



REGIONE LOMBARDIA  
COMUNE DI BERGAMO  
PROVINCIA DI BERGAMO  
PARCO REGIONALE DEI COLLI DI BERGAMO  
FONDAZIONE MIA  
VALLE D'ASTINO S.R.L.

ACCORDO DI PROGRAMMA RELATIVO ALLA RIDEFINIZIONE DELLE  
DESTINAZIONI URBANISTICHE, DELLE MODALITA' D'USO E DEGLI INTERVENTI  
SUL COMPENDIO IMMOBILIARE SITO IN VALLE D'ASTINO

F

allegato

PROGETTO SCUOLA ALTA FORMAZIONE

COMUNE DI BERGAMO  
PROGETTO INTERVENTI DI RIQUALIFICAZIONE URBANA  
ARCH. GIORGIO CAVAGNIS (DIRIGENTE)  
ARCH. GIANLUCA DELLA MEA  
DOTT. CLAUDIO COPPOLA  
ARCH. PAOLA INNOCENTI  
ARCH. SILVIA PERGAMI

ALTRI ENTI PARTECIPANTI  
COMPONENTI SEGRETERIA TECNICA AdP  
ARCH. CLAUDIO MERATI (REGIONE)  
ARCH. SILVIA GARBELLI (PROVINCIA)  
ARCH. FRANCESCA CAIRONI (PARCO DEI COLLI)  
ARCH. PIERLUIGI ROTTINI (PARCO DEI COLLI)  
ARCH. GIUSEPPE EPINATI (FONDAZIONE MIA)  
ARCH. DOMENICO EGIZI (VALLE D'ASTINO SRL)

# Alta formazione al Monastero di Astino

Università di Bergamo



# Indice

- Investire nel settore dell'ospitalità e della ristorazione?
- Investire nella formazione in ospitalità e ristorazione?
- Da dove partiamo?
  - Alcune caratteristiche del settore turistico
  - L'offerta di master internazionale ed italiana
  - Le attività in turismo dell'Università di Bergamo
    - I docenti internazionali in turismo
    - La rete sul turismo
    - La rete sul food e sostenibilità
    - La rete internazionale
  - Il contesto di Astino
- Cosa vogliamo offrire presso Astino?
  - Mission
  - I temi da sviluppare
  - Master in Management dell'Hotellerie
    - Caratteristiche dell'offerta
    - Struttura didattica
    - I partner: locali ed internazionali, gli enti, le istituzioni e le aziende
    - Human touch e i servizi dedicati agli studenti
    - Orientamento placement
    - La ricerca e i convegni
    - Una scuola "green"
    - Risorse
    - Possibili evoluzioni future
    - Accreditazioni internazionali



# Investire nell'ospitalità e nella ristorazione?

- Il settore turistico esercita un grande impatto sull'economia nazionale, costituendo circa il 10,1% del PIL e incidendo sull'occupazione per il 11,4% nel 2014. Secondo il *XIX Rapporto sul turismo italiano 2012-2013*, il settore turistico ha raddoppiato il valore aggiunto negli ultimi 20 anni (nel 2013 il valore aggiunto attivato direttamente dai consumi turistici in Italia è stato pari a 52.638 milioni di Euro).
- Il turismo è in costante e rapida crescita, grazie soprattutto all'espansione dei BRICS. Secondo le previsioni dell'organizzazione mondiale del turismo UNWTO, gli arrivi turistici sono destinati ad aumentare fino ad arrivare a circa 1.8 miliardi entro il 2030. Ciò significa che, in media, ogni anno vi saranno circa 43 milioni di turisti internazionali addizionali che entreranno nel mercato turistico. I mercati emergenti continueranno ad acquisire quote di mercato.
- Rilevanza del food e del turismo come fattori strategici per lo sviluppo italiano. Il turismo legato al food ha subito un forte incremento di attenzione in questi anni: i turisti sono attratti dalla produzione e tipicità locale e molte destinazioni stanno sviluppando le proprie attività concentrandosi sul marketing del food. Proprio per la sua peculiarità intrinseca di stretta connessione con il territorio, il food tourism è strategico per lo sviluppo locale. (Global Report on Food Tourism, UNWTO 2012).





# Investire nell'ospitalità e nella ristorazione?

- Nel comparto alberghi e ristoranti si concentra il 31,8% degli occupati direttamente o indirettamente legati alle attività turistiche. 1.057.000 occupati nelle strutture alberghiere e nella ristorazione in Italia
- L'Italia ha moltissime potenzialità, ancora inesprese. Nonostante siamo ai primi posti al mondo per patrimonio culturale e per il gradimento della cucina (dati Country brand index), siamo solo al quinto posto come presenze turistiche, segno di un possibile ampio margine di miglioramento. In questo contesto. Si inserisce l'importanza del fattore umano quale elemento decisivo nel qualificare l'accoglienza dei servizi turistici, di hotellerie, di food & beverage.
- Si sta assistendo al diffondersi di una vera e propria «Gastromania» in tutti i Paesi occidentali, con costante e crescente attenzione a tutti i temi del food: libri, trasmissioni tv, luoghi come Eataly diventano mete turistiche



# Investire nella formazione in ospitalità e ristorazione?

- **Offerta formativa in Italia: non adeguata alla domanda potenziale.** In Italia è diffusa la considerazione che occuparsi di turismo sia semplice, occuparsi di un hotel immediato, e quindi non necessaria una particolare preparazione. La prima generazione di proprietari di imprese alberghiere si caratterizza per scarsa formazione manageriale. Le nuove generazioni hanno una maggiore sensibilità e quindi cercano percorsi formativi che possano aiutarli ad affrontare la complessità del settore.
- L'offerta formativa nell'hotellerie è poco sviluppata nel numero di corsi e nello spettro di attività, se comparata con quella di altri Paesi.
- **Manca una struttura in Italia dove si offra una formazione pratica sui processi, erogata direttamente in hotel e ristorante,** come avviene in molte scuole di hotellerie del mondo. Imprenditori italiani mandano gli studenti nelle scuole di hotellerie europee o nelle università americane, perché non trovano nel nostro Paese una offerta adeguata ai loro bisogni.
- **Con 800,000 occupati nel settore hospitality, sono solo 3 in Italia i master universitari nel settore**





# Da dove partiamo?

## Alcune caratteristiche del settore turistico

- **Strutture ricettive italiane: piccolo-medie e a conduzione familiare.** Il contesto di hotellerie italiana si caratterizza per la presenza importante di realtà imprenditoriali medie e piccole (54% di piccole dimensioni e 42% di medie dimensioni), spesso a gestione familiare, e la debole diffusione di catene alberghiere o multinazionali (4% del totale nazionale)
- **Forte crescita extra-alberghiero e dell'affitto di appartamenti** (B&B, case vacanze; locande,...) negli ultimi anni
- **Il diffondersi capillare dell'ICT e i suoi effetti sulla domanda e l'offerta di servizi turistici, l'importanza del social media marketing**
- **Una sempre maggiore conoscenza del mercato da parte del turista, che richiede prodotti specifici e può svolgere con facilità attività di benchmarking tra offerte di prodotti e servizi analoghi. Volontà di superare la visione di visitatore e ricerca di «Live like a local».** Vogliono essere coinvolti, essere parte ed essere protagonisti del proprio viaggio. Le esperienze offerte devono essere coinvolgenti, emozionali, creative e partecipate. E' necessario lavorare su un'offerta di esperienze complesse, fondate sulle risorse enogastronomiche, ma arricchite da elementi intangibili capaci di stimolare e coinvolgere la componente sensoriale ed esperienziale del consumo. Vanno valorizzate una serie di attrattive disperse sui territori, non incluse nelle offerte tradizionali.
- **Forte attenzione agli aspetti relazionali.** L'ospite si muove per soddisfare la propria persona e il proprio essere, sa di preciso cosa aspettarsi da una struttura ricettiva, e, allo stesso tempo, ricerca la semplicità, la prossimità e il rapporto univoco.
- **Sostenibilità ambientale e sviluppo locale.** La sostenibilità del turismo in una determinata area dipende dall'equilibrio di molteplici fattori, che vanno dall'ecosistema alle infrastrutture, dagli aspetti socio demografici a quelli economici. Il raggiungimento di una pianificazione turistica sostenibile dovrà essere il risultato di un processo concordato tra le varie parti interessate, e sarà specifica per la località considerata. In ogni caso, la sostenibilità è un fattore chiave che non può essere non considerato nel momento in cui si sviluppano attività turistiche di qualunque livello di filiera.
- **Risorse turistiche integrate.** È necessario un mutamento di approccio che vada oltre la percezione di settori isolati, bensì contempli l'integrazione degli attori locali nella costruzione dell'offerta. Tutto ciò rappresenta un'opportunità, in quanto mette in relazione arte, cibo, cultura, turismo, creatività; incrementa le sinergie per aggiungere valore; fornisce soluzioni creative a problemi globali e locali; supporta la sostenibilità dell'ambiente, cultura ed economia; mette in relazione le culture
- **Turismo come fenomeno sistemico:** culturale, territoriale, ambientale, sociale, economico. Superate le visioni che vedevano il settore turismo come intersettoriale, ad oggi la visione è di un fenomeno sempre più complesso, connesso ed in costante relazione con gli altri ambiti.
- **Aumento delle pressioni competitive, legate anche allo sviluppo di capacità manageriali del settore**



# Da dove partiamo?

## L'offerta di master internazionale ed italiana

Master in HOTEL MANAGEMENT			Master in FOOD&BEVERAGE		
Università estere	Strutture non università estere	Università italiane	Università estere	Strutture non università estere	Università italiane
18	16	4	1	4	19

### Università italiane con Master in HOTEL MANAGEMENT

- LUISS (Roma): Master in Five Stars Hotel Management
- Università di Pisa: Master in Management Turistico Alberghiero
- Università di Palermo: Master Internazionale "Hospitality Management - Food & Beverage"
- Università "Parthenope" di Napoli: Master "Tourism and Hospitality Management"





# Da dove partiamo?

## Sintesi dell'analisi dell'offerta

---

### PUNTI DI FORZA

#### Offerta internazionale

- Corsi di lunga esperienza
- Svolgimento di 1 anno lavorativo nel settore, in alcuni casi, ma possibilità di scelta se svolgere o meno l'anno lavorativo
- Moduli d'insegnamento online, in alcuni corsi
- Lezioni in lingua inglese
- Internazionalizzazione
- Per le strutture non universitarie, collaborazioni con università per singolo corso
- Disponibilità di corsi propedeutici

#### Offerta università italiane

- Collaborazioni con università straniere
- Accreditamenti da associazioni specializzate di settore
- Partnership con aziende di settore per project work e internship
- Internship di lunga durata (alcuni mesi)
- Lezioni in lingua inglese
- Favorita la creazione network tra studenti
- Presenza di uffici per il placement

### PUNTI DI DEBOLEZZA

#### Offerta internazionale

- Concorrenza internazionale e nazionale (soprattutto in Regno Unito)
- Carenza di strutture interne in cui svolgere l'internship
- Poche strutture accreditate da UNWTO

#### Offerta università italiane

- Scarsa offerta di master in hotellerie (solo tre master)
  - Concorrenza internazionale
  - Assenza di corsi organizzati in una struttura completa che includa anche un hotel dove far pratica sui processi
  - Pochissimi master congiunti con altre università
-

# Da dove partiamo?

## Le attività in turismo dell'Università di Bergamo

### OFFERTA DIDATTICA

- **Laurea triennale in Lingue e letterature straniere e moderne con indirizzo Turismo Culturale.** Da molti anni l'indirizzo turistico è il più scelto tra gli indirizzi del triennio di lingue

- **Laurea Magistrale in Progettazione e gestione dei sistemi turistici**

>> la quarta laurea Magistrale in Italia per numero di iscritti

>> uno dei corsi di laurea in Turismo più longevi e storici (attivo da ben oltre 15 anni)

>> forte pregresso esperienziale nel settore, con numerose collaborazioni ed accordi con imprese del territorio

>> due curricula, di cui uno insegnato completamente in inglese

- Turismo, società e sistemi digitali
- International Tourism and Local Governance

>> Offre la possibilità di un **double degree** grazie ad un accordo con la Fairleigh Dickinson University, USA sui temi dell'hospitality management (4° università americana di hotellerie in base al ranking ufficiale).

Double degree, Master Programme in Hospitality and Tourism Management presso la Fairleigh Dickinson University- New Jersey, US. Grazie a un accordo tra le due università viene realizzato un programma di studio integrato (curriculum italiano e internazionale) che consente di conseguire, allo stesso tempo, la laurea magistrale rilasciata dall'Università di Bergamo e il diploma di MS Hospitality and Tourism Management, rilasciato dall'Università Fairleigh Dickinson. Operativamente, si prevede un primo anno di corso a Bergamo, a seguire, il primo semestre del secondo anno di studio viene svolto direttamente

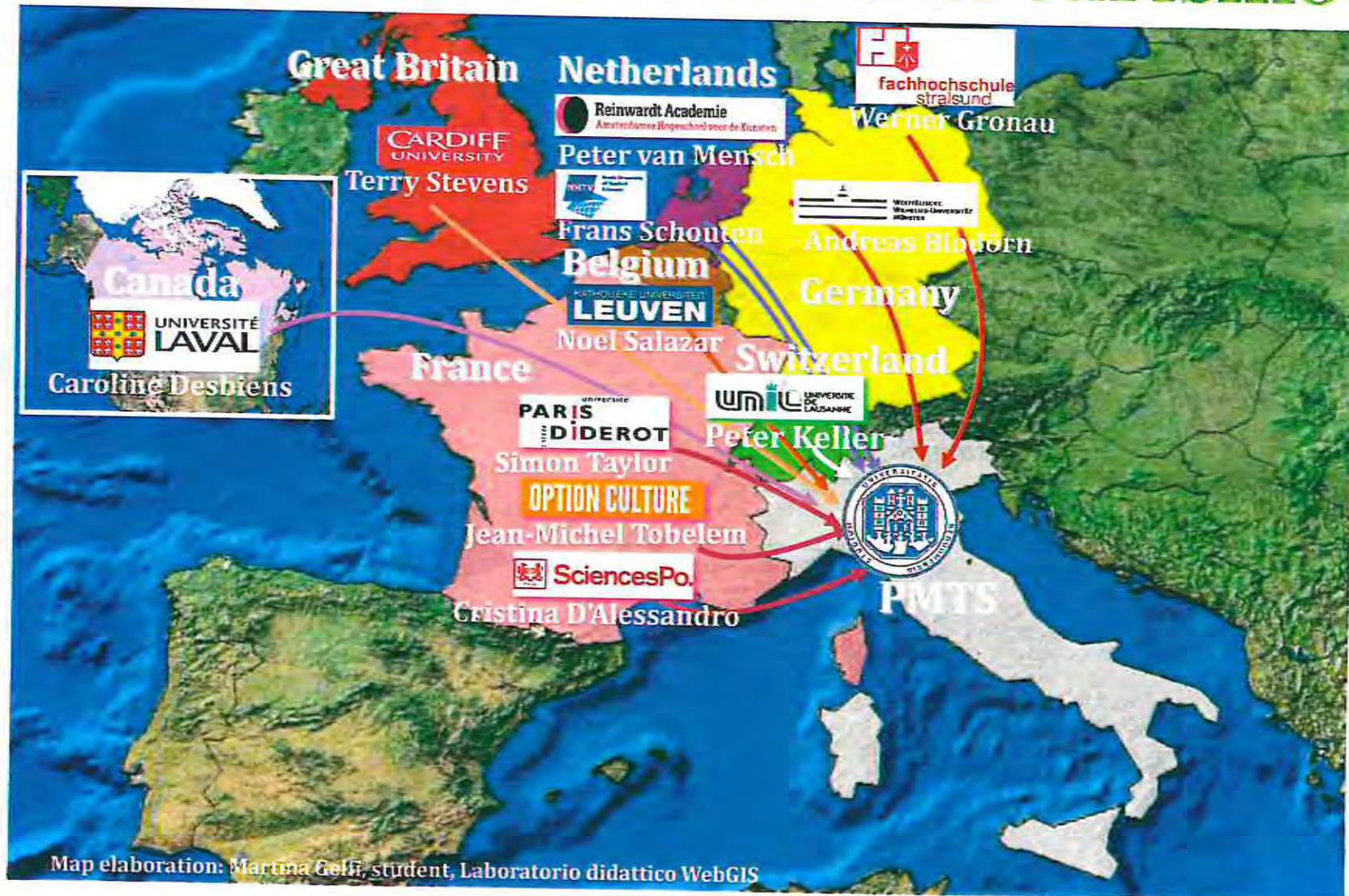
presso la Fairleigh Dickinson University, con la progettazione della prova finale in coordinamento con docenti delle due università. L'Ateneo di Bergamo mette a disposizione borse di studio (Erasmus Mobility) per il periodo di soggiorno negli Stati Uniti.

- **Corsi di formazione professionale.** L'Università ha una lunga esperienza nell'organizzazione e offerta di corsi di formazione professionale, per operatori, al di fuori delle strutture dell'Ateneo. Tra questi, ricordiamo i numerosi corsi di perfezionamento, corsi per l'abilitazione e l'aggiornamento delle guide turistiche, corsi di alta formazione specialistica. Sono state organizzate molte edizioni di un corso di perfezionamento in turismo che ha sempre esaurito i numeri di posti disponibili.





# I docenti internazionali di turismo





# Da dove partiamo?

## Le attività in turismo dell'Università di Bergamo

- **Erasmus.** Gli studenti dell'Università hanno l'opportunità di trascorrere uno o più semestri in una università straniera, costruendo curricula intersettoriali, e affinando le proprie abilità linguistiche. Tra le università con le quali sono in corso collaborazioni: Buckinghamshire University (UK), University of Heilbronn (Germany), University of Parnu-Tartu (Estonia), University of Applied Sciences Stralsund (Germany), University Pushkin (Leningrado)
- **Erasmus placement.** Si offre ai giovani universitari la possibilità di proseguire la loro formazione professionale in un altro stato dell'Unione Europea, maturando una preziosa esperienza in ambito aziendale; si accede previo colloquio di idoneità
- **European Network Eden** del DMO (European Commission-DG Tourism), che seleziona studenti qualificati per tirocini presso agenzie e gruppi che operano in 28 paesi dell'Unione Europea
- **Formazione complementare:** Laboratori, tirocini, escursioni didattiche
- **Tirocini e tirocini in Alto apprendistato** (Ministero del Lavoro, Regione Lombardia e Ateneo di Bergamo)
- **Placement:** buona occupazione dei laureati, che oggi ritroviamo nella maggior parte delle istituzioni turistiche provinciali
- **Recruitment day:** organizzato con Guida viaggi – la fiera di settore No Frills, mette in contatto gli studenti con le migliori aziende del settore



# Erasmus+





# Da dove partiamo?

## Le attività in turismo dell'Università di Bergamo

**Ricerca.** L'Università ospita centri di ricerca e studio internazionali.

- **Il CeSTIT**, centro studi per il turismo e l'interpretazione del territorio, è attivo dal 1999 e si configura come luogo di elaborazione culturale, ricerca teorica e applicata, formazione, consulenza e scambi interculturali nazionali ed internazionali nell'ambito delle problematiche del territorio, dei beni e delle attività culturali e delle attività turistiche, con specifico riferimento alla interpretazione dei fenomeni in atto, previsione delle tendenze future, condizioni gestionali e operative, interpretazione delle condizioni di sviluppo e di competitività territoriale, organizzazione dei servizi.
- **L'Osservatorio CORES**, nato ufficialmente nel 2012, è un gruppo di ricerca interdisciplinare il cui scopo è quello di indagare i meccanismi e i processi all'origine dell'aumento registrato negli ultimi anni di tutte quelle pratiche economiche che includono i gruppi di acquisto solidale, gli investimenti socialmente responsabili, le imprese sociali, le monete locali, le economie alternative, il commercio equo e solidale, la microfinanza e altri esperimenti innovativi quali le reti di co-produzione tra consumatori-produttori locali, nuove esperienze cooperative, gruppi di risparmio, le banche del tempo, i LETS, ecc.
- **Il Laboratorio Cartografico Diathesis** svolge ricerche tramite partenariati e collaborazioni con strutture locali, centri di ricerca nazionali e internazionali, enti di cooperazione internazionale.
- **Convegni e network internazionali.** L'Università di Bergamo ha instaurato negli anni numerosi e importanti rapporti con enti quali ATLAS, Aiest, SISTUR, IFITT e IGCAT da anni, in collaborazione con

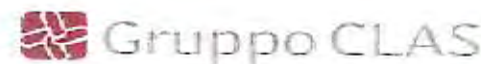
questi enti, propone congressi e workshop, oltre che ricerche e progetti internazionali. Uno fra tutti, il convegno relativo al Turismo Culturale, con l'edizione 2015 dedicata al food.

