovi già competenze specifiche nel settore anche in corsi già esistenti in Ateneo (comunque diversi), si è avviato uno studio sull'offerta formativa a livello nazionale ed internazionale. Verificando l'effettiva opportunità di partire con una nuova offerta formativa, sono stati svolti incontri con imprenditori, da parte della Prof.ssa Della Corte e del Direttore del DEMI, la Prof.ssa Caldarelli, nei mesi di Marzo ed Aprile del 2018 e poi un primo incontro il 26 Aprile 2018 con alcuni attori particolarmente attivi nel settore, organizzato presso l'hotel Terminus, per confrontarsi in modo diretto sull'impostazione del corso, sul piano di studi e sugli sbocchi occupazionali. La metodologia generale adottata ha previsto due tipi di attività: 1. organizzazione di successivi panel di esperti, rappresentati dalle imprese partner del progetto; 2. predisposizione di un questionario per tutte le imprese interessate a collaborare al progetto, che stanno procedendo alla compilazione (il questionario è indicato in allegato A, in calce al presente documento). Attraverso la metodologia del panel di esperti è stato possibile mappare le competenze e le skills necessarie per ogni profilo, monitorare l'andamento comportamentale, valutare le performance individuali alla luce

degli obiettivi prefissati. 14/02/2019 L'interazione, già nella fase costitutiva, è stata serrata e molto produttiva. L'analisi per identificare e definire i profili culturali e professionali, le funzioni e le competenze è stata espressa dagli esperti del settore in relazione ai fabbisogni professionali e di formazione provenienti non solo dal mondo aziendale ma anche dal confronto tra realtà accademiche nazionali ed internazionali. Il 3 Maggio, 2018 è stata organizzata una consultazione ufficiale con le parti, presso il Rettorato, che ha visto la presenza delle più prestigiose aziende locali e nazionali. Tale occasione di incontro ha contribuito a rinsaldare ulteriormente la solidità del rapporto di interazione tra università e tessuto economico-sociale locale migliorando, dunque, la sinergia tra differenti competenze ed esperienze nell'ottenimento di un output 'formativo' condiviso e rispondente alle logiche di crescita economica e sociale del territorio. Non è un caso, infatti, che le collaborazioni tra parti istituzionali e attori economici locali abbiano acquisito un rinnovato interesse, sia a causa della loro crescente numerosità, sia per le diverse configurazioni che queste tendono di volta in volta ad assumere. In tal senso, si parla sempre più spesso per l'Università di 'terza missione', riferendosi generalmente al complesso di attività nate in ambito accademico per favorire l'applicazione diretta, la valorizzazione e l'impiego di una conoscenza 'ad impatto', orientata cioè allo sviluppo sociale, culturale ed economico della società e della comunità di riferimento, attraverso una relazione diretta con il territorio e con tutti i suoi stakeholder. È, dunque, nell'interazione tra politica, industria e conoscenza che risiede la chiave per l'innovazione e lo sviluppo economico; la collaborazione diventa quindi un veicolo fondamentale per implementare strategie socialmente responsabili, oltre che per raggiungere la mission sociale ed economica di riferimento. In tale incontro, pertanto, è stata sottolineata l'importanza della costituzione di un tavolo di consultazione permanente, fondamentale sia nella fase di identificazione degli ambiti formativi verso i quali orientarsi, sia nella definizione e selezione delle figure professionali urgenti di un'offerta formativa calibrata in grado di valorizzarle. In tal senso, le varie parti hanno auspicato per il futuro la creazione di occasioni informali di scambio di informazioni, azioni, buone pratiche, oltre che fenomeni di 'fertilizzazione incrociata', volti ad incrementare il bagaglio culturale e di conoscenza tra formazioni eterogenee, permettendo alle organizzazioni specificamente coinvolte di coltivare relazioni con gli altri attori del proprio territorio e di confrontarsi con modi diversi di operare. Le consultazioni hanno messo in luce, dunque, l'importanza delle finalità formative del corso di studio in oggetto in quanto esso si propone di diventare un punto di riferimento per la formazione manageriale nell'hospitality management, tramite la messa in rete di competenze tecniche e scientifiche provenienti dalle realtà aziendali e dal mondo accademico. Inoltre, è emersa altresì la necessità di istituire presso le strutture un percorso condiviso di formazione dello studente, svolto in modo specifico e altamente focalizzato, con un forte impegno anche da parte delle aziende coinvolte in una costante attività di coordinamento con il mondo accademico. Ciò è stato anche chiaramente sancito dal Miur nei lavori della Cabina di regia nazionale per il coordinamento del sistema di istruzione tecnica superiore e delle lauree professionalizzanti (2017); si rende necessario, pertanto, migliorare le opportunità di occupazione dei giovani attraverso il coinvolgimento da parte

delle Università dei diversi attori economici e sociali fin dalla fase di progettazione dei percorsi formativi attraverso strumenti di natura pattizia. Rispetto all'impostazione generale, quindi, gli stakeholders interpellati hanno manifestato apprezzamento ed altissimo interesse verso l'iniziativa, affermando che trattasi della prima azione reale di stretta collaborazione tra formazione accademica e formazione in azienda. Non in ultimo, durante le consultazioni sono stati approfonditi gli aspetti metodologici (tra lezioni frontali, project work, case study analysis, educational tour, testimonianze aziendali, team work) ed i criteri di ammissione, al fine di soddisfare le aspettative collegate alle esigenze del mercato del lavoro. È stato anche sollevato il tema della forte necessità di organizzazione e coordinamento dell'attività di tirocinio, considerando che sarà svolta, contemporaneamente, in diverse strutture alberghiere del territorio nonché di un sistema di reporting efficace. È stato istituito un calendario delle consultazioni al fine di poter verificare, in maniera longitudinale, il raggiungimento degli obiettivi formativi programmati, eventuali scostamenti e la coerenza con i contenuti proposti. Infine, sono pervenute al Direttore di Dipartimento manifestazioni di interesse per l'istituzione del corso da parte di stakeholder che non hanno potuto presenziare alle consultazioni. Rispetto ai contenuti, sono stati acquisiti spunti e riflessioni dei partecipanti, in termini di materie da inserire nel percorso di studi e di figure professionali. Tra gli aspetti sollevati dagli operatori, vi è stata l'esigenza pressante di alcune figure professionali (es. maitre, concierge), che sono ormai scomparse nell'accezione tradizionale e che invece hanno un ruolo strategico, sebbene in chiave rivisitata e innovativa, sia rispetto alla clientela dell'hotel che in sala. Per tali figure, occorre una formazione di cultura dell'ospitalità e dell'accoglienza, in chiave innovativa, che può aprire svariate opportunità nelle strutture ricettive di un certo rilievo. Un aspetto molto apprezzato dai rappresentanti delle imprese ha riguardato sia la doppia anima del profilo previsto (Hotel Management e Food and Beverage Management), sia la possibilità prevista nel percorso, in riferimento alle materie a scelta, di poter scegliere la tipologia di materie più specifiche, in funzione del profilo preferito dallo studente. Si è discusso, inoltre, circa l'opportunità di inserimento di uno stage di orientamento iniziale. Tale ipotesi andrà successivamente verificata sulla base delle effettive possibilità delineate dagli uffici dell'Ateneo. I partecipanti alle riunioni, in maniera corale, hanno sostenuto che sia auspicabile, oltre all'attivazione del presente CdS, la costituzione di un vero e proprio University College of Hospitality, che funga da facilitatore rispetto al rafforzamento di un'offerta formativa di specializzazione a più livelli, anche successivi alla laurea triennale, e rivolto a diversi target di possibili discenti. In data 10 Maggio, il progetto del Corso di Laurea è stato altresì sottoposto ufficialmente al Comitato degli Esperti del Dipartimento di Economia, Management, Istituzioni, che vede coinvolti operatori di diversi settori di attività, tra cui quello turistico, e svolge un ruolo consultivo rispetto a tutte le attività didattiche messe in campo dal Dipartimento. Gli esperti si sono espressi con favore, in ragione della coerenza dell'offerta didattica con le esigenze di formazione e creazione di valore che un settore come questo (in espansione) richiede. In data 25 Maggio si è proceduto con un ulteriore incontro con un gruppo ristretto di rappresentanti, per verificare ulteriori dettagli del percorso

