

## **Facoltà di Arti e turismo**

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

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

Nome inglese del corso – Hospitality and Tourism Management

### **REGOLAMENTO DIDATTICO – ANNO ACCADEMICO 2021/2022**

#### **Presentazione**

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

L'organizzazione del corso prevede che gli insegnamenti del primo anno siano attivati presso l'Università IULM a Milano e che nel secondo anno gli studenti possano scegliere tra diversi indirizzi di specializzazione in diverse sedi universitarie anche attraverso percorsi di doppio diploma con università partner.

Il programma si articola come segue:

- il primo anno, in lingua inglese, presso l'Università IULM, ha l'obiettivo di trasferire agli studenti una base comune di conoscenze, fondamentali strumenti di management e una visione critica e multidisciplinare delle tematiche prioritarie per la gestione delle imprese e delle istituzioni del turismo;

- il secondo anno, anch'esso in lingua inglese, è articolato in percorsi di specializzazione alternativi, presso l'Università IULM o all'estero, nelle aree di competenza più richieste dalle imprese e dalle istituzioni del settore.

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

- personalizzare il percorso formativo attraverso la scelta (i) degli esami opzionali, (ii) dell'area di tirocinio, in Italia e all'estero e (iii) dell'argomento di tesi;

- frequentare un semestre come exchange students nell'ambito del programma di mobilità internazionale progettato per il Corso di laurea.

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

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

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

Il Corso di Laurea Magistrale in Hospitality and Tourism Management è disegnato in funzione dei seguenti obiettivi formativi:

- trasferire, a studenti con diversi background scolastici e culturali, le conoscenze e competenze più ricercate dalle aziende e dalle istituzioni dei settori del turismo e dell'hospitality;
- stimolare un apprendimento critico, attivo e orientato all'applicazione dei modelli e degli strumenti manageriali più avanzati a contesti aziendali e territoriali reali per affrontare specifici problemi gestionali;
- proporre una visione generale del sistema del turismo e delle sue tendenze evolutive e una comprensione delle interconnessioni tra il turismo e alcune filiere produttive collegate (agroalimentare, fashion & design, lusso, arte e beni culturali);
- consentire ai partecipanti di individuare e costruire il percorso di specializzazione più coerente con i propri interessi e attitudini personali nelle aree professionali oggi più ricercate dalle imprese del turismo per affrontare le sfide dell'innovazione post Covid-19.

Favorire inoltre una specializzazione dei partecipanti in tre ambiti gestionali centrali per il turismo:

- L'indirizzo in Hospitality and Tourism Management presso il Rosen College of Hospitality Management della University of Central Florida (Orlando) permette agli studenti di ottenere una doppia laurea, italiana (laurea magistrale) e americana (M.Sc.) e la possibilità di rimanere negli Stati Uniti dopo la laurea per una ulteriore esperienza di lavoro di un anno nel turismo.
- L'indirizzo in Digital Technologies and Data for Tourism and creative Industries mira a trasferire conoscenze teorico-metodologiche e competenze applicative per: (i) sfruttare le potenzialità delle nuove tecnologie digitali e dei big data per la personalizzazione dei servizi e l'innovazione della customer experience e (ii) ottimizzare le decisioni e le performance aziendali attraverso un uso strategico dei dati. Nell'ambito di questo indirizzo sarà possibile anche conseguire la Certification in Hotel Industry Analytics (CHIA).
- L'indirizzo in Sustainable Destinations Management and Communication mira a trasferire conoscenze teorico-metodologiche e competenze applicative per la valorizzazione dei territori, l'innovazione dell'offerta e la gestione turistica sostenibile delle destinazioni. Gli studenti acquisiranno modelli teorici e metodologie per valutare il potenziale di sviluppo di un territorio e apprenderanno strumenti utili per strutturare e gestire le strategie comunicative delle destinazioni e del loro sistema di offerta con particolare attenzione alle tematiche del place branding, dell'event marketing e dell'innovazione territoriale.

Gli obiettivi della LM sono perseguiti attraverso:

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

- i. corsi a distanza (per il trasferimento dei contenuti di base e la creazione di un comune background concettuale su cui innestare contenuti più avanzati);

- ii. lezioni in aula con una formula didattica attiva basata su discussioni di casi, simulazioni, testimonianze relative ai casi discussi, esercitazioni;
  - iii. progetti didattici su temi rilevanti per le imprese e in collaborazione con partner aziendali;
  - iv. training on the job attraverso laboratori didattici in azienda o tenuti da professionisti e manager del settore come parte integrante degli insegnamenti ufficiali.
2. il trasferimento continuo nella didattica dei risultati di attività di ricerca sviluppate in partnership con la University of Central Florida e le altre università partner del corso di laurea per il programma di scambi e mobilità all'estero previsto nel secondo anno di corso;
3. il dialogo permanente con una rete di imprese partner volto a individuare le aree di innovazione e di conoscenza più rilevanti per le imprese dei diversi settori del turismo, e per i territori e a sviluppare contenuti didattici coerenti con i nuovi bisogni gestionali.