- **Collana di libri.** Le ricerche, i convegni e le esperienze nel settore vengono pubblicate nell'ambito di una collana edita da Franco Angeli. I volumi della Serie includono studi sottoposti a referaggio.
- **Progettazione Europea.** Grazie a ricercatori formati e con esperienza nel settore, l'Università e i centri di ricerca si candidano periodicamente a bandi internazionali della Commissione Europea che permettono di costruire progetti di ampio respiro internazionale, ma sempre con un occhio di riguardo al territorio.





# La rete sul turismo



*Istituto  
Mediterranei,  
della Svizzera Italiana*

*Studi  
Università*



# La rete su food e sostenibilità

 Confagricoltura  
Bergamo



fondazione  
cariplo

# La rete internazionale



Instituto Politécnico  
de Viana do Castelo





# Da dove partiamo?

## Il contesto di Astino

- **Monastero di Astino.** Nel 2007 l'intero complesso è stato acquistato dalla Congregazione della Misericordia Maggiore, che ha restaurato integralmente la chiesa, e la parte strutturale del monastero. La struttura ha vincoli e tutele.
- **Il Monastero è inserito nel Parco agricolo e biologico di Astino, all'interno del Parco dei Colli.**
- **Si tratta di un luogo amato e, come dimostrato nell'estate 2015, vissuto dai bergamaschi come proprio**
- **Valle della Biodiversità.** Un museo all'aperto denso di preziosità, dove si studiano e si conservano collezioni botaniche che comunicano il rapporto tra Piante e Uomo.
- **Sentieri e percorsi nel Parco dei Colli.**



# Cosa vogliamo offrire presso Astino?





# Cosa vogliamo offrire presso Astino?

- Riteniamo che il contesto del luogo renda opportuna una scelta multifunzione, con una offerta che possa raggiungere studenti, ricercatori internazionali, bergamaschi, turisti.
- Un centro con attività integrate e dai molteplici utilizzi:
  - Albergo, bar e ristorante (fruiti dai turisti, scuola sul campo per gli studenti, dover ospitare i docenti e i relatori, i partecipanti ai convegni...)
  - Centro di formazione professionale, ma le cucine possono essere luogo dove organizzare corsi di cucina per foodies
  - Centro congressi (per incontri internazionali di ampio respiro, sede del Food Policy Council locale e quindi delle riunioni dei gruppi e delle associazioni sensibili ai temi in oggetto)
  - Sede per eventi e matrimoni (scuola sul campo per gli studenti, rende vivi e frequentati gli spazi, fonte di entrate economiche)
  - Scuola di alta formazione universitaria sui temi del turismo e food ma anche rilevante centro di ricerca
  - Luogo di incontro per convegni e meeting di associazioni e reti internazionali di ricerca cui temi in oggetto
  - Sede della biblioteca locale su food e turismo, dove vengano raccolti i libri che trattano di queste tematiche del territorio, con spazi anche all'aperto nel verde per leggere i quotidiani a disposizione dei visitatori
  - Centro che presenti il Parco dei Colli, gli itinerari, le possibilità di visita



# Mission

Centro di formazione e di ricerca di rilevanza internazionale in turismo e food, che progetti e realizzi interventi formativi che sviluppino possibilità e potenziali, valorizzando e motivando la Risorsa Umana, stimolando nuove competenze.

Cultura



Turismo



Food



Centro di Alta  
formazione

# I temi da sviluppare





# Master

## Master in management dell'hotellerie

Il percorso prevede l'attivazione di un primo Master già nell'autunno 2016, a cui negli anni successivi potranno seguire ulteriori proposte.

Dall'analisi svolta è emerso:

- l'esiguo numero di master nel settore hotellerie sul mercato italiano;
- l'alto numero di occupati nel settore alberghiero
- la rara possibilità di avere una struttura alberghiera a disposizione della scuola, dove l'offerta didattica tradizionale viene affiancata alla possibilità di avere momenti di formazione esperienziale sul campo

Si propone così di sviluppare come prima offerta un Master in Hotellerie.

Direttore: Roberta Garibaldi

**Obiettivi:** un master innovativo, in un ambiente internazionale, a contatto con le principali aziende del settore, con i ricercatori più quotati a livello europeo, organizzato direttamente in un hotel, che diventa spazio didattico. Per un percorso sfidante che vuole fornire strumenti strategici ed operativi per supportare il manager alberghiero di alberghi di catena ma anche di piccole o medie dimensioni, nelle proprie attività.

**Caratteristiche:**

- 12 mesi di lavoro, da novembre 2016 a novembre 2017
- 1500 ore di corso in lingua inglese
- **Formazione in aula, in outdoor nel Parco dei Colli e nella struttura alberghiera di Astino**
- 40% di docenza di professori universitari italiani e stranieri
- 40% di docenza di professionisti provenienti da primarie aziende del settore
- Progetti sul campo sviluppati coi partner territoriali
- 6 mesi di tirocinio presso aziende del settore
- 60 crediti universitari
- lezioni dal Lunedì al Venerdì dalle 9 alle 18, **alcuni week-end tirocinio nell'hotel della scuola**
- Studenti italiani e stranieri, provenienti dalla laurea triennale, operatori turistici (catene, hotel familiari, extra-alberghiero,...), numero chiuso, massimo 30 studenti



# Master

## Caratteristiche dell'offerta

Abbiamo studiato una offerta integrata che possa, nella sua interezza, costituire un unicum innovativo e facilmente spendibile con:

- Un progetto chiavi in mano con un approccio multidisciplinare e basato sull'active learning:
  - **Multidisciplinarietà.** Competenze teoriche e tecnico-applicative, conoscenza delle lingue, attenzione agli aspetti culturali, territoriali, ambientali, sociali ed economici.
  - **Imparare attraverso l'esperienza.** Attività nel ristorante, nell'hotel, nel centro congressi della struttura. Visite a produttori, attrazioni, imprese alberghiere ed intermediari,... Partecipazione a lavori di ricerca. Laboratori e tirocini.
- **Internazionalità** ma attenzione al **modello italiano di ospitalità**
  - **Internazionalità**, degli studenti, dei docenti, per i tirocini, per la lingua insegnata, per la visione globale proposta
  - **Modello italiano di ospitalità.** Attenzione alle peculiarità del sistema Italia e all'offerta delle imprese di piccole medie dimensioni
- **Focus sulla persona**, con un progetto che miri, fase per fase, settimana dopo settimana, allo sviluppo delle competenze individuali, professionali e personali di ogni studente. La progressione del corso è modulata con attenzione per facilitare l'ottimale raggiungimento degli obiettivi di ognuno.





# Struttura didattica

Il corso è composto dai seguenti moduli:

- **Introduttivo: warm up!**, con particolare attenzione all'ambientamento e all'allineamento delle competenze
- **Core**, con lo sviluppo delle principali tematiche in aula e nella struttura alberghiera di Astino. Si affronteranno gli aspetti di general management hospitality management
- **Comportamentale**. Particolare attenzione verrà data allo sviluppo di adeguate competenze comportamentali. Queste sono fondamentali in ogni ambito e in particolare in quello turistico, dove la soddisfazione del cliente si misura sulla relazione umana. Il modulo verrà sviluppato prevalentemente in outdoor nel meraviglioso Parco dei Colli di Bergamo (orienteering, team building,...)
- **Progetti applicati**, sviluppo di un progetto applicato, lavorando a stretto contatto con l'azienda committente e **training on the job** (tirocinio nell'albergo della scuola durante molteplici week end), visite ad imprese turistiche, fiere o manifestazioni di settore
- **Tirocinio** in Italia o all'estero
- **Conferenza di chiusura**, con relatori di prestigio su un tema attuale e con la consegna dei diplomi

Si prevedono lavori di gruppo, sessioni di valutazione costanti, presentazioni pubbliche dei lavori svolti, coaching individuale, business game, così da stimolare in modo continuo e vario l'apprendimento. Il percorso formativo si sviluppa andando step by step ad affrontare le varie funzioni organizzative delle strutture ricettive, prevedendo per ogni modulo interventi teorici di inquadramento, testimonianze aziendali, e un lavoro applicato. Al termine del percorso si sarà in grado di gestire un hotel nella sua complessità.

Warm-up  
introduttivo

General  
Management

Hospitality  
Management

Tirocinio

Conferenza di  
chiusura

Progetti applicati

Comportamentale

# I partner: locali ed internazionali, gli enti, le istituzioni e le aziende

- E' fondamentale oggi creare rete, con il mondo accademico e di ricerca internazionale, con il mondo produttivo nazionale, con enti, istituzioni, scuole e associazioni locali
- Il corso si caratterizza per una forte connessione con il mondo produttivo. Verrà creato un board del corso, con rappresentanti del mondo produttivo con cui confrontarsi per l'organizzazione e la gestione del corso
- Come accennato, il 30% delle lezioni del master verrà svolto da docenti provenienti dal mondo professionale e i ragazzi verranno coinvolti in progetti di ricerca applicata come parte integrativa del master
- Le aziende partner ospiteranno i ragazzi in tirocinio e saranno protagoniste del processo di placement
- Potranno essere previste delle aziende sponsor che potranno beneficiare di diversi benefit
- Fondamentale creare rete con le altre realtà del territorio che si occupano degli stessi temi e che organizzano attività formative da anni per gli operatori:
  - perché questa scelta sia vista come complementare e non competitiva
  - perché vi sia promozione dell'offerta tra le associazioni di categoria
- Creare rete con gli istituti alberghieri della regione, organizzare momenti formativi per le insegnanti
- Una convergenza su Astino delle attività con le reti nazionali ed internazionali attive dal gruppo di lavoro turismo di Unibg



Camera di Commercio  
Bergamo



Formazione e consulenza



IGCAT GASTRONOMY  
CULTURE  
INTERNATIONAL INSTITUTE OF ARTS AND TOURISM



Mercure  
HOTELS





# Human touch e i servizi dedicati agli studenti

- Human touch: si vuole offrire agli studenti una offerta formativa in un ambiente arricchito di apprendimento che favorisce l'interazione sociale e lo sviluppo di maggiori abilità cognitive e percettive e motorie. L'ambiente arricchito è un concentrato di eco fattori positivi che stimola e accelera i processi di apprendimento. Verrà posta molta attenzione alla fase di avvio del corso, alle attività sociali proposte ai ragazzi. Verranno organizzate visite sul territorio, presso i musei, a teatro e altre attività
- I ragazzi del Master potranno fruire di:
  - Accomodation Service, consulenza per la ricerca di un alloggio in appartamento
  - CUS, Centro Universitario Sportivo, include un centro fitness con sala pesi / macchine, due sale corsi, due saune e due bagni turchi, percorso di allenamento esterno, due palestre per sport di squadra; 30 attività sportive praticate, 90 postazioni e 35 corsi fitness.
  - Centro stampa che offre servizi di fotocopie, rilegatura,... a costi agevolati
  - Biblioteche tematiche che offrono pubblicazioni di settore agli studenti.
  - Piattaforma di e-learning, un supporto on-line della didattica interattiva e per le attività collaborative.
  - Accordo per Google Apps for Education
  - Convenzione con la Banca Popolare di Bergamo per finanziamenti agevolati
  - Convenzioni con mezzi di trasporto locale, tra cui ATB e Trenord
  - Microsoft Office 365 scaricabile gratuitamente per gli studenti





# Orientamento e placement

Il supporto allo studente nella fase di orientamento è di fondamentale importanza per il Master, che annovera tra i suoi plus le numerose opportunità di inserimento lavorativo, grazie ai percorsi dedicati che vengono sviluppati.

Nel quadro dell'offerta relativa all'orientamento e placement si annoverano:

- Servizio gratuito di **counselling** dell'ufficio Orientamento, che può essere individuale o di gruppo
- **Servizio di orientamento in itinere e post lauream**, ad esempio:
  - Servizio di supporto sull'iter di avvio dei tirocini per gli studenti delle diverse aree didattiche
  - Servizio di supporto ai laureati per guidarli nella stesura del curriculum e per facilitarli nell'inserimento nel mondo del lavoro
- **Servizio di stage e placement**, che offre tramite anche un portale online:
  - Alle aziende e agli enti del territorio un supporto nella ricerca e selezione di studenti e laureati
  - Agli studenti un supporto per essere messi direttamente in connessione con il mondo del lavoro
- **Recruiting Day**, organizzato nell'ambito della fiera internazionale dedicata ai temi del turismo No Frills: una giornata dedicata al lavoro, formazione, convegni e soprattutto ad incontri di selezione tra chi è alla ricerca di lavoro e le aziende del settore
- **Start Cup Bergamo**, una business plan competition completamente gratuita che favorisce la nascita e lo sviluppo di nuove idee d'impresa provenienti dal territorio bergamasco, e che coinvolge le maggiori imprese ed istituzioni locali, grazie anche al collegamento con Start Cup Milano Lombardia.





# La ricerca e i convegni

L'eccellenza della formazione in ambito accademico è strettamente collegata all'eccellenza della ricerca. L'Università e i Centri connessi svolgono attività di ricerca di elevata qualità, in modo autonomo, proprio in virtù del valore aggiunto che tali conoscenze possono offrire ai corsi di studio proposti e agli avanzamenti conoscitivi necessari per un'offerta di qualità. La ricerca, se trasmessa, comunicata e condivisa con gli operatori di settore, diventa un riferimento costante per il territorio e per tutte quelle imprese che sono coinvolte. Si propone quindi di spostare in Astino i centri di ricerca di Cestit e una sede secondaria di IGCAT.

Una opportunità profittabile da molti punti di vista è l'idea di attrezzare il Monastero con delle sale per congressi, la sede prestigiosa si presta sicuramente per questo tipo di attività, ne beneficerebbe l'hotel e il ristorante, destagionalizza le presenze. L'Università di Bergamo ha già instaurato negli anni numerosi e importanti rapporti con enti quali ATLAS, Aiest, SISTUR e IFITT e la sede di Astino si configura quale luogo di rilievo per ospitare i convegni annuali di queste importanti associazioni. I convegni non sono solo momenti di formazione, bensì momenti relazionali finalizzati allo scambio di buone prassi, condivisione di idee e sviluppo di nuove soluzioni creative.

Portare esperti a livello mondiale del settore nella sede bergamasca significa:

- Incentivare la presenza bergamasca a livello internazionale,
- Dare maggiore visibilità e fare acquisire rilevanza agli studi in corso,
- Coinvolgere docenti ed esperti internazionali

- Ampliare il bacino d'utenza del Master

Anche a livello locale gli spazi possono essere adatti per ospitare tutti gli incontri promossi sui temi di food e turismo sul territorio, anche la Sede del costituendo Food Policy Council locale





# Una scuola «green»



Il Monastero è inserito nel Parco agricolo e biologico di Astino, all'interno del Parco dei Colli, vi è la Valle della Biodiversità che, grazie alla sua natura di museo all'aperto, è uno spazio di relazioni e di esperienze, per educare alla sostenibilità e contribuire ad armonizzare Uomo – Agricoltura e Natura, a partire dal contesto locale. Il Monastero vuole farsi riconoscere per i temi di turismo e food, e già da tempo è attento a tematiche quali quelle della sostenibilità, del Km 0 e della filiera corta. Per questo riteniamo importante e anche vincente in una ottica di marketing, che la struttura del Master sia "green". Quindi si propongono ad esemplificazione alcune azioni:

- Utilizzo di prodotti locali, prodotti prevalentemente biologici, a km 0 nel ristorante, nei distributori automatici, nei coffee break dei convegni e così via;
- Utilizzo di carta riciclata, detergenti green e così via;
- Sviluppo di collegamenti con vetture elettriche e con biciclette a pedalata assistita con le altre sedi dell'Università degli Studi di Bergamo;
- Creazione di aule all'aperto nel Parco dei Colli;
- Elaborazione di una proposta di formazione comportamentale completamente outdoor, a diretto contatto con l'ambiente circostante;
- Adozione di un Codice Etico, una vera e propria guida morale che dirigerà le azioni di sviluppo e organizzazione della struttura.

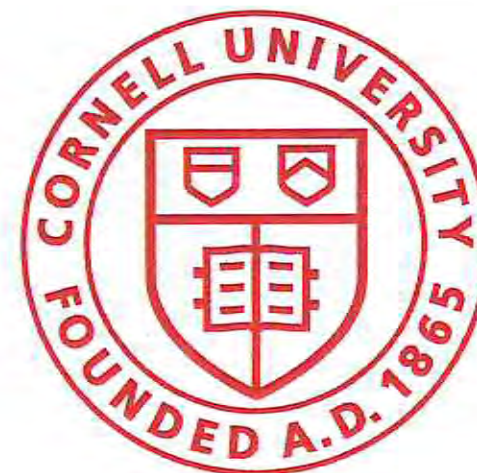




# Accreditamenti internazionali

Oltre al brand dell'Università di Bergamo, possibilità, grazie alle connessioni esistenti, di creare collegamenti con enti riconosciuti a livello internazionale come UNWTO e università prestigiose riconosciute per accreditare ulteriormente l'offerta

Uno degli strumenti che si intendono attivare per dare il maggior livello di opportunità di internazionalizzazione e sperimentazione ai partecipanti è l'offerta strutturata con università straniere di estremo prestigio, con cui condividere il master, alcuni insegnamenti o condividere con un joint master o un dual degree un percorso formativo.