formativo. È emersa infatti l'opportunità di favorire la formazione più specifica, anche attraverso le materie a scelta, in quattro ambiti: 1. hotel management, inserendo materie come il Risk Management, oggi molto richiesto dalle catene alberghiere; 2. food and beverage management, con altre discipline in grado di completare la preparazione di questo profilo specifico; 3. culturale, ossia legato alla conoscenza del territorio (archeologia, storia dell'arte, geografia), per chi intenda approfondire la conoscenza dei luoghi; 4. lingue straniere, che include altre lingue oltre alla lingua inglese. Molto costruttivo è risultato anche il commento del Dr Antonio Lettera, espressione della catena Starhotels, che ha evidenziato l'importanza di rivisitare funzioni come l'housekeeping, attività cruciale per il prodotto alberghiero rispetto alla percezione complessiva della domanda. Per tale motivo, oggi sono richieste competenze sempre più manageriali in tale reparto, anche perché molte aziende, dopo l'insuccesso delle formule di outsourcing, preferiscono svolgere in house un servizio così strategico per la percezione del cliente. Un altro aspetto rilevante ha riguardato la futura organizzazione degli stage e tirocini. In merito si è concordata l'importanza di coinvolgere solo strutture ricettive con un'organizzazione di tipo funzionale, organizzata per reparti, in modo da consentire, da un lato, agli studenti di acquisire una visione completa dell'organizzazione alberghiera nel suo complesso e, successivamente, di approfondire alcune attività specifiche, sulla base di un preventivo match tra esigenze aziendali da un lato e propensione professionale dello studente dall'altro. L'ordine professionale consultato per il CdS è stato l'Ordine dei Dottori Commercialisti, a cui è stata sottoposta la proposta di sottoscrizione della Convenzione. Il Consiglio, il 23 Maggio, 2018, ha deliberato di sottoscrivere la convenzione con il CdS a seguito dell'approvazione degli organi di Ateneo. In data 18 Luglio si è proceduto con un ulteriore incontro con un gruppo di rappresentanti, per verificare ulteriori dettagli del percorso formativo. A seguito di un attento esame del percorso, sono emersi rilievi e spunti estremamente importanti, recepiti poi nella pianificazione del corso di studi. In primo luogo, sono stati affrontati due aspetti rilevanti, in riferimento agli stage e precisamente: l'importanza di pianificarne il periodo in modo strategico, rispetto ai tempi di apertura delle strutture ricettive, tra il secondo ed il terzo anno previsti nel progetto; la necessità ed importanza per gli studenti di maturare un'esperienza anche all'estero presso catene alberghiere con marchi riconosciuti a livello internazionale. Alla luce di questa osservazione, sono stati successivamente contattati i gruppi internazionali Accor, Marriott ed Hilton. Inoltre, è stata suggerita l'esplicitazione del termine 'marketing' nel titolo della materia che maggiormente tratta tale aspetto. Tutti questi suggerimenti sono stati quindi accolti e recepiti nella programmazione complessiva e si è anche pervenuti alla definizione del titolo della materia di 'Management and Marketing of hospitality firms'. La seconda attività prevista si è basata sulla somministrazione di un questionario ai top manager e agli imprenditori delle aziende coinvolte, strutturato con domande a risposta aperta e a risposta chiusa, con l'obiettivo di conoscere e comprendere:

- quali sono le principali necessità di professionalità nell'area Hospitality e nell'area F&B;
- quali sono le capacità dei tirocinanti, rispetto alle esperienze pregresse, di

svolgere i compiti assegnati nei tempi previsti;

- se, rispetto alle esperienze pregresse, la preparazione dei tirocinanti era corrispondente alle aspettative;
- quali sono, rispetto all'area di Hospitality and Food and Beverage Management aziendali, particolari preferenze/esigenze in termini di profili;
- in quali aree aziendali si sono riscontrate le principali criticità
- quali sono le aspettative aziendali in riferimento al corso di laurea in Hospitality Management;

informazioni aziendali di tipo quali-quantitativo (numero posti letto, numero dipendenti, numero stage ospitati negli ultimi cinque anni, ecc.). Tra i principali risultati emersi dalla somministrazione del questionario, è necessario sottolineare che, tra le criticità riscontrate nelle esperienze pregresse, rientrano la scarsa conoscenza della lingua inglese, assenza di capacità di project planning, assenza di curiosità e di partecipazione attiva e/o propositiva (proattivismo). In riferimento alle principali necessità di professionalità specializzata nell'area Hospitality, le aziende hanno risposto che esiste limitata capacità di individuare ed analizzare le differenze in base alla provenienza, alle differenze socio-culturali, religiose, etc., scarsa conoscenza nel revenue management, del front office e social media marketing, limitata conoscenza della moderna evoluzione di figure tradizionali (ad esempio, il concierge, il maitre di sala, il responsabile housekeeping). Per quanto riguarda l'F&B le aziende hanno risposto che i principali gap di formazione rientrano nell'area ricevimento, direzione, sala e gestione costi F&B. Alla luce delle osservazioni emerse, sono avvenute delle integrazioni specifiche nei contenuti delle attività previste dal piano del corso di laurea. Da tutti gli incontri emerge un grande apprezzamento ed un forte interesse delle aziende alla realizzazione del suddetto corso ed un elevato grado di motivazione a partecipare concretamente all'iniziativa. In calce (Allegato B al presente documento) si allega il primo elenco di aziende che ha già manifestato concreto interesse a partecipare alla formazione degli studenti, sia attraverso stage e tirocini, che in riferimento ad altre attività di didattica e laboratoriali. Sono in corso contatti importanti con rinomate catene nazionali ed internazionali, che hanno mostrato un notevole apprezzamento per il corso e confermato un concreto interesse a collaborare nella formazione in azienda, con le proprie strutture. L'aspetto importante, già emerso dai colloqui telefonici e via e-mail, è che queste grandi catene sono molto attratte dall'approccio proposto, più esperienziale e meno standardizzato rispetto a quanto offrono oggi le principali realtà accademiche europee, con un attento legame alla valorizzazione del contesto locale. Le grandi catene alberghiere, d'altra parte, oggi stanno vivendo una rivisitazione del proprio concept, cercando di adattare l'offerta delle proprie strutture ai territori di riferimento. L'1 Agosto 2018 l'Ente Nazionale del Turismo Italiano, a cui è stato sottoposto il progetto, ha conferito il patrocinio al Corso di Laurea. Questo importante risultato esprime anche l'apprezzamento della principale istituzione del turismo per l'iniziativa. Infine, in data 21 Novembre 2018, è stato costituito il Comitato di Indirizzo, formato da esperti di ranking universitari, dirigenti di scuole di alta formazione nel settore turistico di rilievo internazionale e molti dei partner che hanno rappresentato i principali stakeholders nelle consultazioni (la nomina del comitato è allegata alla documentazione).

L'approvazione dell'istituzione del Cds da parte degli organi è avvenuta il 27/12/2018. La convenzione con l'Ordine dei Dottori Commercialisti è stata stipulata anche a seguito dell'emanazione del Decreto Ministeriale n. 6 del 7 Gennaio, 2019, in data 14 Gennaio, 2019. Sono state inoltre siglate due convenzioni con le associazioni di imprese maggiormente rappresentative su scala locale e nazionale, anche in collegamento con le realtà internazionali: Federalberghi Campania e l'Unione degli Industriali della Provincia di Napoli, stipulate sempre in data 14 Gennaio, 2019.

Sintesi della consultazione con le organizzazioni rappresentative a livello locale della produzione, servizi, professioni

A seguito degli incontri preliminari alla partenza del Cds, il 7 ottobre 2019 è stato organizzato il primo incontro del Comitato di Indirizzo in Hospitality Management, dopo l'inizio del Corso, con la presenza degli esperti del mondo aziendale (imprenditori e top managers) e del mondo associativo (ordini professionali e associazioni di categoria). In questa occasione, sono stati affrontati degli aspetti importanti come quello dell'avvio della programmazione delle attività di stage, delle attività pratico-applicative e della definizione di collaborazioni e supporti da parte del mondo aziendale. È stata suggerita la possibilità di nominare una commissione per gli stage per programmare i contenuti ed il processo. Si è stabilito che, negli stage che partiranno al II anno, secondo il piano di studi, lo stagista dovrà inizialmente affiancare i responsabili dei vari dipartimenti delle strutture. Gli stage si svolgono sul territorio nazionale e all'estero con le catene alberghiere in particolare, chiedendo al partner la possibilità di offrire vitto e alloggio allo stagista. Per la preparazione allo stage sono previste visite preliminari in struttura, anche al fine di far familiarizzare lo stagista con la realtà territoriale in cui opera. Quanto alla definizione di collaborazioni e supporti da parte del mondo aziendale, si richiede ai partner di fornire agli stagisti vitto e alloggio nel caso fosse necessario, eventuali rimborsi spese, la possibilità di fornire loro un segno distintivo con il logo del corso di laurea. Inoltre, è stato chiesto ai partner la possibilità di far soggiornare a rotazione presso le loro strutture i professori stranieri che prendono abitualmente parte alla didattica del corso come visitors and fellows. A seguito delle consultazioni, si è quindi proceduto a:

- Avviare uno screening delle aziende per la realizzazione degli stage;
- Studiare un processo di reporting e di assessment;
- Programmare gli inviti dei visiting fellows;
- Organizzare un ciclo di conferenze e seminari on site/online;
- Attivare attività pratico-applicative con manager ed esperti aziendali.

In riferimento allo screening delle aziende, si procede con un'attenta analisi dei fabbisogni per poi fare un match con i profili ed i curricula degli studenti. La fase di tirocinio si avvale di un sistema di reporting e di assessment, ideato e strutturato non solo con i partner aziendali ma anche in collaborazione con le Università straniere, al fine di omogeneizzare gli standard della fase degli stage. Infatti, sono previsti confronti periodici con i tutor aziendali, definizione ex ante di obiettivi e di aspettative, sia dal lato delle aziende sia da parte degli studenti. La cooperazione con il mondo delle organizzazioni e delle aziende