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

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

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

Il corso di studio è costruito in modo che gli studenti acquisiscano conoscenze e competenze specifiche relativamente alla gestione delle aziende e delle istituzioni del comparto turistico con particolare riferimento ai settori dell'ospitalità.

In particolare il corso permette agli studenti di acquisire: una conoscenza avanzata e una capacità di applicare modelli e strumenti di analisi e gestione delle strutture organizzative e dei sistemi operativi delle aziende del turismo anche in contesti dinamici e complessi; una capacità di analizzare criticamente la struttura e le dinamiche evolutive dei mercati del turismo e le strategie di marketing e di posizionamento delle imprese con particolare riferimento al comparto del turismo e ad alcune filiere collegate (agroalimentare, lusso, arte e spettacolo) anche attraverso l'impiego di tecnologie digitali e di strumenti di analisi dei big data.

Particolare attenzione è dedicata alla conoscenza dell'impatto di specifiche scelte di gestione strategica sulle performance competitive ed economico - finanziarie delle aziende e alle condizioni per l'avvio di nuovi business nei settori del turismo.

Infine sarà approfondita la conoscenza e la capacità di impiego dei più avanzati modelli e strumenti di destination management e destination marketing con una attenzione alla capacità di valutare il potenziale di valorizzazione del patrimonio storico-artistico a fini turistici.

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

Gli studenti acquisiscono le conoscenze e competenze sopra descritte attraverso un processo didattico attivo che alterna lezioni frontali di tipo tradizionale con numerose sessioni basate su discussioni di casi, simulazioni, esercitazioni, progetti sul campo anche in collaborazione con imprese e istituzioni del settore, partecipazione a workshop, partecipazione a laboratori didattici, giornate di formazione presso le aziende partner del corso di laurea.

Queste sessioni hanno lo scopo di favorire un apprendimento critico e una capacità di applicare gli strumenti e i concetti appresi durante le lezioni a specifici contesti aziendali e di settore. L'acquisizione delle competenze e conoscenze descritte da parte degli studenti viene verificata i) in itinere attraverso compiti ed esercitazioni proposte dai docenti dei diversi corsi durante lo svolgimento del percorso didattico e ii) al termine di ogni corso attraverso l'esame finale. Le verifiche in itinere possono assumere la forma di lavori individuali o di gruppo e sono spesso oggetto di presentazione e discussione in aula, anche in presenza di professionisti del settore in qualità di discussant.

La prova finale, che può avere forma scritta e/o orale, è finalizzata a verificare l'acquisizione di tutte le conoscenze stabilite negli obiettivi didattici del corso e lo sviluppo di una capacità critica nell'applicazione dei modelli e degli strumenti appresi a problemi concreti.

Attraverso un metodo didattico estremamente attivo (basato su un forte ricorso a simulazioni, discussioni di casi aziendali, laboratori didattici, giornate di formazione in azienda, simulazioni di situazioni aziendali reali e così via) gli studenti potranno acquisire una solida capacità di applicare criticamente le conoscenze acquisite a concrete situazioni gestionali e specifici contesti di settore. In particolare gli studenti saranno in grado di applicare: strumenti di analisi di mercato per la formulazione di strategie di marketing; strumenti di analisi dell'impatto delle decisioni di gestione sui risultati economici e competitivi; valutazioni di convenienza economica per l'avvio di nuovi business sia nell'ambito di imprese esistenti che di nuove attività imprenditoriali nei settori del turismo e dell'hospitality.

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

Attraverso un metodo didattico estremamente attivo (basato su un forte ricorso a simulazioni, discussioni di casi aziendali, laboratori didattici, giornate di formazione in azienda, simulazioni di situazioni aziendali reali e così via) gli studenti potranno acquisire una solida capacità di applicare criticamente le conoscenze acquisite a concrete situazioni gestionali e specifici contesti di settore. In particolare gli studenti saranno in grado di applicare: strumenti per l'analisi di mercato e la formulazione di strategie di marketing; strumenti di analisi dell'impatto delle decisioni di gestione sui risultati economici e competitivi; valutazioni data-driven di convenienza economica per l'avvio di nuovi business sia nell'ambito di imprese esistenti che di nuove attività imprenditoriali nei settori del turismo e dell'hospitality.