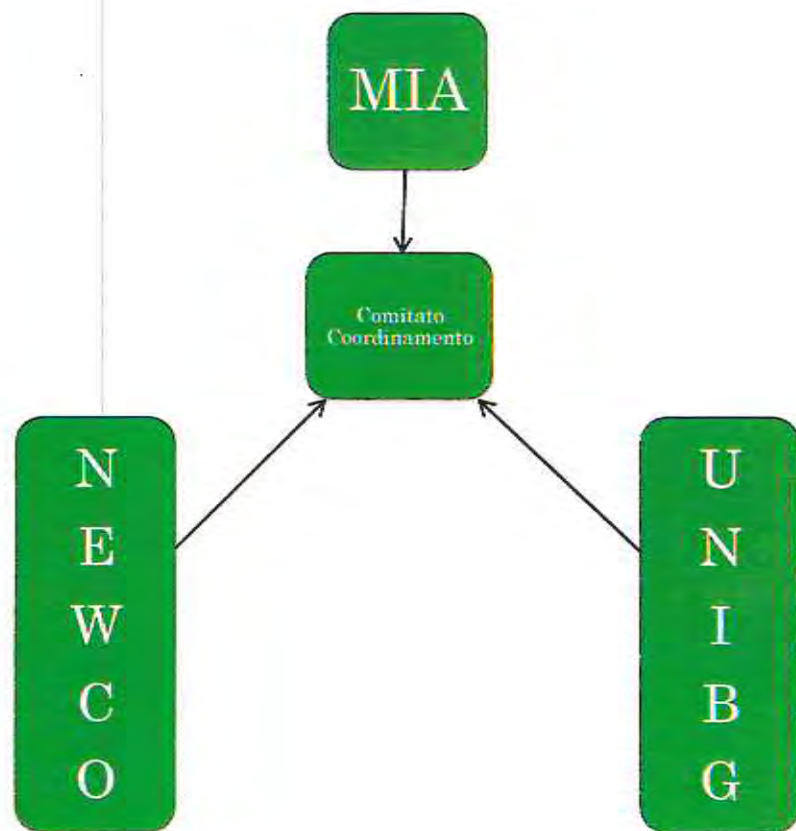
# Risorse

- Inizialmente 1 aula attrezzata per 30 persone, nel momento in cui cresceranno il numero dei corsi crescerà l'esigenza del numero di aule
- Due uffici attrezzati con due scrivanie ciascuno (uno per i tutor, uno per i docenti, direttore del corso, per ricevimento studenti, colloqui individuali,...)
- Una sala convegni da 120 posti sarebbe l'ideale con un allestimento differenziato sulla base delle esigenze dei diversi corsi proposti
- Wi-fi gratuito in tutta la sede
- Prevedere dei parcheggi con posti auto dedicati per docenti e quelli per gli studenti
- Sviluppare il trasporto dalla sede universitaria di Città Alta a Astino, meglio se con bus elettrici
- Sviluppare e offrire biciclette a pedalata assistita per lo spostamento tra le sedi universitarie con un servizio tipo BiGi
- Disponibilità gratuita di coffee break, cene e alloggio per relatori convegni
- Laboratorio informatico





# Assetto organizzativo



# E in futuro?

Oltre all'offerta di master, come evidenziato nelle vostre richieste iniziali, pensiamo sia possibile attivare un indirizzo in hotellerie di una laurea specialistica. Per poter procedere in questo senso sarà necessario attivare nuovi insegnamenti, che devono però trovare una copertura finanziaria che va al di là delle tasse universitarie degli studenti.

Per poter attivare un congruo numero di corsi, si ritiene sia necessario coprire un costo di circa 40-50.000 euro all'anno. Queste spese potrebbero trovare copertura coi ricavi del master se questo avesse un elevato numero di iscritti.

Ulteriore elemento che riteniamo utile è l'accreditamento e il riconoscimento internazionale, sono elementi importanti che permettono un importante salto di qualità nell'immagine offerta.

Al fine di offrire un maggior livello di opportunità di internazionalizzazione e sperimentazione ai partecipanti, si ritiene utile attivare:

- **Un'offerta strutturata con università straniere di estremo prestigio**, con cui condividere il master, alcuni insegnamenti o condividere con un joint master o un percorso formativo dual degree.
- **Un accreditamento presso il UNWTO**, che permette di affiliarsi o certificare l'offerta dei corsi proposti.

Sono da valutare i costi relativi a queste opzioni.





*Se tu dai ordini ad un uomo,  
ne fai il tuo soldato per qualche istante,  
se tu formi un uomo,  
lo rendi capace per tutta la vita.*

*Pierre Goguelin*



Alta formazione

# AL MONASTERO DI ASTINO





## SOMMARIO

<b>INTRODUZIONE .....</b>	<b>4</b>
<b>CAPITOLO 1 - IL CONTESTO .....</b>	<b>6</b>
1.1 INVESTIRE NEL SETTORE DELL'OSPITALITÀ E DELLA RISTORAZIONE? .....	6
1.2 INVESTIRE NELLA FORMAZIONE IN OSPITALITÀ E RISTORAZIONE? .....	9
1.3 MACRO TENDENZE DEL SETTORE TURISTICO.....	10
1.4 L'OCCUPAZIONE NEL SETTORE IN ITALIA .....	12
1.5 CARATTERISTICHE DELLE PROFESSIONI DEL SETTORE .....	15
<b>CAPITOLO 2 - ANALISI DELL'OFFERTA FORMATIVA.....</b>	<b>18</b>
2.1 IL CONTESTO INTERNAZIONALE, EUROPEO E NAZIONALE .....	18
2.2 LAUREE IN AMBITO TURISTICO .....	20
2.3 I MASTER .....	28
<b>2.3.1 L'offerta Europea .....</b>	<b>30</b>
<b>2.3.2 L'offerta Italiana .....</b>	<b>36</b>
2.4 L'UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI BERGAMO .....	42
<b>2.4.1 L'offerta didattica .....</b>	<b>42</b>
<b>2.4.2 I centri di ricerca dell'Unibg.....</b>	<b>47</b>
<b>2.4.3 SDM - School of Management.....</b>	<b>50</b>
<b>2.4.4 Certificazione di qualità dell'offerta post laurea .....</b>	<b>52</b>
2.5 TABELLA DI SINTESI DELL'ANALISI DELL'OFFERTA .....	52
<b>CAPITOLO 3 - L'OFFERTA FORMATIVA UNIBG PER IL MONASTERO DI ASTINO .....</b>	<b>54</b>
3.1 COSA VOGLIAMO OFFRIRE A ASTINO? .....	54
3.2 MISSION .....	55
3.3 STRUTTURA DIDATTICA .....	57
3.4 MASTER: CARATTERISTICHE DELL'OFFERTA .....	58
3.5 I PARTNER: LOCALI ED INTERNAZIONALI, GLI ENTI, LE ISTITUZIONI E LE AZIENDE .....	60
3.6 HUMAN TOUCH E I SERVIZI DEDICATI AGLI STUDENTI.....	61
3.7 ORIENTAMENTO E PLACEMENT.....	63
3.8 LA RICERCA E I CONVEGNI.....	63
3.9 UN MODELLO GREEN .....	65
3.10 RISORSE NECESSARIE .....	66
3.11 ACCORDO ECONOMICO.....	66
3.12 MODELLO DI GOVERNANCE .....	67
3.13 POSSIBILI ULTERIORI EVOLUZIONI .....	67
<b>ALLEGATO - SISTEMA GESTIONE QUALITÀ MASTER UNIVERSITÀ DI BERGAMO.....</b>	<b>70</b>
<b>ALLEGATO - CORSI DI LAUREA E MASTER UNIVERSITARI DI TURISMO IN ITALIA A.A. 2014/2015 .....</b>	<b>74</b>
<b>ALLEGATO - ISCRITTI AI CORSI DI LAUREA MAGISTRALE ITALIANI IN TURISMO .....</b>	<b>77</b>
<b>ALLEGATO - ANALISI CORSI DI LAUREA ESTERI IN HOTEL MANAGEMENT .....</b>	<b>81</b>
<b>ALLEGATO - ANALISI CORSI DI LAUREA ESTERI IN FOOD AND BEVERAGE .....</b>	<b>89</b>



<b>ALLEGATO – ANALISI DELL'OFFERTA DI MASTER IN HOTEL MANAGEMENT .....</b>	<b>92</b>
<b>ALLEGATO – ANALISI DELL'OFFERTA DI MASTER IN FOOD AND BEVERAGE.....</b>	<b>105</b>
<b>ALLEGATO - INSEGNAMENTI PREVISTI DAI CORSI DI LAUREA ESTERI IN HOTEL MANAGEMENT .....</b>	<b>111</b>
<b>ALLEGATO - INSEGNAMENTI PREVISTI DAI CORSI DI LAUREA ESTERI IN FOOD AND BEVERAGE .....</b>	<b>118</b>
<b>ALLEGATO – INSEGNAMENTI PREVISTI DAI MASTER ESTERI IN HOTEL MANAGEMENT .....</b>	<b>121</b>
<b>ALLEGATO - INSEGNAMENTI PREVISTI DAI MASTER IN FOOD AND BEVERAGE .....</b>	<b>130</b>
<b>ALLEGATO - CESTIT – CENTRO STUDI PER IL TURISMO E L'INTERPRETAZIONE DEL TERRITORIO</b>	<b>135</b>
<b>ALLEGATO - CURRICULUM VITAE ROBERTA GARIBALDI.....</b>	<b>155</b>
<b>ALLEGATO - BIBLIOGRAFIA.....</b>	<b>173</b>





## INTRODUZIONE

Il presente Dossier ha come obiettivo la presentazione dell'offerta post laurea d'eccellenza per il settore dell'Hotellerie, che si intende sviluppare presso la sede dell'ex Monastero di Astino. Tale settore, per il quale il nostro Paese è leader in Europa e che genera un valore pari al 13,4% del totale del valore aggiunto in Italia, è caratterizzato dall'incisiva influenza del fattore umano, che risulta essere un elemento decisivo nel qualificare l'accoglienza dei servizi turistici, di hotellerie e di food & beverage. Proprio per questo motivo, è forte l'esigenza di avere sul territorio nazionale una struttura formativa che sia in grado di preparare figure professionali "complete", che integrino capacità operative specifiche, conoscenze dirette dei processi, con competenze manageriali complesse, di organizzazione di strutture e persone. Ci si pone l'obiettivo, dunque, di ideare un luogo di formazione che offra spazi di riflessione pratica e teorica; un centro di formazione di assoluta eccellenza, che comprenda anche la ricerca sui temi di turismo, ospitalità e cibo, un luogo di ideazione che sappia apportare innovazione e creatività nel sistema.

L'Ateneo bergamasco si configura quale polo formativo di rilievo per il territorio, con un'offerta complessa e ad ampio spettro, e con un'esperienza pluriennale nel settore del turismo e degli ambiti in interfaccia. Ad oggi sono presenti due percorsi formativi dedicati al turismo, una Laurea Triennale in Lingue con indirizzo Turismo Culturale e una Laurea Magistrale in Progettazione e Gestione dei Sistemi Turistici, con possibilità di double degree grazie alla convenzione con la Fairleigh Dickinson University (USA). E' questo uno dei numerosi esempi di collaborazione e networking internazionale che l'Ateneo ha visto attivarsi nel corso degli anni. A completamento dell'offerta didattica, l'Ateneo è ben organizzato grazie ai numerosi servizi complementari per gli studenti che rendono l'Università un ambiente confortevole e proficuo per la formazione.

Gli spazi dell'ex Monastero si adattano alla scelta di sviluppare uno spazio multifunzione, multi obiettivo e multi target.

In questo contesto, noi proponiamo la definizione di un luogo di formazione e di ricerca di elevato livello per i futuri professionisti del settore che intendono eccellere nel proprio ambito e futuro lavorativo, affrontando i temi di turismo e food in modo innovativo. Il fulcro dell'attività formativa è la Risorsa Umana, verso cui sono orientati tutti gli sforzi di ideazione, a cui si offrono esperienze di apprendimento dinamiche e intensive, lasciando tutto lo spazio necessario al singolo di individuare il proprio percorso, sempre e comunque affiancato da esperti di alto livello del settore, includendo sia professionisti che accademici.

Nel presente Rapporto si definisce l'offerta formativa di dettaglio che si intende attivare, frutto di uno studio approfondito del settore turismo e hotellerie, delle esigenze formative, e dei profili professionali richiesti dal mercato. La metodologia adottata per l'analisi è mista, in quanto ha previsto sia una fase di analisi desk, necessaria per studiare il contesto relativo al settore turismo, alberghiero e ristorazione, l'offerta nazionale e internazionale relativa ai corsi di laurea e master attivi nel settore, e una serie di interviste ad hoc agli operatori del settore, al fine di raccogliere e sondare i bisogni formativi e le esigenze professionali, in un'ottica di confronto e condivisione con i partner internazionali e con docenti italiani che da anni lavorano e si occupano di questi temi. La struttura del Rapporto riflette dunque la metodologia di studio e approfondimento, che porta alla consequenziale proposta formativa.

In dettaglio. Nella prima fase del report si presentano alcuni dati relativi al settore turismo in generale, al settore dell'ospitalità e della ristorazione, le caratteristiche dell'occupazione e delle figure professionali del settore, sia a





## Dossier Alta Formazione ad Astino

livello macro nel turismo, che più in dettaglio per quanto riguarda l'ospitalità e la ristorazione. Il tutto con il fine di determinare il contesto e l'opportunità di investire in turismo e ristorazione.

In secondo luogo, si propone uno studio approfondito dell'offerta formativa nazionale e internazionale relativa a corsi di laurea e master, condotta attraverso un'analisi desk. Delle schede di dettaglio presentano corsi e master attivi con una analisi comparativa che ne evidenzia le caratteristiche. Queste si sono di seguito esplicitate in elementi valutativi al fine di proporre un'offerta didattica che fosse in linea con le esigenze del contesto, ma che permettesse di apportare innovazione, differenziazione e peculiarità proprie per il Master in fase di potenziale costruzione.

Nel terzo capitolo si presenta l'offerta formativa ipotizzata per il Monastero.



*L'istruzione e la formazione sono le armi più potenti che si possono utilizzare per cambiare il mondo*

*- Nelson Mandela*



Il complesso di Astino si conforma alle necessità operative e al bisogno di favorire la sinergia e la collaborazione stretta tra conoscenze accademiche, di ricerca ed esperienziali. L'ex Monastero rappresenta un gioiello ritrovato, a cui anche la popolazione bergamasca ha dimostrato di tenere in modo appassionato, e la creazione di un centro di eccellenza al suo interno rappresenta la giusta valorizzazione di tale tesoro. Tale struttura, grazie al progetto proposto nel suo insieme, avrebbe altresì un fascino e un richiamo internazionali a molteplici livelli, sia per altre scuole e università sia per realtà imprenditoriali e turistiche, configurandosi quale luogo di scambio e condivisione per la comunità locale prima di tutto, per i turisti e visitatori che vi confluiscano, per gli studenti e per i ricercatori internazionali.



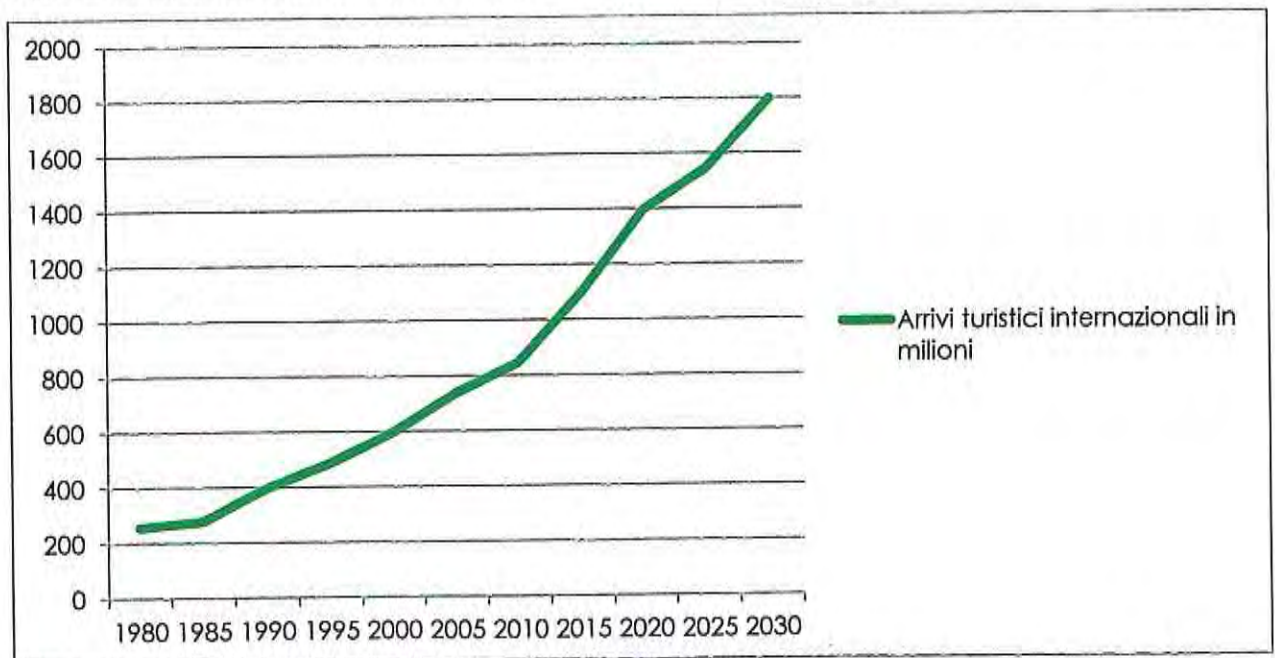


## CAPITOLO 1 - IL CONTESTO

### 1.1 INVESTIRE NEL SETTORE DELL'OSPITALITÀ E DELLA RISTORAZIONE?

Il settore turistico nel 2013 costituiva il 9,5% del GDP mondiale (Gross Domestic Product - equivalente al PIL). Nel 2014 questa incidenza era aumentata fino al 9,6%, mentre entro il 2024 il settore turistico arriverà a costituire il 10,3% del GDP nel mondo. L'incidenza del settore turistico sull'occupazione nel 2013 era di 265.855.000 lavoratori (ovvero l'8,9% dell'occupazione totale). Nel 2014 questa percentuale è arrivata al 9,0%, mentre entro il 2024 il settore turistico arriverà a garantire 346.901.000 lavoratori (10,2% dell'occupazione totale)<sup>1</sup>. Si tratta di un settore in costante e rapida crescita, grazie soprattutto all'espansione dei BRICS. Infatti, secondo le previsioni dell'Organizzazione Mondiale del Turismo UNWTO, gli arrivi turistici sono destinati ad aumentare fino ad arrivare a circa 1.8 miliardi entro il 2030. Ciò significa che, in media, ogni anno vi saranno circa 43 milioni di turisti internazionali aggiuntivi che entreranno nel mercato turistico. Secondo le stime si passerà dai 940 milioni di arrivi turistici internazionali registrati nel 2010 ad 1 miliardo di arrivi alla fine del 2012, fino a circa 1.8 miliardi nel 2030. Non è certamente una sorpresa che, secondo le previsioni, quindi, i mercati emergenti continueranno ad acquisire quote di mercato.