avviene anche attraverso un planning dedicato ai visiting fellows. Inoltre, il confronto tra mondo accademico e realtà aziendale porta anche all'ideazione di un ciclo di conferenze sui temi della programmazione strategica, del crisis management, della digitalizzazione, dell'importanza del servicescape, della sostenibilità, degli aspetti finanziari e giuridici che riguardano le imprese dell'hospitality e correlate. A seguito degli incontri preliminari all'istituzione del CdS, il comitato di indirizzo si è costituito ufficialmente il 12 Marzo 2019 con i principali rappresentanti del mondo del turismo, non solo a livello locale ma anche nazionale, e molti di questi associati a marchi internazionali. Durante questo incontro sono state illustrate le caratteristiche del corso (80% di placement, 50 iscritti, selezionati con prova di ammissione obbligatoria, due terzi delle lezioni in lingua inglese). I membri del Comitato concordano sull'importanza della padronanza della lingua Inglese e sulla necessità di un requisito minimo di accesso, corrispondente al B1. Con riferimento all'organizzazione dell'attività di stage, sono state sviluppate riflessioni e proposte da parte dei partecipanti; al termine del dibattito, tutti hanno concordato sull'opportunità di espletare tirocini al secondo e al terzo anno di corso, da completare anche nel periodo estivo di alta stagione, ed eventualmente prevedere anche un tirocinio extracurricolare. I membri del Comitato hanno ampiamente condiviso la possibilità di coinvolgere esperti nel settore alberghiero in testimonianze/attività pratico-applicative/attività didattiche integrative, da selezionare in base a criteri fissati dallo stesso Comitato. Durante il 2019, il Comitato di indirizzo si è riunito anche il 7 Ottobre, per illustrare il resoconto del processo di selezione dei candidati, le attività didattiche e scientifiche (incluse le attività pratico-applicative), la programmazione interventi in aula, l'avvio programmazione attività di stage con la nomina commissione, la definizione collaborazioni e supporti da parte del mondo aziendale. Nel 2020, in ottemperanza alle normative introdotte a causa della pandemia Covid-19, sono stati organizzati una serie di seminari sul tema delle possibili strategie di resilience per le imprese e per le destinazioni. Il comitato di indirizzo si è anche riunito il 3 febbraio 2021 per definire la possibilità di attivazione degli stage nella stagione successiva e la relativa modalità di svolgimento, alla luce della situazione Covid-19. Il Coordinatore ha altresì aggiornato i membri del comitato sui laboratori svolti, per illustrare la programmazione e le attività del secondo semestre. Sono infine proposte ed approvate alcune variazioni alla composizione del Comitato. Inoltre, per l'avvio e l'attivazione degli stage del 2021 e 2022, il Coordinatore del CdS ha incontrato le singole imprese per dare il via alla stipula delle convenzioni, fissare gli obiettivi formativi, far il meet e match tra studenti e imprese. Il 3 Febbraio 2021 si è riunito il comitato di indirizzo per definire le modalità e la durata degli stage. In tale occasione, si precisa che l'organizzazione dei tirocini tiene conto sia degli interessi degli studenti relativamente a settore di attività, dipartimento (per esempio Food & Beverage, Front Office, Back Office, Sales and Marketing) e luogo di svolgimento (regione Campania, Italia o Estero), sia di quelli delle imprese. A tal proposito, la Prof.ssa Della Corte ha mostrato la scheda che è stata predisposta per raccogliere le adesioni delle imprese partner. Il Comitato di Indirizzo si è riunito il 29 Settembre 2022 per discutere degli stage, sottolineando la necessità di incentivare gli stage all'estero, anche in

considerazione del venir meno delle restrizioni imposte dalla pandemia. Il Comitato di indirizzo ha poi delineato i contenuti delle nuove attività pratico-applicative e degli incontri tenuti da esperti del settore sui temi del social media e del marketing online. La Professoressa Della Corte ha comunicato che la CCD ed il comitato di indirizzo si impegnano a continuare a mantenere gli standard di qualità sia per la certificazione ISO, sia per ciò che è previsto dal sistema AVA. Il Comitato di Indirizzo si è poi riunito il 18 Aprile 2023 per tracciare la performance dell'andamento degli stage dell'anno precedente. Dai questionari somministrati, emerge un elevato grado di soddisfazione da parte degli studenti che delle aziende. In riferimento ai profili professionali del CdS, i membri suggeriscono di ampliare il concetto di ospitalità anche al travel (tour operator e agenzie di viaggio), attraverso un'attività didattica integrativa. In riferimento alle attività pratico-applicative, gli esperti suggeriscono anche di inserire un approfondimento sul comparto MICE (meeting, incentive, congress, events). Infatti, il Comitato di Indirizzo fornisce anche indicazioni per l'attivazione di attività pratico-applicative, che mirano a rafforzare specifiche competenze di settore, a fornire contenuti per il business planning e a migliorare le conoscenze linguistiche. Nella riunione del Comitato di Indirizzo del 18.12.2023, in relazione al punto 'organizzazione stage e tirocini 2024', è stata stabilita la data di inizio (febbraio 2024). Tale decisione è stata presa tenendo conto delle esigenze aziendali e dei desiderata degli studenti (data di inizio, area geografica e area aziendale di interesse). Inoltre, è stata deliberata l'entrata di due nuovi membri nel Comitato di Indirizzo, Annamaria Boniello e Andrea Prevosti. La decisione è stata presa considerando il profilo professionale e l'esperienza dei candidati proposti, in quanto possono apportare competenze e prospettive complementari all'attività del Comitato. La loro nomina contribuisce ad arricchire la natura professionalizzante del Corso di Studi in Hospitality Management. Per quanto concerne il punto relativo alla Scheda Alumni, il Comitato di Indirizzo ha deliberato che anche i manager possono segnalare la possibilità di compilare la scheda agli ex studenti del Corso di Laurea in Hospitality Management o laureati con cui sono in contatto, al fine di completare e aggiornare le schede. Questa iniziativa mira a creare e mantenere un network attivo di alumni, consentendo di stabilire e rafforzare legami duraturi tra il Corso di Studi e coloro che hanno completato il percorso di studi in Hospitality Management. Nell'incontro del 6 maggio 2024, poi, i partecipanti del Comitato di Indirizzo hanno confermato la bontà dei profili in uscita che il CDS forma in quanto pienamente in linea con le attuali tendenze del mercato del lavoro. Inoltre, il percorso di studi è risultato competitivo, variegato e indirizzato verso un placement altamente adeguato alle esigenze del settore turistico. Hanno ribadito l'importanza del continuo coinvolgimento di manager e di esperti durante i corsi o in occasione di seminari/eventi. È stata, al contempo, ribadita la necessità di ampliare l'offerta dedicata alle attività pratico-applicative a carattere specialistico. L'obiettivo di queste attività è di rafforzare le competenze teoriche acquisite. In particolare, le attività pratico-applicative sono cruciali non solo per consolidare le competenze sviluppate durante il percorso formativo, ma anche per consolidare il carattere professionalizzante del CdS. Le attività pratico-applicative del CdS prevedono incontri con esperti, manager e professionisti altamente qualificati e sono attivati su base annua. I

temi trattati spaziano dall'imprenditorialità, al social media marketing nel settore turistico, alla sostenibilità, alla digitalizzazione, al management degli smart events e all'osservatorio turistico virtuale, all'hotel management. Questi temi, oggi, sono indispensabili per navigare con successo nei contesti organizzativi di maggiore complessità e per affrontare le sfide turistiche del domani.

Il confronto in questione ha messo in luce come il corso di studi in Hospitality Management sia idoneo ad ampliare la gamma dei profili professionali/culturali dei laureati. In sintesi, le parti consultate sia attraverso incontri formalizzati e verbalizzati, sia attraverso scambio di corrispondenza a mezzo e-mail o in occasione di seminari hanno avallato la validità del corso di studi in Hospitality Management, reputando l'offerta formativa soddisfacente ad appagare le attuali esigenze provenienti dal mercato del lavoro e idonea a fornire allo studente un bagaglio di competenze coerente con gli odierni sbocchi professionali. Il profilo culturale e professionale del corso di laurea è apparso convincente ai componenti del comitato. Pdf inserito:

[Verbali di consultazione, lettere di apprezzamento, nomina Comitato di Indirizzo, Questionario, elenco prime aziende aderenti](#)



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



A seguito degli incontri preliminari alla partenza del Cds, il 7 ottobre 2019 è stato organizzato il primo incontro del Comitato di Indirizzo in Hospitality Management, dopo l'inizio del Corso, con la presenza degli esperti del mondo aziendale (imprenditori e top managers) e del mondo associativo (ordini professionali e associazioni di categoria).

In questa occasione, sono stati affrontati degli aspetti importanti come quello dell'avvio della programmazione delle attività di stage, delle attività pratico-applicative e della definizione di collaborazioni e supporti da parte del mondo aziendale. È stata suggerita la possibilità di nominare una commissione per gli stage per programmare i contenuti ed il processo. Si è stabilito che, negli stage che partiranno al II anno, secondo il piano di studi, lo stagista dovrà inizialmente affiancare i responsabili dei vari dipartimenti delle strutture. Gli stage si svolgono sul territorio nazionale e all'estero con le catene alberghiere in particolare, chiedendo al partner la possibilità di offrire vitto e alloggio allo stagista.

Per la preparazione allo stage sono previste visite preliminari in struttura, anche al fine di far familiarizzare lo stagista con la realtà territoriale in cui opera.

Quanto alla definizione di collaborazioni e supporti da parte del mondo aziendale, si richiede ai partner di fornire agli stagisti vitto e alloggio nel caso fosse necessario, eventuali rimborsi spese, la possibilità di fornire loro un segno distintivo con il logo del corso di laurea.

Inoltre, è stato chiesto ai partner la possibilità di far soggiornare a rotazione presso le loro strutture i professori stranieri che prendono abitualmente parte alla didattica del corso come visitors and fellows.

A seguito delle consultazioni, si è quindi proceduto a:

- Avviare uno screening delle aziende per la realizzazione degli stage;
- Studiare un processo di reporting e di assessment;
- Programmare gli inviti dei visiting fellows;
- Organizzare un ciclo di conferenze e seminari on site/online;
- Attivare attività pratico-applicative con manager ed esperti aziendali.