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

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

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

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

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

#### *Abilità comunicative (communication skills)*

Il forte ricorso a laboratori didattici, simulazioni, discussioni di casi e progetti sul campo crea numerose occasioni di sviluppo delle capacità di comunicazione da parte degli studenti. In particolare ciascuno dei corsi del piano di studi prevede esercitazioni, simulazioni e progetti obbligatori con presentazioni finali che

stimolano la capacità di comunicare in modo chiaro e sintetico i risultati ottenuti e le relative valutazioni anche a interlocutori non specialisti. Questi progetti possono essere individuali e/o di gruppo, e terminano con la consegna di elaborati scritti, in forma testuale o di presentazioni a mezzo di slides, che spesso devono essere illustrati in plenaria durante momenti di discussione in presenza di manager e professionisti del settore. L'efficacia di questi momenti di comunicazione in pubblico è oggetto di valutazione. Inoltre il corso di studi prevede sessioni specificamente dedicate allo sviluppo di strategie di comunicazione efficace in diversi contesti aziendali.

#### *Capacità di apprendimento (learning skills)*

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

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

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

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

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

##### **Regolamento di Ammissione A.A. 2021/2022**

A partire dal **28 novembre 2020** potranno presentare domanda di ammissione attraverso i [Servizi online](#) le seguenti tipologie di candidati:

- *laureati e laureandi interni in Turismo*: laureati o iscritti per l'a.a. 2020/21 che prevedono di laurearsi entro la sessione autunnale dell'a.a. 2020/21 (ovvero entro il 31 dicembre 2021) nei seguenti Corsi di laurea:
  - *Turismo: cultura e sviluppo dei territori*
  - *Turismo, eventi e territori*
  - *Turismo, cultura e territorio*
  - *Turismo, management e territorio*
- *laureati e laureandi di altri Corsi di studio dell'Università IULM*: laureati presso IULM in Corsi diversi da quelli sopra elencati o iscritti presso IULM in Corsi diversi da quelli sopra elencati per l'a.a. 2020/21 che prevedono di laurearsi entro la sessione autunnale dell'a.a. 2020/21 (ovvero entro il 31 dicembre 2021);

- *laureati e laureandi esterni*: laureati presso altri Atenei o iscritti presso altri Atenei per l'a.a. 2020/21 che prevedono di laurearsi entro la sessione autunnale dell'a.a. 2020/21 (ovvero entro il 31 dicembre 2021);
- *laureati stranieri*: cittadini italiani o stranieri (UE e/o extraUE) in possesso di titolo di ammissione di ordinamento straniero conseguito in Italia o all'estero. Verranno valutate caso per caso le carriere di studenti che prevedano di laurearsi entro il 31 dicembre 2021.

### Requisiti curriculari di ammissione

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

- 1) avere conseguito o stare per conseguire il **titolo di laurea triennale** in una delle seguenti **Classi di laurea (o equipollenti)** o titolo straniero equivalente:
  - L-1 Beni culturali
  - L-5 Filosofia
  - L-6 Geografia
  - L-8 Ingegneria dell'informazione
  - L-10 Lettere
  - L-11 Lingue e culture moderne
  - L-12 Mediazione linguistica
  - L-15 Scienze del turismo
  - L-16 Scienze dell'amministrazione e dell'organizzazione
  - L-18 Scienze dell'economia e della gestione aziendale
  - L-19 Scienze dell'educazione e della formazione
  - L-20 Scienze della comunicazione
  - L-21 Scienze della pianificazione territoriale, urbanistica, paesaggistica e ambientale
  - L-31 Scienze e tecnologie informatiche
  - L-33 Scienze economiche
  - L-37 Scienze sociali per la cooperazione, lo sviluppo e la pace
  - L-41 Statistica
  - L-42 Storia
- 2) per gli studenti che hanno conseguito o stanno per conseguire il **titolo di laurea triennale in classi diverse da quelle elencate al punto 1)** avere acquisito o stare per acquisire almeno **60 CFU in uno o più dei seguenti settori scientifico-disciplinari** (nel proprio percorso di laurea triennale, oppure tramite il superamento di singoli corsi universitari, oppure tramite l'ottenimento di un titolo di master universitario):
  - IUS/07, IUS/09
  - L-LIN/12
  - SECS-P/01, SECS P/02, SECS-P/03, SECS-P/05, SECS-P/06, SECS-P/07, SECS-P/08, SECS-P/09, SECS-P/10, SECS-P/11, SECS-P/13
  - SPS/01, SPS/04, SPS/07, SPS/08, SPS/09, SPS/11, SPS/12
  - SECS-S/01, SECS-S/02, SECS-S/03, SECS-S/04, SECS-S/05, SECS-S/06
  - MAT/05, MAT/06, MAT/08, MAT/09
  - M-PSI/01, M-PSI/05, M-PSI/06
  - INF/01

Non sono ammessi i candidati provenienti da **Istituzioni di Alta Formazione Artistica, Musicale e Coreutica (AFAM)**.