Grafico 1: Arrivi Turistici Internazionali in milioni



Fonte: World Tourism Organization (UNWTO)

<sup>1</sup> World Travel & Tourism Council, Economic Impact 2014



In Italia, il settore turistico esercita un grande impatto sull'economia nazionale, costituendo circa il 10,1% del PIL e incidendo sull'occupazione per l'11,4% nel 2014<sup>2</sup>. L'importanza economica del settore viene misurata in base alle ricadute dirette e indirette che genera a livello di reddito, occupazione ed equilibrio dei conti<sup>3</sup> e al valore aggiunto che esso crea. Secondo il XIX Rapporto sul turismo italiano 2012-2013, il settore non solo ha raddoppiato il valore aggiunto negli ultimi 20 anni (nel 2013 il valore aggiunto attivato direttamente dai consumi turistici in Italia è stato pari a 52.638 milioni di euro), ma ha anche rilevato andamenti di crescita più alti degli altri comparti quando l'economia del Paese mostrava trend positivi, mentre scendeva meno quando il trend economico era negativo. Gli occupati nel settore del turismo si dividono tra occupati diretti e indiretti:

- Per occupazione diretta s'intende il lavoro direttamente generato dall'industria turistica, stimato a quasi 1,9 milioni di unità<sup>4</sup> e che rappresenta il 57,6% (media nazionale); risulta indipendente e si concentra principalmente nel settore ricettivo. Alberghi e ristoranti, pur registrando lievi cali di quote occupazionali, si aggiudicano i più alti livelli di occupazione. Confermato dal rapporto Istat 2014, risulta che di tutti gli occupati diretti, il 48,3%, ha lavorato nel comparto "Alberghi e Ristoranti". Questo settore, pur registrando negli ultimi anni una lieve flessione, rimane di gran lunga il più importante in termini di occupazione turistica.
- Per occupazione indiretta s'intendono invece i posti di lavoro generati dal giro d'affari che ruota attorno al turismo, stimati a 3,3 milioni di unità<sup>5</sup>.

La vera base degli occupati del turismo è la ricettività alberghiera, che è interamente dedicata al consumo turistico: sono più di un milione e 250mila<sup>6</sup> i lavoratori coinvolti, tra dipendenti e indipendenti. Nel comparto alberghi e ristoranti si concentra il 5,7%<sup>7</sup> degli occupati italiani.

Il nostro Paese è dunque ancora caratterizzato dalla centralità dell'accoglienza che, quanto a numero di esercizi, capacità ricettiva e pernottamenti è leader in Europa, e a livello mondiale secondo soltanto agli Usa. Con più di 30 mila<sup>8</sup> imprese, 174.315 miliardi di fatturato nel 2012 (erano 175.839 nel 2011), la creazione di 187.080 miliardi di valore aggiunto (erano 188.810 nel 2011), pari al 13,4% del totale del valore aggiunto in Italia, più di un milione di camere<sup>9</sup> e più di 2 milioni<sup>10</sup> di posti letto, l'alberghiero è il comparto più significativo e più dinamico del sistema turistico italiano, secondo in Italia soltanto a quello delle costruzioni<sup>11</sup>.

Il sistema Italia viene riconosciuto per le proprie peculiarità intrinseche e si può parlare di un modello italiano di accoglienza. Nella XVI edizione del Rapporto sul Turismo Italiano, si parla di un modello gestionale originale, che si caratterizza per tre aspetti: il primo riguarda la capacità di essere espressione della cultura ospitale del nostro paese, la capacità cioè di saper fare perno sul concetto di ospite<sup>12</sup>. Il secondo aspetto riguarda gli aspetti della

---

<sup>2</sup> <http://www.enit.it/>

<sup>3</sup> Le ricadute dirette agiscono sulla struttura stessa del settore turistico o derivano direttamente da esso; le ricadute indirette comprendono il giro d'affari dei soggetti presso i quali le spese vengono effettuate, generando un valore aggiunto, impieghi ed entrate fiscali.

<sup>4</sup> 1.898.000 sono gli occupati diretti Federalberghi – Istat 2014

<sup>5</sup> 3.293.000 unità di lavoro Federalberghi – Istat 2014

<sup>6</sup> ISTAT – Rapporto Annuale 2015

<sup>7</sup> ISTAT – Rapporto Annuale 2015

<sup>8</sup> 33.999 imprese nel 2010. Federalberghi – Istat 2014

<sup>9</sup> 1,093 milioni di camere nel 2012 Federalberghi – Istat 2014

<sup>10</sup> 2.251.000 p. letto Federalberghi – Istat 2014

<sup>11</sup> Fonte: Istat

<sup>12</sup> Come è noto infatti solo in italiano, e nelle lingue di derivazione latina, la parola ospite significa sia colui che ospita che colui che è ospitato. Un segnale per indicare che nella nostra cultura ospitale tradizionale non c'è rottura tra chi ospita e chi viene





qualità della proposta, e può essere riassunto nell'indicazione "curare i dettagli". Il terzo elemento che può essere esplicitato agendo da piccoli ed aderendo ad un modello made in Italy, non può che essere la capacità di saper proporre, assieme alla struttura, anche il territorio, il vero punto di forza cioè dell'offerta italiana. A bene vedere, sapersi legare al territorio e saperlo proporre sono modalità coerenti e fattibili per tutte le PMI, che in tal modo possono caratterizzarsi ulteriormente e sfruttare i propri punti di forza. Come è noto, è questo da sempre il problema dei grandi alberghi che tradizionalmente rischiano di presentarsi come decontestualizzati e asettici, anche nei confronti di una domanda che invece mostra attese diverse, e vuole ritrovare all'interno delle strutture ospitali atmosfere e aspetti della destinazione, che rappresentino una conferma della scelta effettuata.

Al fine di aggiungere un altro elemento per approfondire il quadro relativo alla situazione del comparto dell'ospitalità e della ristorazione, si annovera il forte incremento dell'attenzione legata ai temi del food. Assistiamo al diffondersi di una vera e propria «Gastromania» in tutti i Paesi occidentali, con una costante e crescente attenzione a tutti i temi del food: libri, trasmissioni tv, luoghi come Eataly, proposte di attrattività, chef e personaggi famosi, etc. Negli ultimi anni la gastronomia ha assunto un ruolo centrale nelle aspettative e nelle motivazioni dei viaggiatori, è divenuta un vero e proprio fattore di attrazione e di promozione della destinazione. Il prodotto alimentare è divenuto punto di unione tra l'autenticità di un territorio e il turista, sempre più desideroso di proposte genuine, partecipative e strettamente collegate alle specificità del territorio che visita. I turisti sono attratti dalla produzione e dalla tipicità locale e molte destinazioni si stanno concentrando e stanno sviluppando le proprie attività concentrandosi sul marketing del food. Proprio per la sua peculiarità intrinseca di stretta connessione con il territorio, il food tourism è strategico per lo sviluppo locale<sup>13</sup>. Tale tendenza sta modificando fortemente le modalità di gestione, i servizi offerti, le caratteristiche del personale, le capacità di innovazione, promozione, e comunicazione dell'intero settore ricettivo-alberghiero e, più nel complesso, dell'offerta turistica nazionale.

In questo contesto, il fattore umano è un elemento decisivo nel qualificare l'accoglienza dei servizi turistici, di hotellerie, di food & beverage. Il contesto di hotellerie italiana si caratterizza per la presenza importante di realtà imprenditoriali medie e piccole, spesso a gestione familiare<sup>14</sup>. In entrambi i casi, seppur con modalità diverse che è opportuno individuare, le risorse umane sono la leva fondamentale per la soddisfazione del cliente e per la competitività dell'impresa turistica e, quindi, sono necessarie occasioni di formazione complete e adatte alle particolari esigenze del mercato.

---

*ospitato, così che l'ospite, il turista, non è un target, un bersaglio da colpire, o un mercato da conquistare, ma piuttosto un partner.*

<sup>13</sup> Global Report on Food Tourism, 2012

<sup>14</sup> Dal VII Rapporto sul Sistema Alberghiero e Turistico-Ricettivo in Italia (Dicembre 2014). In termini assoluti, dei 33.728 esercizi alberghieri rilevati nel 2012, 18.216 sono di piccole dimensioni (con un numero medio di 14 camere per esercizio e 27 posti letto); Gli esercizi di grande dimensione sono 1.389 (con un numero medio di camere per esercizio di 171 per 370 letti); Gli esercizi di media dimensione (con un numero medio di camere per esercizio di 44 per 89 letti) sono 14.121.





*"Ho bisogno di conoscere la storia di un alimento. Devo sapere da dove viene. Devo immaginarmi le mani che hanno coltivato, lavorato e cotto ciò che mangio"*

- Carlo Petrini



## 1.2 INVESTIRE NELLA FORMAZIONE IN OSPITALITA' E RISTORAZIONE?

Gli operatori del settore sono sensibili a questi mutamenti ed esprimono le proprie esigenze, affermando, prima di tutto, l'esigenza di avere sul territorio una struttura formativa che sia in grado di formare figure professionali "complete", che integrino capacità operative specifiche, di conoscenze dirette dei processi, con capacità manageriali complesse, di organizzazione di strutture e persone. Sebbene il modello di ospitalità italiana sia riconosciuto nel mondo, l'offerta formativa relativa all'accoglienza non procede di pari passo. Proprio forse in virtù della fortuna del settore, negli anni, si è spesso sottovalutata l'importanza della formazione nel settore turistico e non si è riconosciuta la necessità di avere personale con una formazione di qualità. I percorsi di formazione, nella maggior parte dei casi, non fanno riferimento alla complessità di una filiera di qualità, che quindi includa la capacità di saper fare perno sul concetto di ospite; una proposta di qualità con "cura dei dettagli"; il saper proporre, assieme alla struttura, anche il territorio, che è il vero punto di forza dell'offerta italiana.

Competenze professionali specifiche e capacità sociali e relazionali rappresentano in egual misura gli elementi fondamentali richiesti a chi decide di impiegarsi nel settore della hospitality. Mentre le seconde si può affermare che appartengano alla sfera della personalità individuale, le prime vengono apprese soprattutto dall'esperienza diretta nel mondo del lavoro, che rappresenta dunque un elemento imprescindibile e una componente fondamentale di un preciso e qualificato percorso di formazione. In Italia manca ad oggi una struttura di formazione complessa, che riflette la stessa complessità di cui poco sopra, un luogo dove si offrano corsi di formazione, ma che abbia anche a disposizione una vera e propria struttura ricettiva e un vero e proprio ristorante, in abbinamento alla scuola stessa, dove fare pratica e sviluppare le proprie competenze e qualità.

In ultimo, a seguito di numerosi incontri e tavoli di lavoro con gli operatori locali, è emerso da più parti l'interesse a svolgere incontri di aggiornamento relativi ai temi del food, dell'ospitalità e della gastronomia. La formazione continua è una risposta alle esigenze formative da parte del personale locale, che gestisce le strutture ricettive del territorio, consapevoli del fatto che si devono misurare con il panorama di una domanda in evoluzione.

Dunque, nel progettare e sviluppare una proposta formativa, si deve partire dalla considerazione degli elementi sopra indicati: la valorizzazione del modello italiano di ospitalità di qualità; la risposta alle esigenze formative e di aggiornamento da parte del personale che gestisce le strutture ricettive tipiche del territorio; un luogo di formazione che offra spazi di concepimento pratici e teorici; un centro di formazione di assoluta eccellenza, che comprenda anche il settore della ricerca sui temi di turismo, ospitalità e cibo, imprescindibili per apportare innovazione e creatività.





*"Il giorno in cui il cibo perderà la sua storia e il suo valore non ci sarà più speranza per nulla"*  
- Carlo Petrini

### 1.3 MACRO TENDENZE DEL SETTORE TURISTICO

Al fine di definire come strutturare le proposte formative, presentiamo le macro tendenze in atto ad oggi nel settore. Guardare alle caratteristiche delle professioni nel settore turistico significa leggere, ma anche in un certo senso cogliere, e in parte prevedere, i tratti e le necessità di un settore economico in forte cambiamento ed espansione. L'evolversi dei profili professionali, non soltanto in ambito turistico, è il riflesso, se non l'effetto di una serie di processi, tra cui i cambiamenti relativi alla domanda e il modificarsi dei flussi turistici.

Dal punto di vista dell'offerta, le strutture ricettive italiane sono piccolo-medie e a conduzione familiare. Il contesto di hotellerie italiana si caratterizza per la presenza importante di realtà imprenditoriali medie e piccole (54% di piccole dimensioni e 42% di medie dimensioni), spesso a gestione familiare, con una debole diffusione di catene alberghiere o multinazionali (4% del totale nazionale)<sup>15</sup>. Da qualche anno, però, un altro fattore sta caratterizzando il contesto italiano ed europeo è quello relativo ai processi di aggregazione: per tutte le tipologie di imprese si sono attuate operazioni di merger & acquisition, nonché la creazione di network e gruppi di acquisto. Se oramai il tema delle aggregazioni è da considerarsi consolidato per le agenzie di viaggio, lo stesso non si può dire per altre tipologie di imprese, come per esempio gli alberghi. In Italia, il numero di hotel che aderiscono a catene alberghiere è ancora molto ridotto. Si assiste, di pari passo, ad una forte crescita dell'extra-alberghiero (B&B, case vacanze; locande,...), quindi con una prevalenza di microimprese a gestione familiare. Questo ha implicazioni per quanto riguarda il personale impiegato, dove nella maggior parte dei casi più figure professionali vanno poi a confluire in una unica.

Se si guarda all'evoluzione del turismo e, di conseguenza, delle figure professionali, non si può non sottolineare l'effetto che lo sviluppo delle nuove tecnologie ha avuto anche in questo settore, portando da una parte una re-definizione dei processi interni di lavoro nelle mansioni tradizionali, ad esempio nella ristorazione o nel

---

<sup>15</sup> Dal VII Rapporto sul Sistema Alberghiero e Turistico-Ricettivo in Italia (Dicembre 2014). In termini assoluti, dei 33.728 esercizi alberghieri rilevati nel 2012, 18.216 sono di piccole dimensioni (con un numero medio di 14 camere per esercizio e 27 posti letto); Gli esercizi di grande dimensione sono 1.389 (con un numero medio di camere per esercizio di 171 per 370 letti); Gli esercizi di media dimensione (con un numero medio di camere per esercizio di 44 per 89 letti) sono 14.121



ricettivo, e dall'altra la nascita di nuove funzioni nelle aziende tradizionali (ad esempio CRM, yield manager,...). Ancora, sono alla base della nascita di nuove tipologie di imprese che sviluppano business innovativi sul mercato. Sono molti i profili innovativi collegati allo sviluppo delle nuove tecnologie, che impattano sulle aziende a diverso livello. L'affermazione di nuove forme di aggregazione online offre agli hotel e a tutto il comparto della ricettività- ristorazione una straordinaria opportunità per promuovere la propria struttura, ampliare la rete di contatti, relazionarsi con gli utenti e fidelizzare i clienti attivi. Fare promozione turistica sui social network in maniera efficace è però possibile solo grazie a una strategia di marketing ben precisa, che deve essere strutturata per consentire il dialogo con i propri fan e follower, al fine di incrementare la brand awareness della struttura stessa. I social network non sono solo le piattaforme ideali per vendere i propri servizi in maniera diretta, ma un'ottima opportunità per costruire relazioni, fiducia e migliorare la percezione del brand. Tutti questi fattori influenzano il processo di acquisto degli utenti e la consapevolezza di questi meccanismi è fondamentale nel processo manageriale.

Dal punto di vista della domanda, i consumatori sono sempre più consapevoli, sanno esattamente cosa chiedere e cosa aspettarsi, diventando a tutti gli effetti dei prosumer. Si tratta di un turista che possiamo definire "maturo", ossia abituato a viaggiare, alla ricerca di un buon rapporto qualità/prezzo e di motivazioni diversificate. In questo caso, non è più importante soltanto il "dove", ma il "come" si fruisce di una determinata località e cosa si fa durante il soggiorno. È chiaro come per questo tipo di turista l'esigenza di flessibilità e personalizzazione sia maggiore: non si accontenta di viaggi standardizzati, ma è alla ricerca di vere e proprie esperienze di viaggio che valorizzino gli aspetti legati alla qualità della vita. Il turista vuole essere coinvolto, essere parte ed essere protagonisti del proprio viaggio, cercando di "live like a local". Le esperienze offerte devono essere coinvolgenti, emozionali, creative e partecipate. E' necessario lavorare su un'offerta di esperienze complesse, fondate sulle risorse locali, ma arricchite da elementi intangibili capaci di stimolare e coinvolgere la componente sensoriale ed esperienziale del consumo. L'ospite, e il turista, si muove per soddisfare la propria persona e il proprio essere, sa di preciso cosa aspettarsi da una struttura ricettiva, e, allo stesso tempo, ricerca la semplicità, la prossimità e il rapporto univoco con l'ospite.

Conseguentemente alle modificazioni della domanda e dell'offerta di cui sopra, un'altra tendenza considerata è quella riferita all'area marketing-commerciale, nella quale è in atto un forte processo di ridefinizione, in seguito all'acuirsi della competitività che caratterizza il settore. Per riuscire a sopravvivere, le aziende devono sviluppare un maggiore orientamento al mercato e di conseguenza al cliente, osservando con maggiore attenzione i trend in atto, i comportamenti e l'offerta di una concorrenza sempre più allargata, con l'obiettivo di offrire un prodotto migliore, più specializzato e qualitativamente elevato, ottimizzando anche la variabile prezzo con nuovi strumenti come lo yield management.

La sostenibilità è un fattore chiave che non può essere non considerato nel momento in cui si sviluppano attività turistiche di qualunque livello di filiera. Non significa solamente lavorare affinché la propria impresa sia green, ma perché questa si inserisca in un contesto locale complessivo compatibile, che dipende dall'equilibrio di molteplici fattori, che vanno dall'ecosistema alle infrastrutture, dagli aspetti socio demografici a quelli economici. Il raggiungimento di una pianificazione turistica sostenibile dovrà essere il risultato di un processo concordato tra le varie parti interessate, e sarà specifica per la località considerata.





Allo stesso modo, è necessario un mutamento di approccio che vada oltre la percezione della filiera turistica come tanti settori isolati, bensì contempli, per esempio, anche l'integrazione degli attori locali nella costruzione dell'offerta. Tutto ciò rappresenta un'opportunità, in quanto mette in relazione arte, cibo, cultura, turismo, creatività, benessere, artigianato, etc.; incrementa le sinergie per aggiungere valore; fornisce soluzioni creative a problemi globali e locali; supporta la sostenibilità dell'ambiente, culturale ed economica; mette in relazione le culture. Superate le visioni che vedevano il settore turismo come intersettoriale, ad oggi la visione è di un

---

### SETTORI DI ATTIVITÀ ECONOMICA E PROFESSIONI

---

*"Lo sviluppo del turismo sostenibile  
soddisfa i bisogni dei turisti e delle regioni  
ospitanti e allo stesso tempo protegge e  
migliora le opportunità per il futuro"*

- WTO

fenomeno sempre più complesso, connesso ed in  
costante relazione con gli altri ambiti. È  
fondamentale andare a costruire e sviluppare un'offerta locale di livello, organizzata e sistematizzata sul  
territorio, che veda la cooperazione di tutti gli attori della filiera, in quanto si ritiene che tale settore sia trainante  
e presenti numerosi punti di forza.