In riferimento allo screening delle aziende, si procede con un'attenta analisi dei fabbisogni per poi fare un match con i profili ed i curricula degli studenti. La fase di tirocinio si avvale di un sistema di reporting e di assessment, ideato e strutturato non solo con i partner aziendali ma anche in collaborazione con le Università straniere, al fine di omogeneizzare gli standard della fase degli stage. Infatti, sono previsti confronti periodici con i tutor aziendali, definizione ex ante di obiettivi e di aspettative, sia dal lato delle aziende sia da parte degli studenti.

La cooperazione con il mondo delle organizzazioni e delle aziende avviene anche attraverso un planning dedicato ai visiting fellows. Inoltre, il confronto tra mondo accademico e realtà aziendale porta anche all'ideazione di un ciclo di conferenze sui temi della programmazione strategica, del crisis management, della digitalizzazione, dell'importanza del servicescape, della sostenibilità, degli aspetti finanziari e giuridici che riguardano le imprese dell'hospitality e correlate.

A seguito degli incontri preliminari all'istituzione del CdS, il comitato di indirizzo si è costituito ufficialmente il 12 Marzo 2019 con i principali rappresentanti del mondo del turismo, non solo a livello locale ma anche nazionale, e molti di questi associati a marchi internazionali.

Durante questo incontro sono state illustrate le caratteristiche del corso (80% di placement, 50 iscritti, selezionati con prova di ammissione obbligatoria, due terzi delle lezioni in lingua inglese).

I membri del Comitato concordano sull'importanza della padronanza della lingua Inglese e sulla necessità di un requisito minimo di accesso, corrispondente al B1.

Con riferimento all'organizzazione dell'attività di stage, sono state sviluppate riflessioni e proposte da parte dei partecipanti; al termine del dibattito, tutti hanno concordato sull'opportunità di espletare tirocini al secondo e al terzo anno di corso, da completare anche nel periodo estivo di alta stagione, ed eventualmente prevedere anche un tirocinio extracurricolare.

I membri del Comitato hanno ampiamente condiviso la possibilità di coinvolgere esperti nel settore alberghiero in testimonianze/attività pratico-applicative/attività didattiche integrative, da selezionare in base a criteri fissati dallo stesso Comitato.

Durante il 2019, il Comitato di indirizzo si è riunito anche il 7 Ottobre, per illustrare il resoconto del processo di selezione dei candidati, le attività didattiche e scientifiche (incluse le attività pratico-applicative), la programmazione interventi in aula, l'avvio programmazione attività di stage con la nomina commissione, la definizione collaborazioni e supporti da parte

del mondo aziendale.

Nel 2020, in ottemperanza alle normative introdotte a causa della pandemia Covid-19, sono stati organizzati una serie di seminari sul tema delle possibili strategie di resilience per le imprese e per le destinazioni.

Il comitato di indirizzo si è anche riunito il 3 febbraio 2021 per definire la possibilità di attivazione degli stage nella stagione successiva e la relativa modalità di svolgimento, alla luce della situazione Covid-19. Il Coordinatore ha altresì aggiornato i membri del comitato sui laboratori svolti, per illustrare la programmazione e le attività del secondo semestre. Sono infine proposte ed approvate alcune variazioni alla composizione del Comitato.

Inoltre, per l'avvio e l'attivazione degli stage del 2021 e 2022, il Coordinatore del CdS ha incontrato le singole imprese per dare il via alla stipula delle convenzioni, fissare gli obiettivi formativi, far il meet e match tra studenti e imprese.

Il 3 Febbraio 2021 si è riunito il comitato di indirizzo per definire le modalità e la durata degli stage. In tale occasione, si precisa che l'organizzazione dei tirocini tiene conto sia degli interessi degli studenti relativamente a settore di attività, dipartimento (per esempio Food & Beverage, Front Office, Back Office, Sales and Marketing) e luogo di svolgimento (regione Campania, Italia o Estero), sia di quelli delle imprese. A tal proposito, la Prof.ssa Della Corte ha mostrato la scheda che è stata predisposta per raccogliere le adesioni delle imprese partner.

Il Comitato di Indirizzo si è riunito il 29 Settembre 2022 per discutere degli stage, sottolineando la necessità di incentivare gli stage all'estero, anche in considerazione del venir meno delle restrizioni imposte dalla pandemia. Il Comitato di indirizzo ha poi delineato i contenuti delle nuove attività pratico-applicative e degli incontri tenuti da esperti del settore sui temi del social media e del marketing online. La Professoressa Della Corte ha comunicato che la CCD ed il comitato di indirizzo si impegnano a continuare a mantenere gli standard di qualità sia per la certificazione ISO, sia per ciò che è previsto dal sistema AVA.

Il Comitato di Indirizzo si è poi riunito il 18 Aprile 2023 per tracciare la performance dell'andamento degli stage dell'anno precedente. Dai questionari somministrati, emerge un elevato grado di soddisfazione da parte degli studenti che delle aziende. In riferimento ai profili professionali del CdS, i membri suggeriscono di ampliare il concetto di ospitalità anche al travel (tour operator e agenzie di viaggio), attraverso un'attività didattica integrativa. In riferimento alle attività pratico-applicative, gli esperti suggeriscono anche di inserire un approfondimento sul comparto MICE (meeting, incentive, congress, events). Infatti, il Comitato di Indirizzo fornisce anche indicazioni per l'attivazione di attività pratico-applicative, che mirano a rafforzare specifiche competenze di settore, a fornire contenuti per il business planning e a migliorare le conoscenze linguistiche.

Nella riunione del Comitato di Indirizzo del 18.12.2023, in relazione al punto 'organizzazione stage e tirocini 2024', è stata stabilita la data di inizio (febbraio 2024). Tale decisione è stata presa tenendo conto delle esigenze aziendali e dei desiderata degli studenti (data di inizio, area geografica e area aziendale di interesse). Inoltre, è stata deliberata l'entrata di due nuovi membri nel Comitato di Indirizzo, Annamaria Boniello e Andrea Prevosti. La

decisione è stata presa considerando il profilo professionale e l'esperienza dei candidati proposti, in quanto possono apportare competenze e prospettive complementari all'attività del Comitato. La loro nomina contribuisce ad arricchire la natura professionalizzante del Corso di Studi in Hospitality Management. Per quanto concerne il punto relativo alla Scheda Alumni, il Comitato di Indirizzo ha deliberato che anche i manager possono segnalare la possibilità di compilare la scheda agli ex studenti del Corso di Laurea in Hospitality Management o laureati con cui sono in contatto, al fine di completare e aggiornare le schede. Questa iniziativa mira a creare e mantenere un network attivo di alumni, consentendo di stabilire e rafforzare legami duraturi tra il Corso di Studi e coloro che hanno completato il percorso di studi in Hospitality Management. La raccolta di informazioni, attraverso la scheda alumni, consente di monitorare il percorso professionale degli ex studenti, nonché di identificare possibili opportunità di collaborazione e di arricchimento reciproco tra gli alumni e il CdS.

Nell'incontro del 6 maggio 2024, poi, i partecipanti del Comitato di Indirizzo hanno confermato la bontà dei profili in uscita che il CDS forma in quanto pienamente in linea con le attuali tendenze del mercato del lavoro. Inoltre, il percorso di studi è risultato competitivo, variegato e indirizzato verso un placement altamente adeguato alle esigenze del settore turistico. Hanno ribadito l'importanza del continuo coinvolgimento di manager e di esperti durante i corsi o in occasione di seminari/eventi. È stata, al contempo, ribadita la necessità di ampliare l'offerta dedicata alle attività pratico-applicative a carattere specialistico. L'obiettivo di queste attività è di rafforzare le competenze teoriche acquisite. In particolare, le attività pratico-applicative sono cruciali non solo per consolidare le competenze sviluppate durante il percorso formativo, ma anche per consolidare il carattere professionalizzante del CdS. Le attività pratico-applicative del CdS prevedono incontri con esperti, manager e professionisti altamente qualificati e sono attivati su base annua. I temi trattati spaziano dall'imprenditorialità, al social media marketing nel settore turistico, alla sostenibilità, alla digitalizzazione, al management degli smart events e all'osservatorio turistico virtuale, all'hotel management. Questi temi, oggi, sono indispensabili per navigare con successo nei contesti organizzativi di maggiore complessità e per affrontare le sfide turistiche del domani.

Il confronto in questione ha messo in luce come il corso di studi in Hospitality Management sia idoneo ad ampliare la gamma dei profili professionali/culturali dei laureati. In sintesi, le parti consultate sia attraverso incontri formalizzati e verbalizzati, sia attraverso scambio di corrispondenza a mezzo e-mail o in occasione di seminari hanno avallato la validità del corso di studi in Hospitality Management, reputando l'offerta formativa soddisfacente ad appagare le attuali esigenze provenienti dal mercato del lavoro e idonea a fornire allo studente un bagaglio di competenze coerente con gli odierni sbocchi professionali. Il profilo culturale e professionale del corso di laurea è apparso convincente ai componenti del comitato. Pdf inserito:

[Verbali riunioni Comitato degli Esperti](#) 

Sintesi delle motivazioni dell'istituzione dei gruppi di affinità

Istituzione di più corsi nella classe



Gruppo di affinità

Gruppo:
2

Delibera di ateneo relativa all'istituzione di ulteriori corsi nella classe - 73

Convenzioni per tirocini

Pdf inserito:

[Convenzioni con Unione degli Industriali della Provincia di Napoli, Federalberghi Campania, Ordine dei Dottori Commercialisti di Napoli](#)



Parte Testuale

Obiettivi formativi specifici del Corso e descrizione del percorso formativo, anche con riferimento ai descrittori di Dublino



Gli obiettivi formativi specifici del CdS triennale professionalizzante in Hospitality Management (HM) sono quelli di fornire allo studente un know-how mirato al fine di operare in maniera distintiva nel campo dell'hospitality management e del turismo. Le studentesse e gli studenti acquisiscono, infatti, metodologie di analisi e strumenti per la gestione di aziende dell'hospitality and tourism industry, che sono caratterizzate da un contesto altamente dinamico, globale e multiculturale.