Verranno valutate caso per caso, sulla base dei piani di studio, le domande di **studenti o diplomati provenienti dalle Scuole Superiori per Mediatori linguistici (SSML)** secondo quanto previsto dalla normativa di riferimento. Prima di effettuare la domanda di ammissione online gli studenti provenienti da SSML dovranno inviare un certificato con esami dettagliato all'indirizzo email: [segreteria.magistrali@iulm.it](mailto:segreteria.magistrali@iulm.it). Solo dopo l'approvazione da parte del Coordinatore del Corso di laurea magistrale questi candidati potranno presentare domanda di ammissione online.

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

**a) Requisiti supplementari per l'accesso al curriculum presso la *University of Central Florida – Rosen College of Hospitality Management (UCF)* al secondo anno - Indirizzo in *Hospitality and Tourism Management* presso *University of Central Florida – Rosen College of Hospitality Management (UCF)***

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

<http://www.intl.ucf.edu>.

- certificato TOEFL con votazione minima di 220 (computer-based) o di 80 (internet-based) ovvero certificato IELTS con un punteggio minimo di 6.5, conseguito da meno di due anni o, se ancora da conseguire, da ottenere preferibilmente entro la conferma dell'iscrizione al primo anno e comunque non oltre il 31 ottobre 2021;
- media di laurea espressa sulla scala GPA di almeno 3.0 su 4.0 (corrispondente di norma a un voto medio di presentazione all'esame di laurea del Corso di laurea di primo livello almeno pari a 27/30). La certificazione del GPA deve essere ottenuta dal seguente ente: [WORLD EDUCATION SERVICES \(WES\)](#). La certificazione del GPA deve essere consegnata all'atto dell'immatricolazione. La Segreteria si riserva di valutare caso per caso l'ammissione di studenti con un processo di certificazione ancora in corso;
- esami del primo anno del Corso di Laurea Magistrale *Managing hospitality and guest services organizations, Strategic marketing in Hospitality and Tourism, Critical Issues in Hospitality & Tourism Human Resources* superati con una votazione pari almeno a 26/30 (equivalente a B come da Convenzione con UCF).

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

- I sessione: **prova scritta 1° marzo 2021 ore 14.30 – prova orale 5 marzo 2021 ore 14.30**
- II sessione: **prova scritta 26 aprile 2021 ore 14.30 – prova orale 3 maggio 2021 ore 14.30**
- III sessione: **prova scritta 14 giugno 2021 ore 14.30 – prova orale 18 giugno 2021 ore 14.30** (solo in caso di disponibilità di posti residui o solo per studenti extra-UE)

In caso di ulteriore disponibilità di posti potrà essere prevista una sessione straordinaria nella prima decade del mese di settembre.

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

- I sessione: 15 febbraio 2021
- II sessione: 12 aprile 2021
- III sessione: 1° giugno 2021

**Le domande di ammissione che perverranno oltre le suddette date potranno essere prese in considerazione solo per i test della sessione successiva (previa verifica della disponibilità dei posti).**

Gli studenti che non abbiano superato il test in una sessione potranno candidarsi in una delle successive - senza il versamento di un'ulteriore tassa di iscrizione al test - facendone esplicita richiesta alla Segreteria studenti, previa approvazione da parte della Commissione giudicatrice d'esame e verifica della disponibilità dei posti.

Le date e le modalità di svolgimento del test (a distanza oppure in presenza) verranno comunicate ai candidati in tempo utile tenendo conto dell'evolversi dell'attuale situazione di emergenza sanitaria. Le date dei test già programmate potrebbero subire variazioni, che verranno comunicate ai candidati in tempo utile.

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

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

Gli ammessi nella prima sessione dovranno perfezionare l'immatricolazione entro il **31 marzo 2021**.

Gli ammessi nella seconda sessione dovranno perfezionare l'immatricolazione entro il **15 maggio 2021**.

Gli ammessi nella terza sessione dovranno perfezionare l'immatricolazione entro il **30 giugno 2021**.

Per gli studenti interni iscritti per l'a.a. 2020/21 al terzo anno dei Corsi di laurea, candidati per la prima sessione all'immatricolazione dei Corsi di laurea magistrale per l'a.a. 2021/22, la scadenza per il versamento della terza rata dell'a.a. 2020/21 è posticipata al 20 aprile 2021 (anziché al 31 marzo).

Per gli studenti non ancora in possesso del diploma di laurea l'immatricolazione è da considerarsi "con riserva" fino al conseguimento del titolo. Gli ammessi "con riserva" sono tenuti a comunicare l'esito e la votazione dell'esame di laurea non appena gli stessi verranno resi noti e comunque entro e non oltre il 31 dicembre 2021.