## 1.4 L'OCCUPAZIONE NEL SETTORE IN ITALIA

**Tabella 1: Italia, 2014. Occupati per settore di attività economica e professione (valori assoluti in migliaia)**



<b>Agricoltura</b>	<b>812</b>
<b>Industria</b>	<b>5.993</b>
Industria in senso stretto	4.509
Costruzioni	1.484
<b>Servizi</b>	<b>15.474</b>
Commercio	3.227
Alberghi e ristorazione	1.269
Trasporti e magazzinaggio	1.039
Informazione e comunicazione	551
Attività finanziarie e assicurative	612
Servizi alle imprese <sup>16</sup>	2.437
Amministrazione pubblica e difesa	1.280
Istruzione	1.513
Sanità	1.804
Servizi famiglie	769
Altri servizi collettivi e personali	973
<b>Professioni<sup>17</sup></b>	
Qualificate e tecniche	7.642
Impiegati e addetti al commercio e servizi	6.741
Operai e artigiani	5.226
Personale non qualificato	2.433
<b>Totale</b>	<b>22.279</b>

Fonte: Istat, Rilevazione sulle forze di lavoro

L'occupazione nel settore turistico è generalmente caratterizzata da una prevalenza della componente femminile<sup>18</sup> su quella maschile: i dati Istat (2014) dicono infatti che il lavoro femminile rappresenta il 56,3% circa degli occupati totali, di fatto le donne che operano nel settore sono quasi un terzo in più dei maschi (43,7%); questo fenomeno è maggiormente sviluppato nel comparto dell'intermediazione, in cui la componente femminile raggiunge il 77% degli occupati.

Dal report dell'EBNT risulta che il livello d'inquadramento più consistente sia quello operaio, circa il 37% rispetto al totale dei dipendenti; i quadri dirigenziali invece sono minori in funzione del fatto che molti titolari svolgono anche le funzioni direttive.

<sup>16</sup> Comprende le attività immobiliari, le attività professionali scientifiche e tecniche, le attività di noleggio, agenzie di viaggio e attività di supporto alle imprese

<sup>17</sup> Le professioni qualificate e tecniche comprendono i gruppi I, II e III della Classificazione delle professioni 2011; gli impiegati e addetti al commercio e ai servizi i gruppi IV e V; gli operai e gli artigiani i gruppi VI e VII; le professioni non qualificate il gruppo VIII. Al netto delle forze armate.

<sup>18</sup> FIAVET, Rapporto 2010-2011. Il sistema dell'intermediazione turistica in Italia. Il mercato del turismo online: le prospettive delle Agenzie di viaggio, Mercury, Firenze, 2010





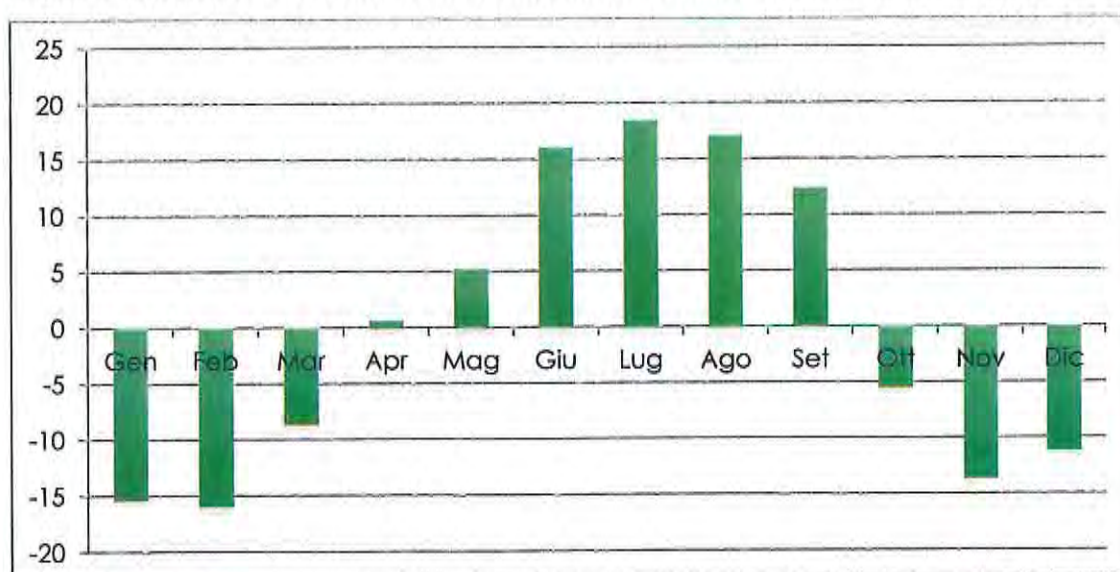
## Dossier Alta Formazione ad Astino

L'apprendistato assume un ruolo importante nei pubblici esercizi e nel comparto dell'intermediazione, dove in media, è presente un apprendista ogni due imprese mentre il comparto dei servizi ricettivi è caratterizzato da una proporzione di un apprendista ogni tre imprese.

La forte stagionalità del settore vacanziero ha imposto la necessità di creare le condizioni per una maggiore flessibilità dell'occupazione: si assiste quindi all'introduzione del lavoro stagionale e del part time. Per ciò che riguarda l'orario di lavoro e quindi il tipo di contratto, il 57,4% è occupato full time, il restante 42,6% part time<sup>19</sup>. Inoltre, il Rapporto Istat 2014 afferma che il contratto part time prevalente è quello orizzontale (38,0%), mentre misto e verticale sono residuali, ma non troppo, tant'è che riguardano solo il 4,6% dei contratti totali (full e part time) e il 10,8% dei contratti part-time. I contratti full time evidenziano una stagionalità più marcata dei part time sicuramente per effetto del loro utilizzo all'interno delle imprese stagionali, sia nel comparto ricettivo che in quello dei pubblici esercizi, in particolare negli stabilimenti balneari. Il lavoro part time, al contrario non è direttamente correlato alla stagionalità dell'attività, ma più agli assetti organizzativi delle imprese.

Dai dati derivanti dal Rapporto Istat 2015, il comparto del turismo rappresenta un buon bacino di sbocco per lavoratori stranieri, che si identificano con quasi un quarto del totale dei lavoratori rilevati dall'Inps.

Grafico 2: Variazioni dei Lavoratori dipendenti supponendo =0 la media mensile annua. Anno 2012



Fonte: Federalberghi-Fipe, Osservatorio sul mercato del lavoro nel turismo, V Rapporto. Giugno 2014

L'analisi a livello regionale, su dati Istat 2014, rivela una abbastanza equilibrata distribuzione di aziende e occupati sul territorio a partire dalle macroripartizioni territoriali.

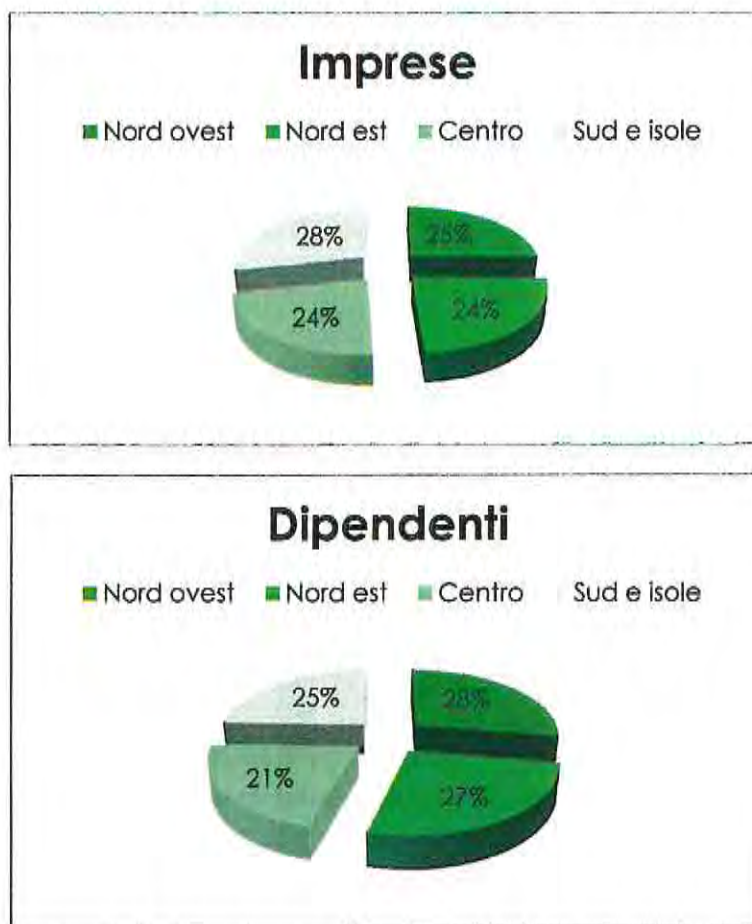
La distribuzione delle aziende fra ripartizioni indica che il maggior numero, pari al 28,4% delle imprese si trova nel Mezzogiorno (Sud e Isole) e il minore, 22,5%, nel Centro Italia. Considerando il numero dei lavoratori

<sup>19</sup> Federalberghi – Istat 2014



dipendenti invece il maggior numero si trova nel Nord ovest (27,8) e nel Nord Est (26,5) mentre il minor numero nel Centro Italia (21,3%) e nel Mezzogiorno (24,5%). Da evidenziare la minore dimensione media delle imprese per lavoratori occupati nel Mezzogiorno (4,9) rispetto a Nord ovest (6,2), Nord Est (6,3) e Centro (5,4).

Grafico 3: Distribuzione di imprese e lavoratori dipendenti del turismo fra le macroaree nazionali. Anno 2012



Fonte: Federalberghi-Fipe, Osservatorio sul mercato del lavoro nel turismo, V Rapporto. Giugno 2014

### 1.5 CARATTERISTICHE DELLE PROFESSIONI DEL SETTORE

La ricettività alberghiera è l'ambito turistico maggiormente consolidato e strutturato dove, con il passare degli anni, si sono delineati in modo più marcato i profili professionali, anche se la prevalenza delle micro imprese che caratterizza il nostro mercato porta poi alla concentrazione di più mansioni in un'unica persona. Come già anticipato, in Italia c'è una prevalenza di microimprese a gestione familiare sia nel ricettivo, alberghiero ed extra alberghiero, sia nelle agenzie di viaggi. Ecco quindi come nella maggior parte dei casi, in Italia le mansioni vadano poi a confluire in un'unica persona, caratterizzando il settore con una forte presenza di imprenditori individuali e soci lavoratori e da un basso numero di dipendenti inquadrati, come dirigenti e quadri o ai più alti



## Dossier Alta Formazione ad Astino

livelli impiegatizi. Accanto alle professioni che caratterizzano da anni il settore, in realtà assistiamo all'affiancamento di nuove figure, come ad esempio quelle operanti nell'area benessere, o di chi si occupa di animazione e di sport, attività sempre più presenti nelle strutture di livello medio-alto anche grazie alla sempre maggiore diffusione della formula villaggio. In crescita appaiono la figura del promotore di eventi e meeting, competenze di yield manager<sup>20</sup> e di sales manager.

Tabella 3: Le figure professionali dell'area accommodation

Alberghiero			
	Responsabile	Qualificato	Addetto
	Titolare di PMI Alberghiera		
Direzione	Direttore d'albergo	Assistente alla Direzione	
Ricevimento	Responsabile dei servizi ricevimento		Addetto alla reception
			Portiere e facchino
Alloggio	Governante		Cameriera ai piani
Reparto Commerciale	Direttore commerciale e vendite	Sales manager	
		Yield manager	
Manutenzione	Responsabile manutenzione impianti	Giardiniere	
Area Benessere	Coordinatore reparto cure/benessere		Addetto alle cure
Animazione, sport	Capo servizio	Istruttore, animatore	
Custodia	Responsabile Sicurezza		
Congressi/ Eventi		Promotore meeting/eventi	
Ristorazione	Food & Beverage manager		
Produzione	Chef	Cuoco	
Banco	Responsabile servizio bar		
Sala	Maitre		
Extra alberghiero			
	Titolare di Bed & Breakfast		
	Imprenditore agriturismo		
	Gestore di campeggio		
	Gestore di prodotto turistico locativo (Vacation home manager)		
	Altro imprenditore ricettività extra alberghiera		

L'area del front office è sicuramente quella più importante per l'azienda: è lì dove si gioca concretamente e quotidianamente la soddisfazione del cliente. Tra chi lavora nel front office troviamo, tra le competenze di base più rilevanti, la conoscenza di almeno una lingua straniera, fondamentale per una corretta comunicazione con il turista proveniente dall'estero. Tanto più il settore presenta caratteri di specializzazione, tanto più le competenze tecniche specialistiche sono differenziate, sebbene risultino proporzionalmente meno importanti rispetto alle competenze trasversali, oggi fondamentali nel turismo. È più facile acquisire conoscenze su un software di prenotazione, piuttosto che colmare lacune sulle modalità di relazione con il cliente: empatia, capacità di problem solving, stile di comunicazione non si riescono a modificare nel breve periodo, mentre sono i

<sup>20</sup> Cen.For.M. (a cura di), Report di ricerca "Indagine sui bisogni occupazionali congruenti alle esigenze del settore del turismo culturale e ambientale", Progetto Equal n. IT-IT-G2-LOM-027, Milano, 2005-2006.





presupposti per trovare lavoro nelle aziende turistiche, dove la competitività si gioca soprattutto su questo piano.

Il settore è stato nel tempo poco attrattivo per i giovani perché:

- Gli orari di lavoro per la maggior parte delle attività legate al turismo sono poco usuali; chi è occupato in hotel e ristoranti dovrà essere sul luogo di lavoro di sabato e di domenica, di giorno e di notte, a Natale e a Capodanno;
- La retribuzione è mediamente poco elevata, gli stipendi medi sono inferiori rispetto a quelli di altri settori;
- Le prospettive di carriera sono limitate: il settore, caratterizzato prevalentemente da micro imprese a gestione familiare, non mostra al giovane possibilità interessanti di sviluppo professionale; soltanto nelle catene alberghiere di dimensioni medio-grandi si inizia a parlare di percorsi di carriera strutturati;
- Nella maggior parte dei casi non sono previsti percorsi di formazione per i neo assunti e per gli occupati; i giovani ricercano posti di lavoro in cui si investa sulle persone attraverso momenti formativi che permettano un arricchimento della professionalità di ognuno;
- I titolari delle aziende del settore sono spesso leader autoritari che hanno sempre gestito le proprie attività in modo intuitivo, senza applicare quelle metodologie manageriali che i più giovani si aspettano;
- Il lavoro alberghiero è percepito come poco prestigioso, conseguenza di tutti i fattori visti in precedenza.

L'elevato turnover, la spiccata presenza di lavoratori stagionali e del sommerso limitano la competitività del sistema: risorse che rimangono in azienda soltanto poche settimane o pochi mesi non riescono ad acquisire la professionalità necessaria a offrire un servizio qualitativamente apprezzabile. Anche se l'azienda strutturasse dei percorsi formativi brevi ma efficaci, che permettano al collaboratore di svolgere la mansione in breve tempo nel miglior modo, quando questo lascerà l'azienda si perderà l'investimento nel *know how* specifico da lui maturato e si renderà questo sapere disponibile all'azienda successiva in cui egli andrà a lavorare. In questo modo si rischia di omogeneizzare il servizio reso dalle diverse imprese, rendendolo facilmente imitabile, e abbattendo i differenziali competitivi<sup>21</sup>. L'azienda deve essere in grado di identificare da una parte il tempo necessario perché l'investimento effettuato dia un ritorno efficace, dall'altra le risorse più capaci perché non lascino la struttura.

È un problema complesso da risolvere, che trova le radici in un fattore strutturale del settore turistico: la stagionalità. È questo il primo problema da affrontare sia a livello di singola azienda, andando a innovare la propria offerta inserendo dei prodotti con ciclicità diversa (per esempio il congressuale per una località balneare), modificando l'approccio gestionale e sviluppando azioni di marketing più efficaci, sia livello di sistema, con scelte politiche che vadano a intervenire sui fattori più generali, come il calendario scolastico<sup>22</sup>.

---

<sup>21</sup> Comacchio A., *Le risorse umane nelle imprese turistiche*, G. Giappichelli Editore, Torino, 1996

<sup>22</sup> Garibaldi R., *Lo sviluppo organizzativo per il futuro dell'impresa turistica*, Franco Angeli, Milano, 2006





## CAPITOLO 2 - ANALISI DELL'OFFERTA FORMATIVA

### 2.1 IL CONTESTO INTERNAZIONALE, EUROPEO E NAZIONALE

L'industria ricettiva e dell'ospitalità, nel complesso, è in costante evoluzione. Tra le tendenze riconosciute, il fatto che in misura sempre maggiore si lavorerà su target specifici e sulla segmentazione (nuovi concetti e canali di vendita, benchmark permanente). Le catene alberghiere, grazie ai grandi sforzi nel settore marketing, diventano sempre più forti sotto questo punto di vista, ma l'hotellerie privata ha dalla sua parte le opportunità di innovazione e la fidelizzazione del cliente, grazie alla familiarità del rapporto intimo che si instaura. I target ben definiti rappresentano dei consumatori sempre più consapevoli, che sanno esattamente cosa chiedere e cosa aspettarsi da un albergatore, diventando a tutti gli effetti dei prosumer. L'ospite, che si sposta per soddisfare la propria persona, sa di preciso cosa aspettarsi da una struttura ricettiva, e è in cerca di autenticità, semplicità, prossimità e rapporto univoco personalizzato. Date queste macro tendenze, e proprio in quest'ottica di costante mutamento, è necessario sviluppare un'offerta formativa che sia in grado da un lato di rispondere alle esigenze di una domanda di cui poco sopra sono state delineate le caratteristiche, ma anche in grado di configurarsi con una proposta innovativa, personalizzata, differenziata e creativa.

In questo senso, il settore della formazione ha subito un'evoluzione negli ultimi anni, poiché è cresciuta l'importanza degli aspetti manageriali nei vari ambiti del settore ospitalità, dall'hotellerie al food&beverage. Ciò che viene richiesto oggi dagli operatori non è più solo la competenza operativa, legata alla funzione specifica da svolgere, ma anche la capacità di avere una visione d'insieme per poter gestire l'attività nel suo complesso e interagire con altri reparti e con altre funzioni. Un approccio di questo tipo consente di "lavorare in squadra" e progettare e realizzare anche forme innovative di ospitalità, che si adattino in modo efficiente ai cambiamenti del settore. Il management dell'azienda, finalizzato alla soddisfazione delle esigenze del cliente, è solo una parte del complesso, in quanto al fine di assicurare la sopravvivenza e il continuo sviluppo aziendale è necessario l'impegno di tutto il team di lavoro, non solo quello dei dirigenti e/o dei proprietari. Solo la condivisione degli obiettivi da parte dell'intero gruppo di lavoro può rendere l'azienda dinamica, innovativa e orientata al cliente, proprio in virtù di un vero e proprio team working. Ma ciò non è abbastanza se alla base non viene strutturata una vera e propria leadership, in grado di riconoscere le fasi di passaggio che il gruppo di lavoro sta attraversando, una leadership adeguata per il raggiungimento del successo di un team. La gestione delle risorse umane è quindi un aspetto manageriale fondamentale che sta assumendo sempre maggiore importanza nel comparto, in quanto sono la leva fondamentale per la soddisfazione del cliente e quindi per la competitività dell'impresa.