Le laureate e i laureati in HM acquisiscono delle competenze firm-specific dell'ospitalità e del turismo, fondamentali per operare in realtà aziendali nazionali ed internazionali, nelle diverse funzioni aziendali, per aree gestionali. Gli obiettivi formativi specifici sono tarati in funzione del profilo che si intende formare, ossia il middle manager nell'hotel management o nel food & beverage di impresa ricettiva e, più in generale, di imprese operanti nel settore turistico.

Per il raggiungimento di questi obiettivi specifici, le laureate e i laureati in HM devono acquisire conoscenze e abilità nelle seguenti aree di apprendimento:

- Area della formazione di base: le discipline impartite in questa area, cioè, Hotel Management e F&B Management, di strutture ricettive sono trattate in relazione alle loro possibili applicazioni al settore dell'HM e sono funzionali alle materie delle discipline caratterizzanti e di quelle affini e integrative. Inoltre, è previsto un congruo numero di CFU nell'ambito dell'economia aziendale, economia e gestione delle imprese, politica economica, diritto commerciale, del turismo e dell'agroalimentare, dei metodi quantitativi, dell'economia del turismo, dei processi di valorizzazione ambientale, del turismo sostenibile.

- Area della formazione caratterizzante: amplia il bacino delle conoscenze e consente l'acquisizione delle conoscenze specifiche, anche in lingua straniera, del management in generale e nel management e marketing dell'impresa alberghiera, dei performance management systems, dei sistemi di elaborazione delle informazioni, della statistica, dell'informatica e della social media data analysis, della sociologia generale, del diritto privato, del turismo e dell'agroalimentare, del management strategico e dell'innovazione, della politica del turismo e dei trasporti, del business

planning, della gestione delle risorse umane e del team building, della valorizzazione territoriale, della cultura gastronomica e dell'ethical food.

-Area delle discipline affini e integrative: quest'area riguarda sia le discipline relative alla cultura gastronomica sia in ambito aziendale.

Alla preparazione della prova finale per il conseguimento del titolo sono destinati tre crediti. Il lavoro di tesi è collegato allo stage e rafforzato da analisi di ricerca. È prevista anche l'acquisizione di soft skills (capacità di team building, di leadership, conquista dell'autostima e strumenti per un miglior inserimento nel mondo del lavoro) in altre attività.

Le laureate e i laureati sono in grado di utilizzare metodi di ricerca e analisi nel campo economico-aziendale caratterizzati da interdisciplinarietà e modelli gestionali, organizzativi, di misurazione e di rilevazione utili per interpretare la dinamicità e l'ipercompetitività del settore turistico, nonché di comprendere e applicare i fattori chiave dell'innovazione, della digitalizzazione, dell'intelligenza artificiale, della competitività, dell'imprenditorialità e della sostenibilità economica, sociale e ambientale. La formazione maturata nei corsi della classe consente a laureati e laureate di proseguire gli studi nei corsi di laurea magistrale, nei master di primo livello o di inserirsi in ambito lavorativo. In sintesi, il percorso prevede la costruzione di una base teorica al primo anno, una maggiore specializzazione al secondo, con una prima fase di tirocinio finalizzato alla conoscenza approfondita della realtà alberghiera nei diversi reparti nonché all'approfondimento rispetto in generale alla tourism industry anche nei propri collegamenti con l'offerta culturale, per una prima sperimentazione di attività in ciascun ambito. Al terzo anno, l'attività formativa d'aula sarà più contenuta, essendo il maggior numero di crediti dedicato allo stage, con una formazione specifica rispetto ai profili individuati.

Profilo e sbocchi



Profilo professionale e sbocchi occupazionali e professionali previsti per i laureati

Nome della figura professionale formata: Hotel Manager

Funzione in un contesto di lavoro e competenze:

All'esito del percorso di studi in Hospitality Management le laureate e i laureati svolgono funzioni di middle-management nelle seguenti aree dell'Hotel Management e Food and Beverage Management (F&B management). In riferimento alla prima area, svolgono in particolare funzioni di:

- Front office e gestione dei rapporti con la clientela;

- Back office, in diverse aree della gestione alberghiera, che non implicano rapporti diretti con la clientela.

COMPETENZE

Lo studente del Corso di Hospitality Management acquisisce competenze nell'hospitality management in senso stretto (hotel management), con riferimento alle dinamiche economico-aziendali delle imprese dell'hospitality (misurazione e valutazione delle performance di mercato, leadership e management delle risorse umane, marketing strategico ed operativo, analisi finanziaria, gestione dei rapporti con la clientela), alla dimensione sociale e culturale (rispetto della cultura locale, rispetto dei valori socio-culturali dei clienti, alle eccellenze produttive del territorio, alle risorse locali).

Più specificamente nell'hotel management, il corso si pone come obiettivo la formazione di una figura professionale che abbia:

- competenze nelle attività di front office: attività di concierge in ottica moderna, gestione del cliente, problem solving, processi di fidelizzazione, soft skills riguardanti la customer care indirizzate alla fidelity e alla retention degli ospiti; tali competenze sono spendibili anche in un contesto più ampio rispetto a quello alberghiero o comunque ricettivo;
- competenze nella costruzione del prodotto alberghiero, anche in un'ottica integrata di collaborazioni con altri attori della filiera;
- conoscenza approfondita della lingua inglese in termini tecnici e di eventuale altra lingua straniera;
- competenze nel coordinamento e management dell'organizzazione alberghiera nei vari reparti (room division, housekeeping, sala);
- competenze nella gestione della contabilità e nelle analisi finanziarie;
- competenze nel revenue management, nella gestione degli internet providers e dei social networks.

Tali competenze scaturiscono dallo studio di materie disciplinari economico-manageriali, giuridiche e quantitative che rafforzano la preparazione professionale e culturale offerta. Le laureate e i laureati presentano inoltre capacità tecniche e relazionali, conoscenze e skills trasversali, fondamentali per spaziare dalla gestione delle differenti divisioni dell'organizzazione alberghiera alla valorizzazione delle identità aziendali, all'implementazione dei processi di controllo qualitativi di tutte le attività, alla gestione strategica dell'azienda.

Sbocchi occupazionali:

Le laureate e i laureati del Corso di Laurea in Hospitality Management maturano un approccio fortemente interdisciplinare al turismo per poter operare all'interno dei sistemi turistici territoriali, in contesti omogenei o integrati, comprendenti ambiti locali (singole destinazioni), regionali, nazionali o internazionali. In tale prospettiva, durante il percorso di studi, agli studenti verrà offerta una disamina dei principali strumenti di marketing turistico territoriale, di

management degli eventi, di organizzazione, valorizzazione e promozione delle risorse territoriali, del sistema dell'ospitalità e della tradizione enogastronomica locale. Le laureate e i laureati, pertanto, ricoprono ruoli tecnico-organizzativi a livello di middle-management in un'azienda ricettiva e/o extra-ricettiva (ad esempio, hotel, resort, navi da crociera, etc); oppure ruoli strategico-commerciali, che richiedono elevate Food and Beverage Manager capacità relazionali.

Gli sbocchi lavorativi riguardano, in particolare, le seguenti aree:

- Rooms Division e front office management: coordinamento e alla gestione di portineria, piani, lavanderia, impianti (sportivo, benessere, ecc.), housekeeping, raccordati da una logica economico-manageriale per la verifica dei ricavi giornalieri, degli indici di efficienza alberghiera e dei risultati operativi in riferimento al budget, sia in ottica di customer satisfaction che di cost efficiency. Attività tradizionali, come l'housekeeping sono rilevanti per il prodotto alberghiero e la soddisfazione del cliente e richiedono figure di coordinamento e gestione estremamente professionali. Gestione dei rapporti con la clientela, sia nel b2c che nel b2b;

- Maintenance Management: gestione ordinaria e straordinaria degli impianti, la manutenzione dei differenti spazi (aree verdi, lavanderia, ristorazione, area spa, ecc.);

- Event and congress management: il corso di laurea consente di acquisire competenze collegate alla creazione e gestione di eventi in ambito nazionale ed internazionale;
- Gestione amministrativa e finanziaria, nell'analisi della contabilità, nella pianificazione economico-finanziaria e analisi dei flussi finanziari;

- Resident Management, supportando il Resident Manager, emanazione diretta dei gruppi proprietari, nella gestione dell'impresa;

- Revenue Management: supporto ai responsabili nelle analisi online e nella fissazione delle tariffe sui mercati;

- Guest relation management: coordina e supervisiona le attività relative alla cura dell'ospite, dalla pianificazione delle attività promozionali e ricreative, dalle traduzioni ai customer relationship management;

- Sales and marketing management: coordina e pianifica le azioni promozionali che vanno dalla gestione del messaggio pubblicitario veicolato ai consumatori finali, fino alle diverse forme di attività promozionali e di incentivazione, destinate ai tour operator e agli intermediari della vendita.

Il corso di laurea rivolge particolare attenzione al web marketing;

- Accountability and corporate finance: riguarda le operazioni direttamente correlate al reperimento dei fondi di gestione in relazione al fabbisogno di capitale.

Nome della figura professionale formata: Food and Beverage Manager

Funzione in un contesto di lavoro e competenze:

In riferimento alla seconda area, relativa al F&B management, le laureate e i laureati svolgono attività legate alla ristorazione alberghiera, nella moderna accezione di sviluppo di ristorazione e catering di qualità, anche attraverso collegamenti ad accademie di settore, chef stellati e approcci gourmet.