Agli studenti che non perfezioneranno l'iscrizione per mancato ottenimento del titolo di laurea triennale entro il 31 dicembre 2021 l'iscrizione verrà annullata d'ufficio. **In nessun caso è previsto il rimborso della prima rata versata.**

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

**Laureati e laureandi interni in Turismo:** i candidati dovranno dimostrare una conoscenza della lingua inglese non inferiore al livello B2, tramite svolgimento del test Oxford University Press:

<https://www.oxfordenglishtesting.com/DefaultMR.aspx?id=3034&menuId=1>

Il test si svolgerà la settimana antecedente la prova scritta. Il risultato del test verrà comunicato immediatamente.

Il candidato che presenterà una certificazione internazionale di livello B2 ottenuta da non più di due anni verrà esentato dal sostenimento del test Oxford University Press.

**Laureati e laureandi di altri Corsi IULM e di altri Atenei:** dovranno sostenere un test di ammissione in lingua inglese:

- test di verifica del livello di conoscenza della lingua inglese (almeno livello B2) tramite svolgimento del test Oxford University Press:

<https://www.oxfordenglishtesting.com/DefaultMR.aspx?id=3034&menuId=1>

Il test si svolgerà la settimana antecedente la prova scritta. Il risultato del test verrà comunicato immediatamente.

Il candidato che presenterà una certificazione internazionale di livello B2 ottenuta da non più di due anni verrà esentato dal sostenimento del test Oxford University Press.

I candidati, sia interni che esterni, che supereranno il test di verifica del livello di conoscenza della lingua inglese avranno accesso alle seguenti prove:

- prova scritta in lingua inglese composta da domande a risposta chiusa e aperta, volto a verificare sia le capacità logiche e di ragionamento critico verbale che le conoscenze di base relative all'ambito disciplinare del corso di laurea;
- colloquio orale di verifica di motivazioni e attitudini.

### **Laureati stranieri:**

i candidati dovranno sostenere un test di ammissione a distanza, nelle date concordate con la Segreteria studenti.

Il test prevede:

- verifica del livello di conoscenza della lingua inglese almeno livello B2 tramite svolgimento del test Oxford University Press:

b) <https://www.oxfordenglishtesting.com/DefaultMR.aspx?id=3034&menuId=1>

Il test si svolgerà nelle date indicate. Il risultato del test verrà comunicato immediatamente.

È richiesta inoltre la conoscenza almeno a livello B2 della lingua italiana. I candidati potranno presentare una **certificazione internazionale di livello B2** o, in alternativa, qualora si dichiarino non principianti, effettuare una **prova di accertamento** della conoscenza della lingua italiana a livello B2. Per coloro i quali il livello accertato risulterà inferiore al livello B2 e per i principianti sarà previsto l'inserimento nel piano degli studi di un corso di lingua italiana volto all'acquisizione delle competenze necessarie ad un suo uso efficace, entro il completamento del percorso formativo.

Il candidato che presenterà una certificazione internazionale di livello B2 ottenuta da non più di due anni verrà esentato dal sostenimento del test Oxford University Press.

- verifica della preparazione personale attraverso il caricamento sulla piattaforma indicata dall'Università dei testi e dei video relativi alle domande proposte.

Al momento dell'immatricolazione potranno essere consigliati testi o corsi online da seguire prima dell'inizio delle lezioni.

Qualora il numero degli studenti idonei sia superiore al numero programmato per l'a.a. 2021/2022 potrà essere definita una graduatoria di merito sulla base dell'esito del test di ammissione, oppure determinata dall'ordine di immatricolazione.

Oltre alla lingua inglese il Corso di laurea magistrale promuoverà la conoscenza di una seconda lingua straniera. I candidati già in possesso di una certificazione internazionale potranno dunque già presentarla in occasione del test di ammissione, inviando una copia a [segreteria.magistrali@iulm.it](mailto:segreteria.magistrali@iulm.it). Il possesso o meno di tali certificazioni non costituisce in alcun modo elemento di valutazione ai fini dell'ammissione al Corso di laurea magistrale.

### **Candidati con disabilità e disturbo specifico di apprendimento (DSA)**

Al fine di garantire pari opportunità nello svolgimento delle prove, i candidati con disabilità, in possesso di un certificato di invalidità civile e/o riconoscimento dello stato di handicap ai sensi della Legge 104/92 e i candidati con Disturbo Specifico di Apprendimento (DSA), in possesso di certificazione DSA ai sensi della Legge 170/2010 potranno caricare la documentazione in formato pdf durante la procedura on line di iscrizione al test. Tale documentazione dovrà essere in corso di validità e rilasciata a norma di legge.