Il prodotto vissuto ed esperito dal turista, però, non è costituito solamente da questi fattori interni all'azienda, che quindi devono essere trasmessi all'operatore attraverso una adeguata formazione, bensì esistono dei fattori esterni non attribuibili all'azienda stessa, ma derivanti dall'ambiente socio-economico in cui l'azienda è inserita. I servizi non strettamente connessi all'azienda rappresentano comunque un elemento di soddisfazione per il turista, in quanto il prodotto è percepito dal visitatore nel suo complesso, includendo anche quei fattori





d'attrattiva non direttamente controllabili dall'impresa stessa. L'*overlapping*<sup>23</sup> tra il prodotto offerto dall'azienda turistica e il prodotto globale richiesto e percepito dal turista creano un'area di competenze e conoscenze, necessarie al manager, che vanno oltre ciò che è stato definito poco sopra. L'azienda turistica deve essere in grado di controllare in qualche modo anche fattori esterni a sé, integrandosi con il territorio circostante, proponendolo, offrendolo come parte della propria struttura, assumendo dunque una prospettiva sistemica e olistica. In questo senso, una formazione complessiva del manager del settore hotellerie deve includere anche aspetti che riguardano conoscenze relative all'ambiente, stimolando la creatività degli operatori verso nuove forme di collaborazione, aggregazione e integrazione al fine di offrire un prodotto che sia il più completo e soddisfacente possibile.

Sia a livello nazionale che internazionale, la formazione nei settori di hotellerie e food & beverage è molto variegata, viene realizzata a molteplici livelli di competenze e approfondimento e da parte di strutture diverse, tra cui scuole con corsi professionali o per hobbysti, scuole specializzate e Università.

A livello internazionale, la statunitense Cornell University – School of hotel administration costituisce l'esempio più prestigioso di offerta formativa, che comprende sia corsi di laurea, paragonabili alle nostre triennali, sia lauree di tipo magistrale, un MBA e un corso di dottorato (PhD), oltre a Executives Education Programs, che includono corsi di tipo professionale, strutturati per chi lavora e necessita di aggiornamenti e approfondimenti. L'impostazione fornita da questi corsi è di ampio respiro, poiché sono presenti insegnamenti di tipo gestionale, sia in ambito economico - finanziario che di pianificazione e conduzione di risorse umane.

A livello europeo, possiamo citare le scuole svizzere, quali l'Ecole Hoteliere de Lausanne, il Glion Institute of Higher Education, la Swiss Hotel Management School, e Les Roches International School of Hotel Management. In Francia ci riferiamo all'Insitute Paul Bocuse hospitality and culinary arts management, al CMH Paris - International Hospitality Management Center, alla AIM Paris - Académie Internationale de Management in Hotel & Tourism Management, a La Rochelle Business School of Tourism, alla ESH Paris Hotelschool.

Per il territorio italiano, possiamo nominare Alma – la scuola internazionale di cucina italiana, l'Accademia Barilla, i corsi della Business School de Il Sole 24 Ore. Anche nella città di Bergamo sono diversificati i corsi sul tema del food, ad esempio l'Accademia del Gusto, da parte dell'associazione di categoria Ascom – Confcommercio, o i corsi dell'ente provinciale Azienda Bergamasca Formazione.

La Lombardia offre esperienze importanti con le Università Bocconi, tramite la sua SDA (School of Management), e IULM, entrambe di Milano. I rispettivi corsi sono: nel primo caso, "Master of Management in food & beverage"; nel secondo un "Master in food & wine communication", e un "Master in food design". Sono corsi focalizzati su aspetti specifici che vengono trattati con profondità. In tutti i casi sono previsti confronti diretti con imprese di settore, tramite visite, lezioni, progetti dedicati. Altri corsi che possiamo citare attivi in Lombardia sono il "Master in Food Management" presso la LIUC Università Carlo Cattaneo di Varese, i "Master in Management Agroalimentare" e "Master in Food Management and Green Marketing", entrambi dell'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano. A livello universitario, ma nella forma di corsi executive, perciò corsi brevi dedicati a professionisti e non a laureati, sono presenti i corsi di "General management per il comparto alberghiero", realizzati dalla SDA – Bocconi, nella forma di 12 giornate di lezioni suddivise in due mesi.

Citiamo, per completezza, anche il "Master in Economia del turismo" della SDA Bocconi, che si concentra sugli aspetti economici di gestione dei sistemi turistici e che prevede un modulo integrativo in "Ristorazione ed

---

<sup>23</sup> Casarin F., 1994, *Il concetto di prodotto turistico: la prospettiva overlapping e il ruolo dell'immagine turistica*, Turistica





enogastronomia per la valorizzazione del territorio attraverso i suoi prodotti" a cura di ALMA<sup>24</sup>, e nella fase di stage l'inserimento in strutture di ristorazione e ospitalità; e il "Master in Tourism Management", dello IULM, con una specializzazione in Food and Wine Management. Tali Master, seppur di interesse per il settore turismo, non verranno approfonditi, in quanto non dedicati nello specifico all'hotellerie.

Fuori regione, il "Master in Agribusiness and Food management" dell'Università di Parma, e gli interessanti corsi della Bologna Business School (BBS) dell'Università di Bologna: un "MBA in food & wine" e un "Master in management / food & wine". L'Università LUISS di Roma offre due corsi executive, dalla durata molto inferiore a quella di un master: il corso "Executive hotel management", di 112 ore, e il "Food & beverage management", di 84 ore. La IHMA - INTERNATIONAL HOSPITALITY MANAGEMENT ACADEMY- di Roma offre numerosi master tra cui il "Master in International Hotel & Tourism Management", il "Master in International Food & Beverages Management", il "Master in International Hotel Front-Office Management", il "Master in Direzione delle Strutture Alberghiere e delle Attività Turistiche", il "Master in Hospitality Web Marketing and Social Media Management", il "Master in Hotel Revenue Management and Profit Generation". A Firenze, presso la Scuola Italiana Turismo di Firenze, c'è il corso "Diventare Hotel Manager"; la UET - Scuola Universitaria Europa per il Turismo - offre un Master breve in Food & beverage Management, un Master in Direzione delle Strutture Alberghiere e Ricettive e uno in Management delle Destinazioni Turistiche, entrambi nella sede di Roma.

Dall'analisi dei corsi presentati poco sopra, pare evidente che l'offerta formativa post diploma sia ben strutturata sia in Italia che all'estero, anche se emergono alcune carenze per quanto riguarda l'Italia, che riguardano soprattutto l'acquisizione di competenze pratico- esperienziali. In Italia sono presenti due istituzioni che offrono l'abbinamento all'attività didattica tradizionale, con la gestione di una vera e propria struttura ricettiva: l'Università degli studi di Scienze Gastronomiche di Pollenzo, con un hotel a 4 stelle e un ristorante all'interno della stessa struttura, e il "Master in Five Stars Hotel Management", organizzato dall'Università LUISS di Roma con il Forte Village Resort in Sardegna, presso cui avviene parte del corso. Nel primo caso l'offerta formativa dell'Università è limitata al settore enogastronomico- della ristorazione e non direttamente connessa con l'accoglienza; nel secondo caso il corso è focalizzato sull'hotel management e le lezioni non avvengono all'Università ma presso una struttura formativa in Sardegna vicina allo stesso Resort, dove avvengono anche alcune attività di formazione complementari.

Al fine di sviluppare e poter proporre un'offerta formativa adeguata, si ritiene importante andare ad analizzare, prima di tutto, l'attuale offerta di corsi che vengono svolti in ambito universitario, che rappresentano il livello più elevato e formalmente riconosciuto a livello internazionale, senza però tralasciare le opportunità presenti al di fuori dell'ambito accademico, il quale rappresenta un settore qualitativamente di rilievo. In allegato al rapporto, si ricorda che sono presenti schede di dettaglio relative alle attività proposte.

## 2.2 LAUREE IN AMBITO TURISTICO

Il Ministero italiano dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca (MIUR), che disciplina i titoli di laurea e gli insegnamenti, nel settore del turismo prevede una laurea magistrale, la LM 49 "Progettazione e gestione dei sistemi turistici", e una laurea triennale, la L 15 "Scienze del turismo". Nel 2012 il MIUR<sup>25</sup> conta 22 corsi di laurea

---

<sup>24</sup> Nell'a.a. 2008/2009 era presente anche il modulo integrativo specifico in "Ristorazione ed enogastronomia per la valorizzazione del territorio attraverso i suoi prodotti", a cura di ALMA (La Scuola Internazionale di Cucina Italiana). Dal 2002 il master è certificato secondo il sistema TedQual, sviluppato dal UNWTO (World Tourism Organisation)- Themis Foundation

<sup>25</sup> [http://offf.miur.it/pubblico.php/ricerca/show\\_form/p/miur](http://offf.miur.it/pubblico.php/ricerca/show_form/p/miur)





L15; 16 università propongono la LM49. Nell'a.a. 2015-2016<sup>26</sup> i corsi attivi aumentano e passano a nr. 24 per L15 e nr. 17 per LM29.

Oltre alla LM 49 e L15 poco sopra citate, ci sono altri corsi di laurea che si occupano di turismo, in relazione ai suoi numerosi punti di vista e sfaccettature tematiche. In particolare:

- Lauree magistrali: Scienze dell'economia (LM 56), Scienze economiche per l'ambiente e la cultura (LM 76), Scienze economico aziendali (LM 77), Scienze geografiche (LM 80), LM 19 (Informazione e sistemi editoriali) e LM 38 (Lingue moderne per la comunicazione e la cooperazione internazionale)
- Lauree triennali: Scienze dell'amministrazione e dell'organizzazione (L 16), Scienze dell'economia e della gestione aziendale (L 18), Scienze e tecnologie agro-alimentari (L 26), L 1 (Beni culturali), L 11 (Lingue e culture moderne), L 12 (Mediazione linguistica)

Per quanto riguarda i titoli di laurea individuati<sup>27</sup> nel settore turismo, ospitalità, food & beverage, l'offerta formativa italiana presenta lauree prevalentemente nel settore turistico o specializzate nell'industria di produzione agro-alimentare<sup>28</sup>.

Per quanto riguarda l'estero, l'offerta formativa è stata analizzata attraverso lo studio di 22 corsi universitari nel settore hotel management e 8 nel settore enogastronomico, includendo il "Bachelor degree", dalla durata di 3 o 4 anni, gli "FdA", dalla durata biennale, e il "final year", un anno aggiuntivo che consente di ottenere il BSc Honours<sup>29</sup>. Si è ritenuto opportuno, inoltre, entrare nel dettaglio di alcune di queste, attraverso singole schede ad hoc.

<sup>26</sup> <http://www.university.it/index.php/cercacorsi/universita>

<sup>27</sup> La ricerca, svolta nei mesi di settembre e ottobre 2015, è a campione, non pretende di essere esaustiva ma vuole offrire un campione di analisi rappresentativo dei corsi in essere nel settore.

<sup>28</sup> A titolo esemplificativo, elenchiamo: Laurea in scienze e cultura della gastronomia e della ristorazione, dell'Università degli studi di Padova; Laurea in scienze gastronomiche, dell'Università degli studi di Parma; Laurea in Beni enogastronomici, dell'Università degli studi di Bari Aldo Moro; Laurea in scienze e tecnologie agroalimentari, dell'Università degli studi di Torino; Laurea in viticoltura ed enologia, dell'Università degli studi di Teramo; Laurea in viticoltura ed enologia, dell'Università degli studi di Milano; Laurea in viticoltura ed enologia, dell'Università degli studi di Torino; Laurea in viticoltura ed enologia, dell'Università degli studi di Bologna; Laurea in scienze gastronomiche, dell'Università degli studi di Foggia.

<sup>29</sup> I corsi presi in considerazione nel settore hotel management sono i seguenti: Corsi Undergraduate della School Hotel Administration della Cornell University (previste 3 specializzazioni: Finance, Accounting, & Real Estate - FARE, Hospitality Leadership Concentration - HOLD, Services Marketing and Operations Management - SMOM); Degree in Hotel management della Università Autònoma de Barcelona; Bachelor degree in Tourism with specialization in Hotel Management del CETT; Undergraduate degree in Hospitality Business Management, della Manchester Metropolitan University; Events, Hospitality and Tourism degrees with a foundation year, della Manchester Metropolitan University; BSc (Honours) Hospitality Business Management, della Sheffield Hallam University; Final year in BSc (Honours) Hospitality Business Management (top up), della Sheffield Hallam University; Final year in BSc (Honours) Hospitality Business Management with Conference and Events (top up), della Sheffield Hallam University; BSc (Honours) International Hotel Management, della Sheffield Hallam University; Final year in BSc (Honours) International Hotel Management (top up), della Sheffield Hallam University; BSc (Honours) Tourism and Hospitality Business Management (dal 2016 diventa International Tourism and Hospitality Business Management) della Sheffield Hallam University; BSc (Honours) Tourism Management (top up) della Sheffield Hallam University; BA (Hons) Corporate Hospitality Management (da settembre 2016), dell'University of Derby; BA (Hons) Hotel Management (Two Year) dell'University of Derby; International Hospitality Business Management (top up) BA (Hons) online, dell'University of Derby; BA (Hons) International Hospitality Management (with work placement), dell'University of Derby; BA (Hons) International Hospitality Management, dell'University of Derby; FdA International Hospitality Management, dell'University of Derby; International Hospitality Management - (da settembre 2016) - BSc (Hons) - single, dell'Oxford School of Hospitality Management; Third and Final Year Entry, dell'Oxford School of Hospitality Management; BSc (Hons) International Hospitality and Tourism Management, dell'University of Surrey - School of hospitality and tourism management; Bachelor Programme, dell'Hotelschool The Hague.

I corsi analizzati del settore food & beverage sono i seguenti: Bachelor degree in Culinary and gastronomic sciences degree, della CETT; BSc (Honours) Hospitality Business Management with Culinary Arts, della Sheffield Hallam University; Final year in BSc





## Dossier Alta Formazione ad Astino

Di seguito, le strutture universitarie prese in considerazione:

- o School Hotel Administration, Cornell University (USA)
- o Universitat Autònoma de Barcelona, Campus de Turisme, Hoteleria i Gastronomia (CETT) - Universitat de Barcelona, Basque Culinary Center (Spagna)
- o Manchester Metropolitan University (Regno Unito)
- o Sheffield Hallam University (Regno Unito)
- o University of Derby (Regno Unito)
- o Oxford School of Hospitality Management, Oxford Brookes University (Regno Unito)
- o School of hospitality and tourism management, University of Surrey (Regno Unito)
- o Hotelschool The Hague (Olanda)

Ai fini dell'analisi, si sottolineano in particolare i seguenti aspetti:

- o Alcuni corsi inseriscono la formazione relativa all'hotel management nell'ambito della formazione turistica più generale. Questi corsi sono i seguenti: il "Bachelor degree in Tourism with specialization in Hotel Management" della CETT, i "Events, Hospitality and Tourism degrees" con il Foundation Year dell'Università di Manchester, il "BSc (Honours) Tourism and Hospitality Business Management" e il "BSc (Honours) Tourism Management (top up)" dell'Università di Sheffield, il "International Hospitality Management" dell'Università di Oxford, e il "BSc (Hons) International Hospitality and Tourism Management" dell'Università di Surrey.
- o Il corso "BSc (Honours) Hospitality Business Management" dell'Università di Sheffield è incentrato sui temi di business e management e include anche tematiche di food & beverage, oltre a quelle di gestione alberghiera<sup>30</sup>.
- o Le lauree in enogastronomia sono improntate all'aspetto manageriale, ma, tra queste, si distingue la "BA (Hons) Culinary Arts (Top up)" dell'Università di Derby, che include anche tematiche di antropologia e filosofia del cibo<sup>31</sup>.

**Di seguito, il dettaglio di alcuni corsi in Hotel Management:**

---

### DEGREE IN HOTEL MANAGEMENT

---

(Honours) Hospitality Business Management with Culinary Arts (top up), della Sheffield Hallam University; BA (Hons) Culinary Arts (Top up), dell'University of Derby; FdA Professional Culinary Arts, dell'University of Derby; BA (Hons) Professional Culinary Management (with work placement), dell'University of Derby; BA (Hons) Professional Culinary Management, dell'University of Derby; BA (Hons) Professional Culinary Management (Two Year), dell'University of Derby.

<sup>30</sup> Nel dettaglio, gli Insegnamenti di questo corso sono:

1° anno: *introduction to finance, introduction to marketing, contemporary business environment, the human side of organisations, professional and academic development, understanding food and beverage operations, understanding hospitality resources, corporate hospitality, appreciating food and wine.*

2° anno: *operations and project management, management accounting, contemporary thinking in marketing, human resource management, research for industry, food and beverage operations management, managing hospitality resources; a scelta 2 corsi tra: European culinary arts and wines or small hospitality and tourism business management, hospitality events management or products and supply (food).*

3° anno opzionale *work placement.*

4° anno: *strategic management, hospitality service and facilities management, hospitality management applications, project management and professional development (four year route only); a scelta 2 corsi tra: entrepreneurship and innovation and the hospitality industry or international hotel management, food supply chain management or international hospitality and tourism marketing planning.*

<sup>31</sup> Nel dettaglio, gli Insegnamenti di questo corso sono: *Independent study, Contemporary issue, Food philosophy, Anthropology of food, Strategic management.*





## Dossier Alta Formazione ad Astino

- Università: UNIVERSITAT AUTONOMA DE BARCELONA (Spagna)
- Collaborazioni con enti esterni: non indicato
- Durata: 4 anni
- Costo: non indicato
- Insegnamenti:
  - o Insegnamenti base: Economia dell'impresa, Contabilità generale, Gestione risorse umane nell'industria alberghiera, Capacità informatica e di studio, Economia, Statistica applicata, Diritto, Alimentazione igiene e sicurezza alimentare, Prima lingua straniera I e II, Seconda lingua straniera I.
  - o Insegnamenti obbligatori: Fondamenti del settore turistico e alberghiero, Marketing, Direzione strategica e commerciale degli hotel, Gestione finanziaria dell'impresa alberghiera, Sistema di informazione e gestione nel settore alberghiero, Direzione e gestione della ristorazione I, Direzione e gestione della cucina I, Direzione e gestione degli alloggi I, Direzione e gestione della ristorazione II, Direzione e gestione della cucina II, Direzione e gestione degli alloggi II, Strategie di comunicazione e direttive per la gestione alberghiera, Geografia turistica ed economica, Prima lingua straniera III, Seconda lingua straniera II e III, Pratica, Tesi di Laurea.
  - o Insegnamenti opzionali: Prima lingua straniera IV, Terza lingua straniera I e II, Temi di direzione alberghiera, Marketing di hotel e ristoranti, Gestione delle vendite e revenue management, Pubblicità e relazioni pubbliche, Gestione degli acquisti approvvigionamenti e stock, Analisi di strutture hardware e mantenimento, Direzione internazionale di gruppi alberghieri, Direzione del personale e rapporti di lavoro, Commercializzazione elettronica nel settore alberghiero, Metodi e tecniche di ricerca, Gestione corporativa, Creazione di imprese e innovazione, Ristorazione moderna, Gastronomia ed enologia, Collettività e catering, Direzione di imprese di ristorazione, Diritto dell'impresa alberghiera, Gestione e organizzazione di congressi ed eventi, Gestione di imprese di tempo libero, Parchi tematici su tempo libero e animazione, Gestione della qualità dell'ambiente, Sicurezza e prevenzione negli hotel, Organizzazione alberghiera e attenzione al cliente, Architettura e disegno di istituzioni alberghiere, Temi legati al turismo, Pratiche nazionali e internazionali, Pratiche di ristorazione.