Le principali funzioni riguardano:

- Management della ristorazione nell'ambito delle imprese ricettive: gestione della cucina, gestione della sala, coordinamento delle risorse umane, gestione degli approvvigionamenti, sviluppo commerciale della ristorazione;
- Management del catering alberghiero: coordinamento, management ed organizzazione del catering collegato ad eventi e congressi.

COMPETENZE

Le laureate e i laureati in Hospitality management acquisiscono competenze nel:

- identificare e sviluppare efficaci strategie gestionali e gestionali per le aziende del settore food & beverage;
- sviluppare un business plan per le aziende enogastronomiche;
- utilizzare le tecniche di marketing per promuovere aziende e prodotti del settore food & beverage;
- gestione amministrativa ed economica (analisi costi-ricavi), budget, planning e forecast (previsioni a breve termine);
- gestire gli standard qualitativi del comparto ristorazione in accordo con la vision aziendale;
- stabilire degli obiettivi per il personale sia a breve termine sia a lungo termine;
- applicare i principi di pianificazione, gestione finanziaria e controllo di gestione (cost control) al settore dell'enogastronomia;
- comprendere e utilizzare tecniche di project management;
- conoscere ed applicare le tecniche di processo e di approvvigionamento in ambito alimentare e beverage;
- padroneggiare l'uso di nuove tecnologie all'interno di organizzazioni del settore enogastronomico;
- conoscere l'ecosistema relativo alle start-up del settore enogastronomico;
- organizzare eventi e banchetti.

Sbocchi occupazionali:

Middle manager nelle Food and Beverage Operations e nell'event management per la sezione catering. In particolare, gli sbocchi occupazionali possono far riferimento alle diverse unità della ristorazione presenti in albergo (ristoranti, bar, coffee shop, grill, roof top restaurant, room service, banqueting, breakfast room, mensa del personale, ecc.).

Inoltre, il CdS triennale in Hospitality Management, essendo incardinato nella classe L-18, offre la possibilità alle laureate e ai

laureati della classe di svolgere attività professionali nell'ambito di aziende, enti ed organismi di carattere privato o pubblico, o in forma autonoma, nonché attività di ricerca nell'ambito di uffici studi di organismi territoriali, di pubbliche amministrazioni, di imprese, di organismi di rappresentanza e professionali, di enti di ricerca nazionali ed internazionali, con particolare riferimento al contesto europeo.

Il corso prepara alla professione di (codifiche ISTAT)

1. Tecnici delle attività ricettive e professioni assimilate - (3.4.1.1.0)
2. Approvvigionatori e responsabili acquisti - (3.3.3.1.0)
3. Tecnici della produzione di servizi - (3.1.5.5.0)
4. Organizzatori di convegni e ricevimenti - (3.4.1.2.2)
5. Tecnici dell'organizzazione e della gestione dei fattori produttivi - (3.3.1.5.0)

Conoscenze richieste per l'accesso



Per l'accesso al Corso di Studio, si richiede il possesso di un Diploma di Scuola Media Superiore o altro titolo di studio conseguito all'estero e riconosciuto equipollente o idoneo. È altresì richiesto un livello di conoscenza della lingua inglese corrispondente almeno al livello B1 del quadro comune europeo di riferimento per le lingue (QCER).

In caso di verifica non positiva dell'adeguata preparazione iniziale descritta tramite l'indicazione delle conoscenze richieste per l'accesso al CdS, la Commissione di Coordinamento Didattico assegna specifici Obblighi Formativi Aggiuntivi (OFA) indicando le modalità di verifica da soddisfare entro il primo anno di corso.

In particolare, per gli immatricolati che in fase di selezione hanno ottenuto un punteggio complessivo inferiore a 50/100, è prevista l'attribuzione dei seguenti Obblighi Formativi Aggiuntivi (OFA) da adempiere nel primo anno di frequenza del Corso di Laurea:

- obbligo di frequenza di corsi MOOC online, selezionati su base individuale ed erogati mediante piattaforme di Ateneo (es: federica.eu), finalizzati al conseguimento delle richieste conoscenze e competenze di accesso e al superamento delle lacune manifestate dallo studente;
- obbligo di frequenza del laboratorio di lingua inglese.

Modalità di ammissione



Il Corso di Laurea è a numero programmato secondo quanto previsto dalla legge 2 agosto 1999, n.264, con accessi regolati da una procedura di selezione, finalizzata a valutare le attitudini dello studente ad intraprendere gli studi prescelti e lo stato delle conoscenze di base richieste. Nel rispetto delle norme dall'Ateneo, al Corso di Laurea sono ammessi studenti selezionati in base al voto del diploma e ad una prova di verifica obbligatoria, ivi inclusa la verifica della conoscenza della lingua straniera. La prova di verifica obbligatoria verte su argomenti di cultura generale con particolare riferimento alla conoscenza generale del settore turistico. Nell'ambito della prova di verifica obbligatoria, sono valutati il grado di conoscenza della lingua inglese ed il grado di motivazione dei candidati rispetto al settore di riferimento del Corso di Studi. Nella valutazione complessiva, per la formazione della graduatoria finale, la Commissione giudicatrice dispone complessivamente di 100 punti, di cui 50 punti per la prova di verifica obbligatoria e 50 punti attribuiti secondo il voto riportato all'esame di stato per il conseguimento del diploma di scuola secondaria superiore. Noti gli esiti, gli studenti collocati nella graduatoria di merito per l'accesso al Corso di Laurea provvederanno al perfezionamento della procedura di immatricolazione, entro i termini stabiliti dal bando di concorso per l'ammissione al primo anno. Il giorno successivo la scadenza di tale termine, sarà resa nota l'eventuale disponibilità di posti non coperti e si procederà con lo scorrimento della graduatoria. In riferimento ai requisiti di ammissione, sono ammessi tutti i cittadini italiani, i cittadini comunitari ovunque soggiornanti, i cittadini non comunitari, di cui all'art. 26 della legge n.189/2002 ed i cittadini non comunitari residenti all'estero che sono in possesso di diploma di istruzione secondaria di secondo grado.

La Commissione di Coordinamento Didattico del corso di norma disciplina i criteri di ammissione e l'eventuale programmazione delle iscrizioni, fatte salve differenti disposizioni di legge.

Il bando per l'ammissione al Corso di Laurea sarà pubblicato sul sito di Ateneo: www.unina.it.Link:

[Sezione del sito del CDS relativa alle modalità di ammissione](#)

Caratteristiche della prova finale



La prova finale per il conseguimento della Laurea in Hospitality Management prevede la discussione di un elaborato finale a conclusione di

un progetto di ricerca o di lavoro sotto la guida di un docente che svolge le funzioni di relatore.

In particolare, la preparazione e la discussione finale del lavoro di tesi svolgono la funzione di rafforzare la capacità e l'autonomia di giudizio del laureato.

La redazione della tesi costituisce, inoltre, un'utile opportunità per consolidare la padronanza di un metodo di analisi e di riflessione critica sui problemi e sulle dinamiche di settore.

La preparazione dell'elaborato finale prevede inoltre da parte del candidato un'adeguata capacità di studio e di valorizzazione delle esperienze maturate nel percorso di studio, anche in riferimento a casi aziendali, projects work e attività svolta sul campo. Rispetto a tali temi, il candidato deve dimostrare di possedere capacità di analisi e di elaborazione critica.

Modalità di svolgimento della prova finale



La prova finale per il conseguimento della Laurea in Hospitality Management prevede la discussione di un elaborato finale a conclusione di un progetto di ricerca o di lavoro sotto la guida di un docente che svolge le funzioni di relatore. In particolare, la preparazione e la discussione finale del lavoro di tesi svolgono la funzione di rafforzare la capacità e l'autonomia di giudizio del laureato.

La redazione della tesi costituisce, inoltre, un'utile opportunità per consolidare la padronanza di un metodo di analisi e di riflessione critica sui problemi e sulle dinamiche di settore. La preparazione dell'elaborato finale prevede inoltre da parte del candidato un'adeguata capacità di studio e di valorizzazione delle esperienze maturate nel percorso di studio, anche in riferimento a casi aziendali, projects work e attività svolta sul campo. Rispetto ai temi oggetto di studio nella prova finale, il candidato deve dimostrare di possedere capacità di analisi e di elaborazione critica.

Lo svolgimento della prova finale avviene mediante discussione orale dell'elaborato redatto dal laureando sotto la guida del docente relatore. Lo studente sceglie l'argomento della prova tra quelli indicati in un elenco pubblicato sul sito del Dipartimento. Lo studente può anche scegliere di relazionare su una attività o stage lavorativo o di ricerca, preventivamente approvato dal docente, sentita la competente struttura didattica. L'assegnazione del tema di approfondimento e del relativo docente di riferimento è effettuata su richiesta dello studente dal responsabile della competente Struttura didattica.

La Commissione, tenuto conto del voto assegnato alla relazione di cui innanzi, alla media curriculare dei voti degli esami di profitto, nonché

all'intero percorso di studio volto al conseguimento della laurea, esprime una valutazione complessiva sulla carriera dello studente attraverso un voto finale in centodecimi, oltre eventuale lode.
Le procedure relative alla prova finale sono riportate sul sito web del Dipartimento.