Per richiedere le misure compensative/dispensative per il test di ammissione dovranno presentare, almeno 7 giorni prima dello svolgimento della prova, apposita istanza inviando una mail al servizio diversAMENTE all'indirizzo: [diversamente@iulm.it](mailto:diversamente@iulm.it)

### **Link di pubblicazione Regolamento ammissione:**

[https://www.iulm.it/wps/wcm/connect/iulm/5b9039ff-82fa-4264-9d3b-6c3889423f11/Regolamento+Ammissioni+LM+HTM+2021\\_22\\_def.pdf?MOD=AJPERES](https://www.iulm.it/wps/wcm/connect/iulm/5b9039ff-82fa-4264-9d3b-6c3889423f11/Regolamento+Ammissioni+LM+HTM+2021_22_def.pdf?MOD=AJPERES)

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

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

Il primo anno si svolge presso l'università IULM a Milano; il secondo può essere frequentato presso l'Università IULM a Milano o presso la University of Central Florida di Orlando (Stat Uniti).

Tutti gli insegnamenti sono tenuti in lingua inglese.

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

**PIANO DEGLI STUDI DEL CORSO DI LAUREA MAGISTRALE IN  
HOSPITALITY AND TOURISM MANAGEMENT**

*(LM-49 Classe delle lauree magistrali in PROGETTAZIONE E GESTIONE DEI SISTEMI TURISTICI)*

**I ANNO A. A. 2021/2022**

| UNIVERSITÀ IULM                                                   |                                   |                                                  |                                                                       |           |
|-------------------------------------------------------------------|-----------------------------------|--------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|-----------|
| ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE                                      | SETTORI SCIENTIFICO -DISCIPLINARI | TIPOLOGIA ATTIVITÀ FORMATIVA                     | AMBITO DISCIPLINARE                                                   | CFU       |
| <b>Managing Hospitality and Guest services Organizations</b>      | SECS-P/07                         | <i>Caratterizzante</i>                           | Discipline economiche e gestionali                                    | <b>6</b>  |
| <b>Critical Issues in Hospitality and Tourism Human Resources</b> | SECS-P/10                         | <i>Caratterizzante</i>                           | Discipline economiche e gestionali                                    | <b>6</b>  |
| <b>Accounting and Financial Management</b>                        | SECS-P/09                         | <i>Affine</i>                                    | Discipline affini e integrative                                       | <b>6</b>  |
| <b>Marketing Strategies in Hospitality and Tourism</b>            |                                   |                                                  |                                                                       | <b>18</b> |
| <i>Strategic Marketing in Hospitality and Tourism</i>             | SECS-P/08                         | <i>Caratterizzante</i>                           | Discipline economiche e gestionali                                    | 6         |
| <i>Digital Marketing for Hospitality and Tourism</i>              | SECS-P/08<br>SECS-S/03            | <i>Caratterizzante</i><br><i>Caratterizzante</i> | Discipline economiche e gestionali<br>Discipline giuridiche e sociali | 6<br>6    |
| <i>Introduction to Data Analysis for Marketing Research</i>       |                                   |                                                  |                                                                       |           |
| <b>Cultural Heritage, Arts and Tourism</b>                        | L-ART/06                          | <i>Caratterizzante</i>                           | Discipline storiche, delle arti e dello spettacolo                    | <b>9</b>  |
| <b>Geography for Sustainable Tourism Development</b>              | M-GGR/01                          | <i>Caratterizzante</i>                           | Discipline del territorio                                             | <b>9</b>  |
| <b>Communication Skills for Business</b>                          | L-LIN/12                          | <i>Caratterizzante</i>                           | Lingue straniere                                                      | <b>6</b>  |

II ANNO A. A. 2022/2023 – UNIVERSITY OF CENTRAL FLORIDA

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

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

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

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

II ANNO A. A. 2022/2023 – UNIVERSITA' IULM

| UNIVERSITÀ IULM                                           |                                    |                              |                                    |           |
|-----------------------------------------------------------|------------------------------------|------------------------------|------------------------------------|-----------|
| INSEGNAMENTI COMUNI                                       |                                    |                              |                                    |           |
| ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE                              | SETTORI SCIENTIFICO - DISCIPLINARI | TIPOLOGIA ATTIVITÀ FORMATIVA | AMBITO DISCIPLINARE                | CFU       |
| <b>E-tourism technology and digital marketing</b>         |                                    |                              |                                    | <b>12</b> |
| <i>E-tourism Technology, Methods and Big Data</i>         | <b>SECS-S/03</b>                   | <i>Caratterizzante</i>       | Discipline giuridiche e sociali    | 6         |
| <i>ICT and Digital Marketing for the Tourism Industry</i> | <b>SECS-P/08</b>                   | <i>Caratterizzante</i>       | Discipline economiche e gestionali | 6         |
| <b>Communications Skills for innovation</b>               | <b>L-LIN/12</b>                    | <i>Caratterizzante</i>       | Lingue Straniere                   | <b>6</b>  |