---

### BSC (HONOURS) HOSPITALITY BUSINESS MANAGEMENT

- Università: SHEFFIELD HALLAM UNIVERSITY (Regno Unito)
- Collaborazioni con enti esterni: accreditato da Institute of Hospitality e da EPAS
- Durata: 4 anni full time con incluso 1 anno di esperienza lavorativa o 3 anni full time senza esperienza lavorativa
- Costo: Per studenti europei £ 9.000 (a.a 2015/2016). Per studenti internazionali £11.900 per a.a. 2015/2016 e £ 12.500 per a.a. 2016/2017. Non ci sono tasse per l'anno di esperienza lavorativa.
- Insegnamenti:
  - o Ogni anno si può scegliere un corso per imparare 1 lingua straniera tra spagnolo, tedesco, francese, portoghese e cinese.
  - o 1° anno, insegnamenti obbligatori: introduction to finance, introduction to marketing, contemporary business environment, the human side of organisations, professional and academic development, understanding food and beverage operations, understanding hospitality resources; oltre a un insegnamento a scelta tra: corporate hospitality, appreciating food and wine, foreign language.
  - o 2° anno, insegnamenti obbligatori: operations and project management, management accounting, contemporary thinking in marketing, human resource management, research for industry, food and beverage operations management, managing hospitality resources; oltre a un insegnamento a scelta tra: European culinary arts and wines, hospitality events management, products and supply (food), foreign language.
  - o 3° anno: work placement.





## Dossier Alta Formazione ad Astino

- 4° anno insegnamenti obbligatori: strategic management, hospitality service and facilities management, international hotel management, international culinary arts and wines, project, career management and professional development (four year route only).
- 1 insegnamento a scelta tra: international hospitality and tourism marketing planning, foreign language.

---

### BSC (HON) INTERNATIONAL HOSPITALITY MANAGEMENT

- Università: OXFORD SCHOOL OF HOSPITALITY MANAGEMENT – OXFORD BROOKES UNIVERSITY (Regno Unito)
- Collaborazione con enti esterni: università partner in vari paesi (Australia, Canada, Danimarca, Francia, Hong Kong, Thailandia, USA)
- Durata: 4 anni full time incluso 1 anno lavorativo obbligatorio
- Costo: Studenti europei al campus: full time £ 9.000, part time £ 750 a modulo; studenti internazionali al campus: full time £ 12.850, part time £ 1.605 per modulo; anno lavorativo: per studenti europei £ 1.350, per studenti internazionali £ 3.770
- Insegnamenti:
  - Moduli obbligatori: human resources, finance, marketing and operations.
  - Area specialistiche e moduli di lingue straniere opzionali.
  - 1° anno: Context of International Tourism, Management in International Hospitality and Tourism, Hospitality Operations (2 module credits), Operational Finance for Hospitality and Tourism, Personal and Professional Development, Choose 2 modules from List A.
  - 2° anno: anno lavorativo obbligatorio
  - 3° anno: Evaluating Professional Practice, People Management in Hospitality and Tourism, Methods of Enquiry for Hospitality and Tourism, Revenue Management and Pricing, Financial Management in Hospitality and Tourism, International Marketing of Hospitality & Tourism Services, Choose 2 modules from List B.
  - 4° anno: Hospitality Events Management (2 honours module credits), Choose 2 honours modules from List C, Leadership and Professional Development (2 honours module credits), Choose 2 modules from Lists B or C.
  - Lista A: Essential Information Skills, Foundations of Marketing, Global Business Communications, Planning a Successful Event, o scelta tra i corsi del primo anno di tutta l'università, incluse le lingue.
  - Lista B: Creativity and Innovation, Customer Relationship Management, eMarketing for Service Businesses, Environmentally Sustainable Business, Ethics in Business, Festival and Cultural Events Management, Food, Drink and Culture, Managing Knowledge for Competitive Advantage, Tourism Impact Analysis, Tourist Behaviour, Plus language options.
  - Lista C: Entrepreneurship and Creativity in Hospitality and Tourism, Financial Decision Making for Hospitality and Tourism, Independent Study, Intercultural Management for Hospitality and Tourism, International Business Strategies in Hospitality and Tourism, Research Project (2 moduli honours).

### Di seguito, alcune schede esplicative relative all'Enogastronomia

---

#### BACHELOR DEGREE IN CULINARY AND GASTRONOMIC SCIENCES DEGREE

- Università: CAMPUS DE TURISME, HOTELEIRA I GASTRONOMINA, UNVIERSITAT DE BARCELONA (Spagna)
- Collaborazioni con enti esterni: Corso interuniversitario, realizzato insieme alla Fondazione Alicia e nato dalla collaborazione tra l'Università di Barcellona e il Politecnico di Catalonia
- Durata: 4 anni
- Costo: non disponibile
- Curricula:





## Dossier Alta Formazione ad Astino

1. High Cuisine Management and Gastronomic Innovation;
2. Culinary Management and Innovation in the Food and Institutional Foodservice Industries.

- Insegnamenti: valgono per entrambi i curricula e al 3° anno ci sono corsi specifici per i 2 indirizzi.

- 1° anno: Culture, Communication and Society (Anthropology and Psychology of Food and Gastronomy, History of Cooking and Gastronomy, Tourism, Gastronomy and Communication), Business Management (Economic and Financial Management Fundamentals, Applied Economy and Sustainability), Science and Technology (Physiology and Biochemistry of Nutrition, Principles of Nutrition and Dietetics, Food Chemistry, Physic and Physic-chemical bases of food and culinary processes), Cooking and gastronomy (Systems and Production processes in cooking, Culinary techniques and productions)
- 2° anno: Culture, Communication and Society (Art and cuisine, Mediterranean cuisine and World's cuisine), Business Management (Legal business and environmental framework, Management and Development of individuals and teams), Science and Technology (Food safety and Legislation), Cooking and gastronomy ( Sweet Cooking: Techniques and Formulas, Animal origin products: Processed and non-processed, Vegetable origin products: Processed and non-processed, Genetic structure of culinary products, World's agro systems, Introductory training), Technical English for careers.
- Insegnamenti 3° anno: Business Management (Marketing and commercialization), Science and Technology (Food and health, Science and cooking), Cooking and gastronomy (Food production and beverage tasting, Traditional cuisine: from local to global, Planning and design of culinary spaces, Certified production and quality labels, Fishing and gastronomy).
- Nel 3° anno suddivisione nei 2 indirizzi con i seguenti insegnamenti: 1) Culinary production in commercial catering, Catering service processes, Management of culinary knowledge: the Bullipedia model, Production circuit optimization, Introductory training in High cuisine and gastronomic innovation; 2) Culinary productions in foodservice and food industries, Logistics and supply chain, Management of culinary knowledge: the Bullipedia model, Culinary organization and Operations management, Introductory training in Culinary management and Innovation in foodservice and food industries.
- Insegnamenti 4° anno: Business Management (Strategy and business entrepreneurship), Science and Technology (Culinary and gastronomic research, Product development and innovation), Advanced technological innovation (solo per l'indirizzo 2), Cooking and gastronomy (Creative process and contemporary culinary technology, Sensory analysis), 3 insegnamenti solo per l'indirizzo 1 (Culinary innovation in avant-garde technology, Culinary production management: planning and implementation, Further training in High cuisine and gastronomic innovation), 2 insegnamenti solo per l'indirizzo 2 (High volume culinary productions, Further training in Culinary management and Innovation in foodservice and food industries).

---

### BA (HONS) PROFESSIONAL CULINARY MANAGEMENT (WITH WORK PLACEMENT)

- University: UNIVERSITY OF DERBY (Regno Unito)
- Collaborazioni con enti esterni: non indicato
- Durata: 4 anni full time, inclusi 8-12 mesi di esperienza lavorativa pagata
- Costo: per studenti europei £ 9.000, per studenti internazionali £ 11.190 all'anno
- Insegnamenti:
  - 1° anno: Rooms division operations, Delivering the customer experience, Hospitality concepts, Academic study skills, Human resource management in service industries, Finance in the service industries.
  - 2° anno: International hotel management, Event catering management, Research skills, Marketing in the service industries, Hospitality facilities management, Business development and entrepreneurship.





## Dossier Alta Formazione ad Astino

- 3° anno: Contemporary issues, Independent study, Managing cultural issues in hospitality, Strategic management. Inoltre, 1 insegnamento a scelta tra: International resort management, Managing the customer experience.

### BSC (HONOURS) HOSPITALITY BUSINESS MANAGEMENT WITH CULINARY ARTS

- Università: Sheffield Hallam University (Regno Unito)
- Collaborazione con enti esterni: accreditato da Institute of Hospitality
- Durata: 4 anni full time con 1 anno di esperienza lavorativa o 3 anni full time senza esperienza lavorativa
- Costo: per studenti europei £ 9.000 a.a. 2015/2016, per studenti internazionali £11.900 per a.a. 2015/2016 e £ 12.500 per a.a. 2016/2017
- Insegnamenti:
  - Insegnamenti obbligatori 1° anno: introduction to finance, introduction to marketing, contemporary business environment, the human side of organizations, professional and academic development, understanding food and beverage operations, understanding hospitality resources, corporate hospitality, appreciating food and wine.
  - Insegnamenti obbligatori 2° anno: operations and project management, management accounting, contemporary thinking in marketing, human resource management, research for industry, food and beverage operations management, managing hospitality resources, European culinary arts and wines.
  - 1 insegnamento a scelta tra: ospitality events management e products and supply (food).
  - 3° anno work placement.
  - Insegnamenti 4° anno: strategic management, hospitality service and facilities management, food supply chain management, entrepreneurship and innovation in the hospitality industry, international culinary arts and wines, project, career management and professional development (four year route only).

### Corsi in ambito turismo non universitari

Sono stati analizzati anche i corsi offerti da sei strutture di tipo non universitario ma di cui è riconosciuta l'importanza per i settori ospitalità e food & beverage. Gli istituti sono i seguenti:

- Institut Paul Bocuse (Francia)
- Les Roches, Glion Institute of higher education, Swiss Hotel Management School e Ecole Hoteliere Lausanne (Svizzera)
- Basque Culinary Center (Spagna)

La Swiss Hotel Management School e l'Ecole Hoteliere Lausanne offrono corsi validi a livello europeo e statunitense e con titoli equiparabili a Master universitari; le strutture Glion Institute e Les Roches svolgono corsi riconosciuti solo dalla New England Association of Schools and Colleges (NEASC), quindi è escluso, ad esempio, il sistema Bologna; per l'Institut Paul Bocuse, non esiste una prassi, bensì si definiscono accordi con singole università per il riconoscimento del titolo universitario (nello specifico, il Bachelor's Degree (Hons) in International Hotel and Foodservice Management prevede un accordo con l'Università di Lione).

Ai fini dell'analisi, sottolineiamo in particolare i seguenti aspetti:

- I corsi realizzati dall'istituto svizzero Les Roches offrono la possibilità di svolgere parte del programma all'estero: in Cina e in Spagna, per il "BBA in Global hospitality management", oppure in Cina, Spagna, Giordania e USA nel corso "Bachelor Degree in International Hotel Management".
- La laurea del Basque Culinary Center "Degree in gastronomy and culinary art", che mostra un'impostazione diversa dagli altri corsi in enogastronomia, più improntati al management, perché





## Dossier Alta Formazione ad Astino

focalizzata su aspetti operativi, prevedendo comunque insegnamenti di economia, marketing, legislazione<sup>32</sup>.

**Di seguito, il dettaglio di alcuni corsi nei settori hotel management ed enogastronomia offerti dalle strutture sopra descritte:**

### BACHELOR DEGREE IN INTERNATIONAL HOTEL MANAGEMENT

- Struttura: LES ROCHES (Svizzera)
- Collaborazioni con enti esterni: accordi con strutture alberghiere in Cina, Spagna, Giordania, USA
- Durata: 3, 5 anni
- Costo: CHF 34.600 1° semestre; CHF 36.350 2° semestre; CHF 35.850 4° semestre; CHF 32.450 6° e 7° semestre
- Insegnamenti:
  - o Service Room division (1° sem.), Kitchen e Room Division (2° sem.), Administration (4° sem.), Management (6° e 7° sem.).
  - o Previste 7 specializzazioni tra cui scegliere nei semestri 6° e 7°: Entrepreneurship, Finance, Marketing, Innovation and sustainability, Culinary Business, Event Management, SPA and Health Management.

### BACHELOR OF SCIENCE IN INTERNATIONAL HOSPITALITY MANAGEMENT

- Struttura: ECOLE HOTELIERE LAUSANNE (Svizzera)
- Collaborazioni con enti esterni: non indicato
- Durata: 4 anni
- Costo: per gli stranieri il costo totale dei 4 anni (incluso alloggio) è di circa CHF 152.000; per gli studenti di nazionalità svizzera il costo dei 4 anni è di circa CHF 71.000
- Insegnamenti:
  - o Anno di preparazione: corsi di tipo operativo con esperienze dirette di collaborazione nei vari settori (hotel, catering, cucina, enologia);
  - o 1° anno: corsi in accounting, economics, marketing, human behaviour, legal risk, operational management, lingue straniere;
  - o 2° anno: stessi insegnamenti del 1° anno ma ad un livello avanzato;
  - o 3° anno: strategic management, case studies, corsi opzionali a scelta nelle materie di maggiore interesse

### BACHELOR DEGREE IN CULINARY ARTS AND RESTAURANT MANAGEMENT

- Struttura: INSTITUT PAUL BOCUSE (Francia)
- Collaborazioni con enti esterni: non indicato
- Durata: 3 anni

<sup>32</sup> Gli insegnamenti coprono i seguenti settori: Culinary Production and Development Systems, Business Management, People and Customer Management, Gastronomic Culture, Service and Customer Relations Systems, Scientific Basics Applied to Gastronomy. 3 aree tematiche tra cui scegliere al 3° anno: Culinary Avant-Garde; Innovation, Business and Entrepreneurship; Food Industry. Nel 4° anno si seguono solo lezioni della specializzazione scelta.





- Costo: 1° anno € 14.200, 2° e 3° anno € 11.300 ciascuno
- Insegnamenti:
  - o 5 semestri con insegnamenti nelle seguenti aree: E-communications and digital technologies, Sustainable development, Design, Health and wellbeing, Science and technology.
  - o Ultimo anno, specializzazione in una delle seguenti aree: Entrepreneurship and small business management, Foodservice management for large multi-national enterprises, Baking and pastry.

---

### DEGREE IN GASTRONOMY AND CULINARY ARTS

- Struttura: BASQUE CULINARY CENTER (Spagna)
- Collaborazioni con enti esterni: Mondragon Unibertsitatea che certifica il corso
- Durata: 4 anni full time
- Costo: annuale per a.a. 2016/2017, € 8.810
- Insegnamenti:
  - o Moduli: Culinary Production and Development Systems, Business Management, People and Customer Management, Gastronomic Culture, Service and Customer Relations Systems, Scientific Basics Applied to Gastronomy.
  - o Al 3° anno, 3 aree tematiche tra cui scegliere: Culinary Avant-Garde; Innovation, Business and Entrepreneurship; Food Industry.
  - o Nel 4° anno si seguono solo lezioni della specializzazione scelta.

## 2.3 I MASTER

L'analisi svolta sull'offerta di master<sup>33</sup> nei settori hotel management e food & beverage si è focalizzata sul mercato europeo e italiano ma ha incluso anche l'esperienza della statunitense Cornell University, per la rilevanza dei suoi corsi e il prestigio di cui gode a livello internazionale. Come nel caso dei corsi di laurea, sono state analizzate, a livello estero, oltre alle università, anche alcune scuole e istituti di formazione (l'Institut Paul Bocuse, l'istituto Les Roches, il Glion Institute of higher education, la Swiss Hotel Management School e l'Ecole Hoteliere Lausanne) che non appartengono direttamente al mondo universitario, ma che si ritiene dispongano di un'offerta formativa di qualità e completa, che rappresenta un punto di riferimento per gli operatori del settore ospitalità.

Nel caso delle strutture formative non universitarie Swiss Hotel Management School, Les Roches e Glion Institute, si includono anche i "Postgraduate diploma", costituiti da corsi post laurea dedicati a chi non ha né una precedente laurea specifica nel settore né esperienza professionale<sup>34</sup>.

A livello internazionale sono numerosi i master universitari nel settore dell'ospitalità, ma va precisato fin da subito che ciò che, secondo la definizione anglosassone, viene chiamato "Master of Science" (MSc) rappresenta un titolo di studio post-laurea che in Italia corrisponde alla laurea magistrale o specialistica. Diverso, quindi dal Master offerto dalle università italiane, che può essere di I livello, cioè dedicato a chi possiede almeno una laurea

---

<sup>33</sup> La ricerca è stata svolta nei mesi di settembre e ottobre 2015. E' una ricerca a campione, non vuole essere esaustiva ma vuole offrire un campione di analisi rappresentativo dei corsi in essere nel settore.

<sup>34</sup> Il chiarimento su questa definizione ci è stato dato direttamente dalla struttura, dietro nostra richiesta.





triennale, o di II livello, specifico per chi possiede una laurea magistrale o specialistica. Nel caso dei master italiani, i corsi individuati sono solo Master di I livello.

La ricerca è stata realizzata facendo una preliminare distinzione dei corsi, selezionando, a livello europeo, quelli offerti da Università e da strutture formative rilevanti che presentano un'impostazione di tipo manageriale<sup>35</sup>. Numericamente, sono stati presi in considerazione 41 master universitari così suddivisi: nel settore hotel management, 18 di università straniere e 4 di università italiane; nel settore food & beverage, 1 di un'università straniera e 19 di università italiane. Nel caso dell'offerta formativa da parte delle strutture non universitarie (Institut Paul Bocuse, Les Roches, Glion Institute of higher education, Swiss Hotel Management School, l'Ecole Hoteliere Lausanne, Basque Culinary Center), sono stati analizzati 20 corsi, di cui 16 nel settore hotel management (di cui 5 post graduate diploma) e 4 nel settore enogastronomico (di cui 1 post graduate diploma).

Da una prima analisi, si evidenzia che i master offerti dalle maggiori strutture universitarie estere considerate si concentrano prevalentemente sui settori dell'hospitality e dell'hotel management, legati al business e alle competenze gestionali. L'unico master in settore enogastronomico o F&B è il "Master in Catering Management", presso il "Campus de Turismo, Hoteleira i Gastronomia" dell'Università di Barcellona.

