



Syllabus Dettagliato – Master in Hotel Management and Operations

Modulo 1 – Strategia Alberghiera e Tendenze Globali

Crediti: 2,5 ECTS – 64 ore (20 lezioni online + 44 ore studio guidato)

Obiettivi formativi

- Analizzare le tendenze globali dell'industria alberghiera.
- Definire il posizionamento strategico di un hotel.
- Elaborare strategie di sviluppo a lungo termine.

Contenuti principali

- Trend internazionali nell'ospitalità.
- Analisi competitiva e benchmarking.
- Modelli di pianificazione strategica.
- Innovazione nei modelli di business.

Valutazione

Analisi di casi studio e stesura di un piano strategico.

Modulo 2 – Analisi Finanziaria e Budgeting Alberghiero

Crediti: 2,5 ECTS – 64 ore

Obiettivi formativi

- Preparare e interpretare budget e report finanziari.
- Utilizzare strumenti di controllo costi e pianificazione investimenti.
- Applicare break-even analysis e ROI.

Contenuti principali

- Bilanci e indicatori economico-finanziari degli hotel.
- Tecniche di budgeting e forecasting.
- Struttura dei costi nel settore hospitality.
- KPI finanziari e metriche di performance.

Valutazione

Compiti e analisi di casi finanziari reali.

Modulo 3 – Revenue Management e Strumenti di Forecasting

Crediti: 2,5 ECTS – 64 ore

Obiettivi formativi

- Applicare tecniche avanzate di revenue management.
- Utilizzare strumenti di previsione della domanda e dell'occupazione.
- Ottimizzare strategie di pricing e distribuzione.

Contenuti principali

- Modelli di previsione (serie storiche, regressione).
- Prezzi dinamici e ottimizzazione dell'inventario.
- RMS (Revenue Management Systems).
- Strategie di distribuzione e OTA.

Valutazione

Esercitazioni e simulazioni di pricing dinamico.

Modulo 4 – Marketing e Vendite nell'Ospitalità Internazionale

Crediti: 2,5 ECTS – 64 ore

Obiettivi formativi

- Elaborare campagne di marketing integrate.
- Progettare strategie di vendita per mercati internazionali.
- Gestire le relazioni con il cliente nell'hospitality.

Contenuti principali

- Strategie di marketing globale.
- Segmentazione, targeting e posizionamento.
- Canali di vendita alberghieri.
- Programmi di fidelizzazione e CRM.

Valutazione

Project work di gruppo: piano marketing internazionale.

Modulo 5 – Digital Hospitality e Strategie Social Media

Crediti: 2,5 ECTS – 64 ore

Obiettivi formativi

- Comprendere il ruolo delle tecnologie digitali nell'hospitality.
- Gestire la reputazione online di un hotel.
- Creare campagne social per il settore alberghiero.

Contenuti principali

- Digital transformation nell'ospitalità.
- Online reputation management.
- Piattaforme social e strategie per hotel.
- Campagne digitali basate su dati.

Valutazione

Project work: strategia digitale/social per un hotel.

Modulo 6 – Risorse Umane e Leadership Multiculturale

Crediti: 2,5 ECTS – 64 ore

Obiettivi formativi

- Gestire efficacemente team multiculturali.
- Applicare pratiche HR nel settore alberghiero internazionale.
- Sviluppare capacità di leadership e motivazione.

Contenuti principali

- Politiche HR nelle catene globali.
- Teorie di leadership e applicazioni pratiche.
- Diversità e inclusione nella gestione del personale.
- Tecniche di team building e gestione dei conflitti.

Valutazione

Role play + analisi di casi HR.

Modulo 7 – Operations Alberghiere e Standard di Qualità del Servizio

Crediti: 2,5 ECTS – 64 ore

Obiettivi formativi

- Applicare standard di qualità nelle operazioni alberghiere.
- Conoscere procedure operative dipartimentali.
- Gestire l'esperienza dell'ospite in tutte le fasi.

Contenuti principali

- SOP (Front Office, Housekeeping, F&B).
- Sistemi di qualità e audit operativi.
- Customer journey mapping.
- Benchmarking con catene di lusso.

Valutazione

Compiti e analisi di procedure operative reali.

Modulo 8 – Sostenibilità e ESG nell'Ospitalità

Crediti: 2,5 ECTS – 64 ore

Obiettivi formativi

- Integrare la sostenibilità nella strategia alberghiera.
- Applicare indicatori ESG nella gestione.
- Comprendere certificazioni ambientali e sociali.

Contenuti principali

- Turismo sostenibile e pratiche green.
- Framework ESG nel settore hospitality.
- Certificazioni (ISO 14001, Green Key).
- Best practice di hotel sostenibili.

Valutazione

Report: analisi ESG di una catena alberghiera.

Modulo 9 – Innovazione e Applicazioni di Intelligenza Artificiale

Crediti: 2,5 ECTS – 64 ore

Obiettivi formativi

- Esplorare le applicazioni dell'AI nell'hospitality.
- Comprendere le innovazioni digitali nei servizi alberghieri.
- Applicare predictive analytics alla gestione hotel.

Contenuti principali

- Chatbot, assistenti virtuali e smart rooms.
- CRM e sistemi di raccomandazione basati su AI.

- Predictive analytics per forecasting e occupazione.
- Tecnologie emergenti (IoT, blockchain).

Valutazione

Project work con soluzioni AI applicate a un caso studio.

Modulo 10 – Eccellenza nella Gestione Food & Beverage

Crediti: 2,5 ECTS – 64 ore

Obiettivi formativi

- Padroneggiare principi avanzati di gestione F&B.
- Progettare concept F&B innovativi.
- Controllare costi e standard di qualità.

Contenuti principali

- Menu engineering e pricing.
- Supply chain management in F&B.
- Innovazione nei servizi di ristorazione.
- Qualità del servizio e soddisfazione del cliente.

Valutazione

Simulazioni e compiti di gestione F&B.

Modulo 11 – Metodi di Ricerca e Data Analytics nel Turismo

Crediti: 2,5 ECTS – 64 ore

Obiettivi formativi

- Applicare metodologie di ricerca agli studi turistici.
- Utilizzare strumenti di data analytics per decisioni manageriali.
- Sviluppare progetti di ricerca applicata.

Contenuti principali

- Metodi quantitativi e qualitativi.
- Raccolta ed elaborazione dati.
- Big data nel turismo e nell'hospitality.
- Etica della ricerca e reportistica.

Valutazione

Proposta di ricerca + analisi dati.

Modulo 12 – Capstone Seminar: Sfide Emergenti nell'Ospitalità

Crediti: 2,5 ECTS – 64 ore

Obiettivi formativi

- Identificare le principali sfide globali del settore.
- Proporre soluzioni innovative a casi reali.
- Sintetizzare le competenze acquisite nel Master.

Contenuti principali

- Crisis management nell'hospitality.
- Disruption digitale e nuovi modelli di business.
- Trend post-pandemia.
- Competenze future per i leader del settore.

Valutazione

Presentazione progetto finale (Capstone).