| UNIVERSITÀ IULM                                                         |                                    |                                 |                                    |           |
|-------------------------------------------------------------------------|------------------------------------|---------------------------------|------------------------------------|-----------|
| INDIRIZZO: Sustainable Destinations Management and Communication (IULM) |                                    |                                 |                                    |           |
| ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE                                            | SETTORI SCIENTIFICO - DISCIPLINARI | TIPOLOGIA ATTIVITÀ FORMATIVA    | AMBITO DISCIPLINARE                | CFU       |
| <b>Strategy design for sustainable destinations</b>                     | <b>SECS-P/07</b>                   | <i>Caratterizzante</i>          | Discipline economiche e gestionali | <b>6</b>  |
| <b>Creativity and Design of Tourism Policies</b>                        |                                    |                                 |                                    | <b>12</b> |
| <i>New travel trends</i>                                                | <b>M/DEA-01</b>                    | <i>Affine</i>                   | Discipline affini e integrative    | 6         |
| <i>Geography of tourism policies and innovation</i>                     | <b>M/GGR-01</b>                    | <i>Caratterizzante</i>          | Discipline del territorio          | 6         |
| <b>ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA</b>                                      |                                    | <i>Altre attività formative</i> | A scelta dello studente            | <b>9</b>  |

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

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

| <b>UNIVERSITÀ IULM</b>                                                                     |                                           |                                     |                                    |            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------|-------------------------------------|------------------------------------|------------|
| <b>INDIRIZZO: Digital Technologies and Data for Tourism and Creative Industries (IULM)</b> |                                           |                                     |                                    |            |
| <b>ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE</b>                                                        | <b>SETTORI SCIENTIFICO - DISCIPLINARI</b> | <b>TIPOLOGIA ATTIVITÀ FORMATIVA</b> | <b>AMBITO DISCIPLINARE</b>         | <b>CFU</b> |
| <b>Customer experience design through data and technology</b>                              | SECS-P/08                                 | <i>Caratterizzante</i>              | Discipline economiche e gestionali | <b>9</b>   |
| <b>Optimization in Decision Making</b>                                                     | SECS-P/09                                 | <i>Affine</i>                       | Discipline affini e integrative    | <b>9</b>   |

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

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

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

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

Oltre alla lingua inglese il Corso di laurea magistrale promuove la conoscenza di una seconda lingua straniera. Nell'a.a. 2021/22 sarà possibile partecipare a insegnamenti di lingua francese, spagnola o tedesca al di fuori del curriculum di studi (con l'acquisizione di CFU extra-curricolari).

### **Metodo didattico**

Il corso si caratterizza per un metodo didattico attivo che stimola un apprendimento critico, orientato all'applicazione dei concetti e dei modelli presentati in aula a situazioni reali, simile a quello che gli studenti saranno chiamati a realizzare durante tutta la loro vita professionale futura in un contesto dinamico e di grandi

trasformazioni come quello del turismo. Oltre un terzo delle ore di lezione è dedicato a discussioni di casi, simulazioni, esercitazioni, spesso in gruppi di lavoro, lezioni di manager e professionisti, workshop con esperti di settore e intere giornate di formazione in azienda.

### **Frequenza ai corsi**

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

### **Modalità d'esame**

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

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

In caso di elevato carico di iscritti, la Commissione può articolarsi in sottocommissioni, operanti sotto la responsabilità del docente titolare dell'insegnamento.

**Link di consultazione della Procedura di verbalizzazione degli esami di profitto**  
<https://www.iulm.it/it/myiulm/come-fare/modalita-verbalizzazione-esami>

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

### **Organizzazione delle attività didattiche e appelli d'esame**

L'organizzazione della didattica è su base semestrale e i semestri sono a loro volta suddivisi in due cicli di lezioni. Per l'A.A. 2021/2022, i termini sono i seguenti:

## CALENDARIO DELLE LEZIONI

### 1° SEMESTRE

I ciclo

II ciclo

**dal 27 settembre al 23 dicembre 2021**

dal 27 settembre al 6 novembre 2021

dal 15 novembre al 23 dicembre 2021

### 2° SEMESTRE

I ciclo

II ciclo

**dal 7 febbraio al 14 maggio 2022**

dal 7 febbraio al 19 marzo 2022

dal 28 marzo al 14 maggio 2022

## Modalità di svolgimento delle attività didattiche

### Corso di 24 ore (3 CFU)

2/3 lezioni settimanali di 2 ore accademiche, distribuite su 2/3 giorni all'interno di un ciclo didattico.

### Corso di 48 ore (6 CFU)

2/3 lezioni settimanali di 2 ore accademiche, distribuite su 2/3 giorni all'interno di due cicli didattici dello stesso semestre.

### Corso di 72 ore (9 CFU)

3/4 lezioni settimanali di 2 ore accademiche, distribuite su 3/4 giorni all'interno di due cicli didattici dello stesso semestre.