Parte Tabellare

Attività di base



ambito disciplinare	settore	CFU		minimo da D.M. per l'ambito
		min	max	
Discipline Economiche	ECON-02/A Politica economica	9 [4]	9 [4]	8
Discipline Aziendali	ECON-06/A Economia aziendale ECON-07/A Economia e gestione delle imprese	8 [8]	8 [8]	8
Discipline Statistiche e Matematiche	STAT-04/A Metodi matematici dell'economia e delle scienze attuariali e finanziarie	6 [6]	6 [6]	6
Discipline Giuridiche	GIUR-02/A Diritto commerciale	6 [6]	6 [6]	6
Minimo di crediti riservati dall'ateneo minimo da D.M. 28:		-		

Totale Attività di Base

29 - 29

Attività caratterizzanti



ambito disciplinare	settore	CFU		minimo da D.M. per l'ambito
		min	max	
Discipline Aziendali	ECON-06/A Economia aziendale ECON-07/A Economia e gestione delle imprese ECON-08/A Organizzazione aziendale	33 [33]	33 [33]	32
Discipline Economiche	ECON-02/A Politica economica	11 [5]	11 [5]	8
Discipline Quantitative	STAT-01/A Statistica STAT-04/A Metodi matematici dell'economia e delle scienze attuariali e finanziarie	10 [5]	10 [5]	10
Discipline Giuridiche	GIUR-01/A Diritto privato	12 [7]	12 [7]	12
Minimo di crediti riservati dall'ateneo minimo da D.M. 62:		-		

Totale Attività Caratterizzanti

66 - 66

Attività affini

ambito disciplinare	CFU	
	min	max
Attività formative affini o integrative	18	18

ambito disciplinare	CFU	
	min	max
Minimo di crediti riservati dall'ateneo:	-	

Totale Attività Affini	18 - 18
-------------------------------	---------

Descrizione sintetica delle attività affini o integrative



Il corso di studio comprende attività dedicate all'acquisizione di conoscenze specialistiche inerenti principalmente allo human resource management and team building, alla tecnologia degli alimenti, al revenue management. Nell'ambito di quelli affini e integrativi, gli studenti avranno la possibilità di di acquisire competenze trasversali e approfondire aree complementari. Il corso di studio prevede, altresì, attività volte all'assunzione di conoscenze avanzate connesse alla digitalizzazione e alla sostenibilità, applicate al settore turistico.

Altre attività




ambito disciplinare		CFU	
		min	max
A scelta dello studente		12	12
Per la prova finale e la lingua straniera (art. 10, comma 5, lettera c)	Per la prova finale	3	3
	Per la conoscenza di almeno una lingua straniera	0	0
Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. c		-	
Ulteriori attività formative (art. 10, comma 5, lettera d)	Ulteriori conoscenze linguistiche	-	-
	Abilità informatiche e telematiche	-	-
	Tirocini formativi e di	-	-

	orientamento		
	Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro	2	2
Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. d			
Per stages e tirocini presso imprese, enti pubblici o privati, ordini professionali		50	50
Totale Altre Attività		67 - 67	

Raggruppamento settori

per modificare il raggruppamento dei settori

Riepilogo CFU



CFU totali per il conseguimento del titolo	180
Range CFU totali del corso	180 - 180
Crediti riservati in base al DM 987 art.8	74 - 74
Crediti per tirocini in base al DM 987 art.8	50 - 50
Massimo numero di crediti riconoscibili (D.M. n. 931/2024)	48

Offerta Didattica Programmata

Attività di base	settore	CFU
Discipline Economiche	ECON-02/A Politica economica	9
Discipline Aziendali	ECON-06/A Economia aziendale	8
Discipline Statistiche e Matematiche	STAT-04/A Metodi matematici dell'economia e delle scienze attuariali e finanziarie	6
Discipline Giuridiche	GIUR-02/A Diritto commerciale	6
Minimo di crediti riservati dall'ateneo: -		
(minimo da D.M. 28)		
Totale attività di Base		29

Attività caratterizzanti	settore	CFU
Discipline Aziendali		8

	ECON-06/A Economia aziendale	3
		-
		3
	ECON-07/A Economia e gestione delle imprese	3
Discipline Economiche	ECON-02/A Politica economica	0
		1
		-
		1
		1
Discipline Quantitative	STAT-01/A Statistica	0
		0
		-
		1
		0
Discipline Giuridiche	GIUR-01/A Diritto privato	0
		2
		-
		1
		2
Minimo di crediti riservati dall'ateneo: -		
(minimo da D.M. 62)		
Totale attività caratterizzanti		6
		6
		-
		6
		6

Attività affini	settore	CFU
Attività formative affini o integrative		0
		8
		-
		1
		8

		m i n 1 8
Totale attività Affini		1 8 - 1 8

✘ Errori Attività Affini1
¹ Nell'ambito: Attività formative affini o integrative non è stato inserito alcun settore

Altre attività		CEU CEU Rad
A scelta dello studente		1 2 - 1 2
Per la prova finale e la lingua straniera (art. 10, comma 5, lettera c)	Per la prova finale	3 - 3
	Per la conoscenza di almeno una lingua straniera	0 - 0
Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. c		-
Ulteriori attività formative (art. 10, comma 5, lettera d)	Ulteriori conoscenze linguistiche	- -
	Abilità informatiche e telematiche	- -

	Tirocini formativi e di orientamento	-
		-
	Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro	2
		-
		2
Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. d		
	Per stages e tirocini presso imprese, enti pubblici o privati, ordini professionali	5
		0
		-
		5
		0
	Totale Altre Attività	6
		7
		-
		6
		7
CFU totali per il conseguimento del titolo		180
CFU totali inseriti		180

Regolamento Didattico del CdS

Pdf inserito: 

Eventuale articolazione curricolare inclusi eventuali orientamenti/indirizzi (ex Eventuali Curriculum)

Non sono previsti curricula

Indicazione dei piani di studio offerti agli studenti

Matrice di Tuning

Area Generica

Conoscenza e comprensione

Il profilo professionale del laureato in Hospitality Management è il risultato di una equilibrata combinazione di competenze appartenenti a diverse aree disciplinari economico, aziendale, giuridico, quantitativo, agrario e sociologico. Tale interdisciplinarietà favorisce competenze trasversali che consentono allo studente di acquisire conoscenze nelle diverse divisioni dell'HM. Al contempo, i laureati acquisiscono soft skills per l'inserimento nel mondo del lavoro. Sono organizzati seminari e workshop con le aziende partner, finalizzati alla migliore preparazione multidisciplinare. Il focus sull'hospitality management in particolare consente agli studenti di apprendere e di acquisire la capacità di adottare una prospettiva overlapping per la comprensione delle dinamiche sia di mercato, sia della singola impresa. Il laureato acquisisce quindi conoscenze ed è in grado di comprendere le principali dinamiche gestionali, sia nell'hotel management in senso stretto, che nel food & beverage.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Il laureato in HM è in grado di affrontare e gestire le principali problematiche collegate al funzionamento delle aziende e delle organizzazioni, nella prospettiva della gestione strategica d'impresa. Mostra capacità di applicazione delle conoscenze acquisite, affrontando le tematiche connesse al management del turismo, anche come driver di sviluppo dei territori, nei suoi vari aspetti specifici. A tal scopo, sono istituite attività pratico-applicative (ad esempio, challenges, business game e role playing, ecc.), preparatori all'attività di stage e tirocinio, nei quali le aziende partner, alle quali sono forniti tutti gli elementi per valutare i curricula degli studenti del corso, mettono a disposizione le loro elevate competenze e le opportunità maggiormente richieste dal mercato. Tale approccio si completa nell'attività di sperimentazione durante il tirocinio. Attraverso questo percorso, il laureato è in grado di affrontare i processi decisionali a livello di middle-management nelle imprese dell'ospitalità e di altri comparti del settore turistico.

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

Nessuna attività formativa attualmente inserita

Area Aziendale

Conoscenza e comprensione

Conoscenza e comprensione a livello approfondito degli strumenti manageriali e delle teorie di impresa, con particolare riferimento ad aspetti di: strategia, international management, tourism management, accounting, performance management, marketing, HR management e organizzazione.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Capacità di analizzare e interpretare le principali dinamiche economico-finanziarie connesse ai modelli di business del settore turistico, utilizzando tecniche e strumenti propri dell'economia aziendale e del management; comprensione e capacità di applicare la conoscenza in queste aree, con attenzione all'ambiente smart, agli strumenti moderni di analisi e di marketing, sia rispetto alle dinamiche interne all'azienda che alla gestione dell'insieme complessivo di relazioni.

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

Nessuna attività formativa attualmente inserita

Area Economica

Conoscenza e comprensione

Conoscenza e comprensione dell'economia politica con particolare riferimento alle tematiche di turismo e trasporti, all'impatto sull'economia locale e sulle dinamiche di settore.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Capacità di discutere differenti paradigmi nelle politiche per l'economia e il turismo, cogliendo le principali interazioni esistenti tra attività e contesto macroeconomico e microeconomico.

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

Nessuna attività formativa attualmente inserita

Area Quantitativa

Conoscenza e comprensione

Conoscenza e comprensione approfondita dei principali modelli matematico-statistici in ambito aziendale al fine di favorire conoscenza e comprensione dei principali software per l'elaborazione dei modelli statistici e lettura dell'output con particolari applicazioni all'ambito turistico; conoscenza delle fonti statistiche sul turismo in campo nazionale ed internazionale; acquisizione delle principali metodologie di analisi dei fenomeni turistici, con particolare attenzione a: a) strumenti di analisi statistica univariata e multivariata; b) tecniche di rilevazione; c) piano di campionamento; d) misure indirette dei fenomeni turistici (indicatori).

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Capacità di applicare correttamente i modelli ai casi concreti e di fornire una interpretazione analitica del fenomeno oggetto di studio in riferimento ad altri contesti internazionali; essere in grado di scegliere opportune basi di dati e opportune metodologie per il loro trattamento statistico; capacità di valutare le criticità presenti nella scelta.