### Corso di 96 ore (12 CFU)

4/5 lezioni settimanali di 2 ore accademiche, distribuite su 4/5 giorni all'interno di due cicli didattici dello stesso semestre o 2/3 lezioni settimanali di 2 ore accademiche, distribuite su 2/3 giorni in entrambi i semestri.

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

## ESAMI DI PROFITTO

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

### I sessione

(IV sessione A.A. 2020/2021 per studenti in debito d'esami rispetto ad anni precedenti)

**dal 10 gennaio al 5 febbraio 2022 (2 appelli)**

### II sessione

**dal 16 maggio al 30 giugno 2022 (3 appelli)**

### III sessione

**dal 29 agosto al 24 settembre 2022 (2 appelli)**

## SESSIONI DI LAUREA

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

Il **calendario didattico** è pubblicato sul portale dell'università alla pagina

[https://www.iulm.it/wps/wcm/connect/iulm/87e7a3b7-60f3-44cb-8c81-838a56434b76/Calendario+didattico+2020\\_21.pdf?MOD=AJPERES](https://www.iulm.it/wps/wcm/connect/iulm/87e7a3b7-60f3-44cb-8c81-838a56434b76/Calendario+didattico+2020_21.pdf?MOD=AJPERES)

L'orario delle lezioni e gli appelli d'esame nella pagina <http://aule.iulm.it/PortaleStudentiIulm/>

## Stage/Field Project

Il piano degli studi prevede la realizzazione di uno stage curriculare. Lo stage può essere sostituito da attività alternative definite nel Regolamento Stage/Field Project del Corso di laurea Magistrale.

Il Regolamento è pubblicato sul sito:

[https://www.iulm.it/wps/wcm/connect/iulm/84aec413-97b1-4598-b821-56257b9c7cd6/All.12\\_Regolamento+Stage\\_Field+project+LM+HTM.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=ROOT-WORKSPACE.Z18\\_N19GHC41005PD0QACD0HKQ38C6-84aec413-97b1-4598-b821-56257b9c7cd6-nq4EcOq](https://www.iulm.it/wps/wcm/connect/iulm/84aec413-97b1-4598-b821-56257b9c7cd6/All.12_Regolamento+Stage_Field+project+LM+HTM.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=ROOT-WORKSPACE.Z18_N19GHC41005PD0QACD0HKQ38C6-84aec413-97b1-4598-b821-56257b9c7cd6-nq4EcOq)

## Prova finale

Il conseguimento della laurea magistrale in Hospitality and Tourism Management richiede la redazione di una tesi di laurea individuale di ricerca su temi rilevanti per la comunità scientifica e professionale di riferimento. L'elaborato dovrà dimostrare la capacità dello studente di formulare domande di ricerca interessanti, rigore metodologico, capacità di posizionamento del lavoro nel contesto teorico di riferimento, identificazione delle implicazioni manageriali del lavoro, capacità di utilizzare criticamente gli strumenti di analisi acquisiti nel percorso formativo.

Nello sviluppo della tesi lo studente è assistito da un relatore che lo aiuta nella definizione del tema da svolgere, nell'impostazione e nella relativa ricerca bibliografica e documentale.

L'elaborato, una volta approvato dal relatore, viene valutato da una Commissione secondo quanto previsto dal Regolamento Didattico di Ateneo e dalle Modalità di organizzazione e valutazione della Prova finale definite dal Consiglio di Facoltà per ciascun anno accademico:

[https://www.iulm.it/wps/wcm/connect/iulm/fa1863cd-ba4d-4df7-af69-29aa899b5024/PROVA+FINALE\\_LM+HTM\\_2020\\_21.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=ROOT-WORKSPACE.Z18\\_N19GHC41005PD0QACD0HKQ38C6-fa1863cd-ba4d-4df7-af69-29aa899b5024-nva8ySx](https://www.iulm.it/wps/wcm/connect/iulm/fa1863cd-ba4d-4df7-af69-29aa899b5024/PROVA+FINALE_LM+HTM_2020_21.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=ROOT-WORKSPACE.Z18_N19GHC41005PD0QACD0HKQ38C6-fa1863cd-ba4d-4df7-af69-29aa899b5024-nva8ySx)

Gli studenti che frequentano il secondo anno di corso presso la UCF negli Stati Uniti possono realizzare il lavoro di tesi presso le due università partner sotto la guida di un relatore IULM insieme ad un docente UCF. In questi casi la tesi verrà discussa, secondo quanto previsto negli Accordi stipulati con le relative Università, davanti a una commissione mista IULM-UCF. Se necessario, l'uso della videoconferenza è possibile.

Il presente Regolamento didattico del Corso di Laurea Magistrale in Hospitality and Tourism Management è approvato dal Consiglio di Facoltà nella seduta del 10 maggio 2021.