Acquisire competenze anche informatiche, trattandosi di un settore ad alto contenuto tecnologico, necessarie sia per il management interno, sia per le relazioni di filiera, sia per la realizzazione di ricerche, rilevazioni ed elaborazioni di dati quantitativi.

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

Nessuna attività formativa attualmente inserita

Area Giuridica

Conoscenza e comprensione

Conoscenza e comprensione approfondita dei principi e delle regole del diritto privato, del turismo e delle produzioni agroalimentari, del diritto commerciale e della navigazione. Capacità necessarie ad individuare ed approfondire la disciplina degli istituti giuridici, e ad utilizzare concretamente le conoscenze e gli strumenti acquisiti durante il corso di lezioni, ai fini dell'inquadramento e della risoluzione di casi e problemi applicativi.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Capacità di qualificare le fattispecie giuridiche ai fini della corretta individuazione della disciplina applicabile ai casi concreti, alla luce delle interpretazioni dottrinali prevalenti, della giurisprudenza interna e dell'Unione Europea e della prassi internazionale e regionale.

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

Nessuna attività formativa attualmente inserita

Area Sociologica

Conoscenza e comprensione

Conoscenza e comprensione dei nuovi trend in tema di gestione di big data e utilizzo delle tecnologie di comunicazione, dei social media, dello story telling e del social media marketing e influencing.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Capacità di qualificare le fattispecie di gestione di big data e utilizzo delle tecnologie di comunicazione, dei social media, e del social media marketing e

influencing, e di applicarle nel concreto.

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

Nessuna attività formativa attualmente inserita

Area Agraria

Conoscenza e comprensione

Conoscenza e comprensione di tematiche di tutela e valorizzazione della cultura e del patrimonio territoriale, anche alla luce delle emergenti questioni etiche, di responsabilità sociale e di sostenibilità. Approfondimento delle culture gastronomiche e del relativo impatto nell'offerta turistica, con particolare riferimento ad esigenze di specifici target di mercato, con abitudini di consumo legate a fattori culturali e/o religiosi. Approfondimento delle principali tecnologie nella gestione degli alimenti.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Capacità di applicare correttamente i modelli e gli strumenti acquisiti ai casi concreti, e fornire una interpretazione analitica del fenomeno oggetto di studio in riferimento anche ad altri contesti internazionali.

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

Nessuna attività formativa attualmente inserita

Offerta Didattica Erogata

Non sono stati caricati i record degli insegnamenti

Didattica programmata per coorte

Nessun docente titolare di insegnamento inserito

Calendario del Corso di Studio e orario delle attività formative

Calendario del Corso di Studio e orario delle attività formative

<https://www.hospitalitymanagement.unina.it/calendario-delle-lezioni/>

Data di inizio dell'attività didattica

16/09/2026

Calendario degli esami di profitto


<https://www.hospitalitymanagement.unina.it/calendario-esami/>

Calendario sessioni della Prova finale

<https://www.demi.unina.it/didattica/calendario-degli-esami>

Infrastrutture

Aule

Pdf inserito: [AULE](#) 

Laboratori e Aule Informatiche

Sale Studio

Pdf inserito: [SALE STUDIO](#) 

Biblioteche

Servizi a supporto

Orientamento in ingresso e in itinere

Tutorato

**Assistenza per lo svolgimento di periodi di formazione all' esterno
(tirocini e stage)**

Accompagnamento al lavoro

Eventuali altre iniziative

Opinioni studenti

Pdf inserito: [Opinioni Studenti 2024/25](#) 

Opinioni dei laureati

Pdf inserito: [Opinioni laureati - indagine AlmaLaurea](#) 

Dati di ingresso, di percorso e di uscita

Dalla 'Scheda del Corso di Studio', Anagrafe Nazionale Studenti (ANS-Scheda del Corso di Studio aggiornata il 15/07/2025), gli studenti iscritti per l'anno accademico 2024/2025 sono risultati pari a 175 a fronte di 157 nel 2023/2024 (iC00d).

Il Cds offre una conferma indiretta del bassissimo tasso di abbandono del corso, così come confermato dalla percentuale di studenti che proseguono nel II anno dello stesso corso di studio, pari nel 2023, al 87,2% a fronte dei dati di Ateneo, pari nel 2023, al 65,3% (iC14).

Per quanto riguarda il bacino di provenienza geografica degli iscritti, il corso di laurea continua a registrare un forte interesse sull'intero territorio nazionale e ad attrarre studenti stranieri: gli iscritti al primo anno nel 2024 provenienti da altre regioni sono 9, pari al 15,0% del totale degli iscritti, a fronte di una media di Ateneo del 3,6% (iC03); gli iscritti al primo anno nel 2024 che hanno conseguito il precedente titolo di studio all'estero sono 7 (circa l'11%), a fronte di una media di Ateneo del 4,9‰ (iC12).

Per quanto riguarda, infine, i dati di percorso, la già segnalata elevata percentuale di studenti che proseguono nel secondo anno del corso di studio si mantiene tale anche quando si considerino i dati relativi ai CFU acquisiti al primo anno. Nel 2023, l'87,2 degli studenti aveva acquisito almeno 1/3 dei CFU previsti al primo anno; il 66,0% aveva acquisito almeno 2/3 dei CFU previsti al primo anno. Il dato di Ateneo è rispettivamente pari al 58,8% e al 42,5% (iC15bis e 1C16bis).

Nel 2024, il riferimento ai dati in uscita, la percentuale di laureandi

complessivamente soddisfatti del CdS è pari al 100% (iC25). Pdf inserito:

[INDICATORI CDS - DATI ANS](#) 

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

In quanto corso di laurea professionalizzante, secondo quanto previsto dal DM 6/2019, la formazione in azienda rappresenta una componente rilevante del percorso formativo corrispondente a 50 crediti, mediante la realizzazione di stage e tirocini in stretto raccordo con l'attività d'aula. I programmi di stage sono stati definiti dal comitato di indirizzo (Board of Experts), composto dal presidente del CdS, docenti del CdS e da rappresentanti del mondo imprenditoriale e delle professioni, con ruoli di indirizzo strategico, monitoraggio delle attività didattiche e delle attività di tirocinio, verificando che siano in linea con gli obiettivi definiti e condivisi in sede strategica e proponendo eventuali innovazioni in modo costante e continuativo.

Le opinioni degli studenti e delle imprese, per l'a.a. 2024-2025, sono ancora parziali in quanto le attività di stage sono ancora in corso di svolgimento. Infatti, a latere della valutazione finale dell'attività di stage prevista a livello di Ateneo, sono stati predisposti ulteriori questionari e schede di assessment sia per gli studenti, sia per i tutor aziendali. Il questionario rivolto agli studenti è incentrato sulla rilevazione e valutazione delle competenze tecniche, metodologiche, sociali e personali acquisite durante la fase pratica, nello specifico:

- conoscenze tecnico-professionali in riferimento al settore turistico ed alla tipologia di impresa ospitante;
- competenze linguistiche;
- conoscenza ed utilizzo di software operativi/gestionali;
- capacità organizzativa, di problem solving e teamwork;
- risccontro di elementi teorici appresi durante il percorso accademico.

La scheda di assessment destinata ai tutor aziendali è incentrata sull'analisi delle attitudini, competenze e capacità maturate dallo studente (stagista), in particolare:

- comprensione delle caratteristiche del lavoro in ambito turistico-manageriale;
- capacità di lavorare in team, perseguendo obiettivi di gruppo;
- inserimento dello stagista nell'organico aziendale;
- disponibilità all'apprendimento, sfruttando le mansioni assegnate per migliorare la propria formazione;
- svolgimento di attività pratiche mediante il ricorso alle competenze teoriche acquisite durante il percorso accademico;
- capacità di lavorare in autonomia, assumendo la responsabilità delle attività assegnate;
- messa in pratica delle conoscenze/competenze acquisite durante lo stage.

Rispetto alla formazione in azienda, dalla prima analisi dei dati raccolti è emerso che gli aspetti maggiormente apprezzati dagli studenti riguardano la capacità di lavorare in team (4,6/5) e la gestione dei conflitti (4,5/5). Altri fattori rilevanti riguardano la disponibilità e il supporto del tutor aziendale (4,6/5) e l'apprendimento sul campo (4,5/5). Inoltre, la maggioranza degli studenti ritiene di aver conseguito gli obiettivi formativi (4,7/5). I tutor aziendali hanno espresso un'elevata soddisfazione relativamente al rispetto delle regole e delle dotazioni aziendali (5/5), la capacità di adattamento all'ambiente lavorativo (4,6/5), la capacità di gestione delle relazioni formali e informali (4,9/5), la disponibilità all'apprendimento (4,7/5), l'intraprendenza (4,6/5) e autonomia (4,6/5). Per quanto riguarda la disposizione geografica, il Corso di Laurea ha attivato stage presso importanti strutture alberghiere sul territorio nazionale e all'estero. Gli studenti hanno beneficiato di numerose opportunità di formazione on the job offerte da aziende campane, operanti in particolare presso le isole del Golfo di Napoli, la costiera amalfitana e sorrentina. A livello nazionale, i tirocini hanno interessato le principali città italiane, tra le quali Roma, Milano e Venezia, mentre a livello internazionale hanno interessato Barcellona, Parigi, Ginevra, Madrid e Monaco di Baviera.

Struttura organizzativa e responsabilità a livello di Ateneo

Organizzazione e responsabilità della AQ a livello del Corso di Studio

Riesame annuale