Per quanto attiene i master universitari italiani, si può affermare che prevalgano, numericamente, quelli in food & beverage rispetto a quelli in hotel management (rispettivamente, 19 master in f&b e 4 in hotel management). Inoltre, quelli in tema enogastronomico, si distinguono per la diversa impostazione con cui vengono improntati: per alcuni, prevale un taglio di tipo tecnico operativo, mentre per altri domina una struttura manageriale o basata sulla comunicazione.

Di seguito una tabella riepilogativa dei corsi analizzati in questa sezione:

CORSI IN HM:			CORSI IN F&B		
Università estere	Strutture non universitarie estere	Università italiane	Università estere	Strutture non universitarie estere	Università italiane
18	16	4	1	4	19

Dando uno sguardo d'insieme, possiamo affermare che gli elementi da prendere in considerazione nell'analizzare i master, oltre alle materie insegnate, sono legati ai seguenti aspetti: la presenza e la modalità di svolgimento dell'internship, la metodologia applicata negli insegnamenti, le collaborazioni con imprese, enti e associazioni del settore, la disponibilità di un servizio di placement, la lingua impiegata nei corsi.

In linea generale, si può affermare che tutti i master prevedono forme di stage o internship presso aziende, la cui durata varia da 1 anno a poche settimane, in base alla struttura del corso. Le relazioni con il mondo imprenditoriale risultano altrettanto importanti, sotto forma di collaborazioni o partnership, sia per gli aspetti didattici, sia per gli stage che possono essere svolti dagli studenti presso aziende. Infatti, la metodologia con cui vengono realizzate le lezioni include ampiamente seminari, lavori di gruppo, progetti tenuti da e con professionisti e consulenti esterni. Questo elemento costituisce un valore aggiunto significativo da affiancare alla

<sup>35</sup> Con queste definizioni, si intende la presenza, nei corsi, di insegnamenti relativi a management, economia e gestione.





docenza accademica di alto livello. Le lezioni possono includere anche visite in loco presso realtà imprenditoriali e visite guidate presso strutture esterne, che permettono agli studenti di verificare nel concreto quanto apprendono in classe. Le lezioni sono, nella maggior parte dei casi, di tipo frontale e prevedono la presenza presso la sede universitaria full time, ma, in alcuni casi, come per il master "MA International Hospitality Management" dell'Università di Derby (Regno Unito), il corso è strutturato part-time e solo on-line. Quest'ultima università, inoltre, si mostra particolarmente elastica nella configurazione dei suoi master, poiché sia nel corso appena citato che nel master "MS International Hospitality Management" tradizionale, cioè solo con lezioni frontali e non on-line, sono previsti moduli diversi, di tipo crescente, che consentono di ottenere in fasi successive il Postgraduate Certificate (60 crediti), il Postgraduate Diploma (120 crediti) e infine il Master (180 crediti). Anche i master in hospitality del Glion Institute of Higher education prevedono una parte di lezioni online, in aggiunta e a complemento delle lezioni frontali.

Talvolta, sono identificabili forme di accreditamento con associazioni di settore, ad esempio l'Institute of Hospitality (associazione di managers e aspiranti managers che lavorano e studiano nei settori hospitality, leisure e turismo in Regno Unito) nel caso della Sheffield Hallam University e della University of Derby, l'accREDITamento dal Tourism Management Institute, per l'università di Sheffield, o dall'United Nations World Tourism Organization (UNWTO), per l'Università di Surrey, che garantiscono maggiore visibilità e prestigio ai corsi. L'Ecole Hoteliere Lausanne mostra il suo valore internazionale, attraverso l'accREDITamento da parte di molte associazioni internazionali di settore, oltre che di collaborazioni con le università di Huston e Hong Kong.

La lingua di insegnamento più frequentemente utilizzata nei master analizzati risulta essere l'inglese, anche nel caso delle università italiane, ma solo per il settore hotel management (3 master su 4), a dimostrazione del carattere di internazionalità che rivestono questi corsi. Nel caso dei corsi italiani in food & beverage, invece, solo 4 su 19 dichiarano esplicitamente di utilizzare la lingua inglese<sup>36</sup>.

Infine, un ultimo elemento rilevante nella struttura di un corso di Master riguarda l'affiancamento allo studente, sia durante la frequenza delle attività strettamente legate al corso, sia per quanto attiene il collegamento con il mondo del lavoro. A questo proposito, le università analizzate dispongono di uffici dedicati che si occupano di placement e tirocini, affiancando, talvolta, lo studente anche nella stesura del suo curriculum vitae, come nel caso della Cornell University. Questo costituisce un elemento importante di connessione con il mondo imprenditoriale, per favorire lo studente nell'applicazione diretta delle competenze apprese nel proprio percorso di studi.

### 2.3.1 L'OFFERTA EUROPEA

La ricerca effettuata si è concentrata sulle seguenti università europee:

- Università di Barcellona, con il Campus de Turismo, Hoteleira i Gastronomia (CETT - Spagna)
- Manchester Metropolitan University (Regno Unito)
- Sheffield Hallam University (Regno Unito)
- Università di Derby (Regno Unito)
- Oxford School of Hospitality Management, della Oxford Brookes University, (Regno Unito)
- School of hospitality and tourism management, dell'University of Surrey (Regno Unito)

<sup>36</sup> I master italiani che utilizzano come lingua d'insegnamento l'inglese sono i seguenti: Master internazionale "Hospitality Management - Food & Beverage", dell'Università di Palermo, il Master in five stars hotel management (per l'80% delle lezioni), della LUISS, il Master in Tourism and Hospitality Management (in un modulo), dell'Università di Napoli Parthenope, il Master of Management in Food & Beverage, della Bocconi, MBA food and wine, della Bologna Business School, il Master in Food Design, della IULM, il Master in the Slow Art of Italian Cuisine, dell'Università degli studi di scienze gastronomiche.





- Hotelschool The Hague (Olanda)

Si ritiene importante includere in questa sezione anche la statunitense Cornell University – School of Hotel Administration, sebbene geograficamente collocata fuori dall'Europa, per il prestigio riconosciutole a livello internazionale.

Di seguito, vengono presentate schede specifiche per i principali corsi, ma in questa sezione sottolineiamo alcune caratteristiche generali.

- Sviluppo delle competenze collaterali. Le strutture universitarie sopra elencate presentano un'offerta di corsi ampia e completa, che, oltre ai master, include anche corsi di laurea e, talvolta, programmi formativi per professionisti che necessitano di aggiornare le proprie competenze lavorative. Gli insegnamenti inclusi nei master in hotel management riguardano tematiche specifiche di gestione aziendale, quali finanza, contabilità, marketing, pianificazione e organizzazione, utilizzo di ICT, ma anche materie di comunicazione, gestione del personale, leadership, capacità gestionali, visione strategica dell'organizzazione. Interessante notare che la Cornell University dispone di un programma particolare, il "Leadership Development Program", che consente di sviluppare le proprie competenze di leadership, e che il CETT dell'Università di Barcellona include lezioni di "Human behaviour & Cross Cultural Management" e di "Ethics and Leadership". Questo conferma quanto già espresso e cioè la rilevanza che coprono non solo competenze di tipo tecnico e operativo ma anche capacità più ampie e generali, di tipo relazionale, comportamentale e sociale. Sono queste caratteristiche, infatti, che stanno alla base di una buona capacità gestionale dei processi, delle strutture, delle organizzazioni e delle persone.
- Opportunità di work placement. I master delle università inglesi, di Sheffield, Manchester, Oxford e Surrey, mostrano un elemento peculiare, dato dalla possibilità, a scelta dello studente, di aggiungere al corso 1 anno lavorativo (work placement), da svolgersi sia nel Regno Unito che all'estero.
- Accreditamento presso UNWTO. Importante il valore riconosciuto alla "School of hospitality and tourism management", della University of Surrey, poiché è l'unica ad offrire corsi accreditati dall'organismo delle Nazioni Unite per il Turismo (United Nations World Tourism Organization - UNWTO), confermando, in questo modo, la validità della propria offerta formativa.

**Di seguito, le schede descrittive di master universitari nel settore hotel management e dell'unico nel settore food & beverage:**

### MASTER OF MANAGEMENT IN HOSPITALITY

- Università: CORNELL UNIVERSITY USA - SCHOOL of HOTEL ADMINISTRATION (USA)
- Collaborazioni con enti esterni: Dual Degree Program (MBA) con la China Europe Business School di Shanghai
- Durata: 1 anno il master - 2 anni l'MBA
- Internship: previsto in un'azienda (minimo 2 settimane)
- Costo: \$ 73.350 – esclusi costi di alloggio, libri e materiali, assicurazione sanitaria
- Insegnamenti: Per ottenere il master servono 48 crediti (29 dai corsi obbligatori, 15 dai corsi a scelta, 4 da attività libere).
  - 3 corsi preliminari online, prima di iniziare i corsi obbligatori al campus: Financial Management, Financial Statements, Statistical decision making.
  - Insegnamenti obbligatori: I modulo: Corporate finance, Managerial accounting, Operations management, Marketing management for services, Leadership development program - II modulo: concentration electives, Free electives, Distinguished lesson, Organizational behaviour, Properties development and planning, Management communication, Professional development - III modulo: Concentration electives, Free electives, Competitive strategies for the hospitality industry, Human resources management.





## Dossier Alta Formazione ad Astino

- Per i corsi "specialistici" sono previsti 3 indirizzi tra cui scegliere: Marketing management, Operations and revenue management o Self-directed study, cioè un percorso creato personalmente i base al proprio profilo di carriera.
- Previsto un Graduate Minor in Real Estate specifica per gli hotel.
- Tra la fine del I e l'inizio del II modulo è previsto il Leadership Development Program, che, attraverso seminari, workshop e lavori pratici, sia individuali che di gruppo, permette di essere valutati e di ricevere suggerimenti personali in merito alle proprie capacità di guida.
- Previsti programmi opzionali in aggiunta agli altri corsi: Master Class (seminari di 3 giorni presso strutture ricettive) o combinare il MMH con l'MBA organizzato dalla China Europe International Business School (CEIBS) di Shanghai.

---

### MBA IN INTERNATIONAL HOSPITALITY MANAGEMENT

- Università: UNIVERSITAT DE BARCELONA - CAMPUS DE TURISME, HOTELEIRA I GASTRONOMIA (CETT) - (Spagna)
- Collaborazioni con enti esterni: non indicati
- Durata: non indicata (inizio ottobre 2016) - si suppone 1 anno
- Internship: previsto di 3 settimane in 3 ambiti diversi
- Costo: € 17.000
- Insegnamenti: suddivisi in 5 aree: Fundamentals of management, Peculiarities of hotel business, Analytical basis, Management skills, Strategic vision of the organization.
  - Dettaglio degli insegnamenti: Asset Management, Business Intelligence, Customer Experience Management, Economic Management, Ethics & Corporate Social Responsibility, Events Management, Executive Personality, Financial Management, Globalization of Business Enterprise, Human Behaviour & Cross Cultural Management, Managing People and Organizations, Marketing Fundamentals, Marketing Strategy, Operational Marketing in Hospitality Industry, Quantitative Methods for Management & Research, Real Estate in Hotel Industry, Resorts, Spas & Casinos Management, Project Management, Creativity & Innovation Management, Final Project, Hotel Project, International Business Law, Operations Management in Hotel Industry, Problems and Business Decisions, Strategic Vision of the Organization, Entrepreneurship.

---

### MSC INTERNATIONAL HOSPITALITY MANAGEMENT (EUROMASTER)

- Università: SCHOOL OF HOSPITALITY AND TOURISM MANAGEMENT - UNIVERSITY OF SURREY (Regno Unito)
- Collaborazioni con enti esterni: accreditamento da parte di UNWTO e Association to Advance Collegiate Schools of Business (AACSB)
- Durata: 2 anni full time
- Internship: previsto tra il 1° e il 2° anno
- Costo: per a.a. 2016/2017, £9.000 all'anno per studenti europei e £ 13.500 per studenti internazionali
- Insegnamenti:
  - 1° anno insegnamenti obbligatori: Developing Professionals, Restaurant Operations, The Hospitality Business, Business Environment, Business Impacts, Restaurant Management, Marketing Principles, Introduction to Accounting.
  - 2° anno insegnamenti obbligatori: Services Marketing, Professional Ethics, Applied Financial Management, Operations Analysis, Managing Organisation and Human Resources.
  - Insegnamenti a scelta tra: Aspects of Food, Economics for Leisure and Tourism, Marketing Communications, Professional Development in Practice, Business Law, Technology and Media, Consumer Behaviour, Current Issues in Hotel Development and Management, Rooms Division Management.
  - 3° anno insegnamenti obbligatori: International Business Strategy, International Hospitality Operations Management, Sustainable Operations, Strategic Analysis of Hospitality Companies.
  - Insegnamenti a scelta tra: Hotel Revenue Management, Entrepreneurship in the Hospitality and Tourism Industry, Hospitality Events Management, Innovation and New Product Development, Intercultural Management in the Hospitality Industry, Tourism and Hospitality Consultancy,





Hotel Investment, Applied Research in Tourism and Hospitality Management, Innovation and Development in Restaurant Operations.

- 4° anno insegnamenti obbligatori: Research Methods, Hotel Investment and Finance, Strategic Marketing and Brand Management, Hotel Operations Analysis, Applied Research Methods, Applied Research Project (Dissertation).

### MBA IN CATERING MANAGEMENT (A.A 2014/2015)

- Università: UNIVERSITAT DE BARCELONA – CAMPUS DE TURISME, HOTELEIRA I GASTRONOMIA (CETT) - (Spagna)
- Collaborazioni con enti esterni: collaborazione con la facoltà di farmacia della stessa università e con aziende
- Durata: 1 anno (da ottobre 2014 a settembre 2015)
- Internship: prevista una pratica con market research per la tesi
- Costo: € 5.400
- Insegnamenti:
  - Corsi obbligatori: Marketing management (E-marketing strategies, Brand management, Revenue management, Sales Management: e-marketing and new trends), Management of people and organizations (Excellence in human resources: the management of human capital and service orientation, Ethics and leadership, The management of change and organizational behaviour, Development of personal and professional skills), Economic and financial management (Financial management of the revenue and cost centres, Budget and management control, Fundamentals of the financial analysis, Assessment of hotel investment and asset management), Strategic Management (Design and implementation of strategies for hoteliers, Development of business models adapted to the current hotel, Initiative and entrepreneurial spirit, Corporate social responsibility).
  - Corsi specifici: Restaurants and catering management (Food and beverage management, Catering and restaurant management, Design and architecture of restaurants), Product Management (Technical planning of macro events, Experience management).

Come anticipato nelle pagine precedenti, sono stati considerati e analizzati anche i corsi di specializzazione e i master e post graduate offerti dalle seguenti realtà non universitarie: il francese Institut Paul Bocuse, gli istituti svizzeri Les Roches, Glion Institute of higher education, Swiss Hotel Management School, l'Ecole Hoteliere Lausanne, e lo spagnolo Basque Culinary Center<sup>37</sup>.

Da una prima analisi, si sottolineano alcune considerazioni su questi corsi:

- la scuola svizzera Les Roches ha un master dedicato alla leadership nell'ospitalità ("Master of science in Hospitality leadership"), a dimostrazione dell'importanza di saper svolgere il ruolo di guida e di saper relazionale nel modo corretto nella gestione di un'attività di hospitality.

---

<sup>37</sup> Si ripropone il dettaglio dei riconoscimenti dei titoli universitari di queste scuole: la Swiss Hotel Management School e l'Ecole Hoteliere Lausanne offrono corsi dal valore universitario a tutti gli effetti, con validità a livello europeo e statunitense; le strutture Glion Institute e Les Roches svolgono corsi riconosciuti solo da New England Association of Schools and Colleges (NEASC), quindi è escluso, ad esempio, il sistema Bologna; per l'Institut Paul Bocuse, non c'è una regola generale ma dipende dai singoli corsi, in base al fatto che ci sia un accordo con singole università per il riconoscimento del titolo universitario (nello specifico, il Master's in Culinary Leadership & Innovation viene realizzato con un'università norvegese, la University of Stavanger, e una finlandese, la Haaga-Helia University of Applied Sciences di Helsinki).





- Collaborazioni con strutture estere: l'Institut Paul Bocuse offre il "Master in International Hospitality Management", realizzato in partnership con la Emlyon Business School, e prevede di svolgere 1 semestre a Shangai presso gli Emlyon's Asian Campus e Institut Paul Bocuse's Restaurant School. Questo istituto si mostra un centro ampio e attivo, poiché realizza collaborazioni con università straniere (il Master's in Culinary Leadership & Innovation viene realizzato con un'università norvegese, la University of Stavanger, e una finlandese, la Haaga-Helia University of Applied Sciences di Helsinki), consulenze, ricerche, training per professionisti e dispone al proprio interno un hotel e un ristorante, presso cui gli studenti possono svolgere attività pratica.

Sulla stessa linea, anche l'Ecole Hoteliere de Lausanne, che ha collaborazioni con le università di Huston (University of Houston, Conrad N. Hilton College of Hotel and Restaurant Management) e Hong Kong (Hong Kong Polytechnic University, School of Hospitality and Tourism Management), per quanto attiene lo svolgimento del "Master of Science HES-SO in Global Hospitality Business". Infine, un ultimo caso è rappresentato dal Basque Culinary Center, che offre il suo "Master in Restaurant Innovation and management" in collaborazione con la Mondragon Unibertsitatea.

**Di seguito, alcune schede esplicative, nei settori hotel management e food & beverage:**

### MBA IN HOSPITALITY MANAGEMENT

- Struttura: LES ROCHES (Svizzera)
- Collaborazioni con enti esterni: non indicato
- Durata: 1 anno
- Internship: no
- Costo: 1° semestre CHF 36.250, 2° semestre CHF 36.000
- Insegnamenti:
  - Insegnamenti obbligatori 1° semestre: Managing across cultures, Leadership and development, Strategic hospitality marketing, Sustainability, Trends in tourism and hospitality, Data analysis and decision making, Strategic operational management, Hospitality financial management and budgeting.
  - Insegnamenti obbligatori 2° semestre: Business economics, Strategic management, Revenue and pricing management, Tourism destination and event planning, Applied research project.
  - 3° semestre corsi a scelta in base alla specializzazione scelta, in Finance (Hospitality real estate, Corporate finance, Investment strategies for financial markets and assets management, dissertation) o Marketing (Consumer behaviour, Brand marketing, E-marketing, Dissertation).

### EXECUTIVE MBA IN HOSPITALITY

- Struttura: ECOLE HOTELIERE LAUSANNE (Svizzera)
- Collaborazioni con enti esterni: non indicato
- Durata: 1 anno full time
- Internship: non indicata
- Costo: CHF 58.860
- Insegnamenti:

7 moduli: Hospitality Operations, Hospitality environment, Finance and asset management, Marketing, markets and customers, Strategic management and entrepreneurship, Management and development of people, Research and project management

### MASTER OF SCIENCE IN INTERNATIONAL HOSPITALITY MANAGEMENT

- Struttura: SWISS HOTEL MANAGEMENT SCHOOL (Svizzera)





## Dossier Alta Formazione ad Astino

- Collaborazioni con enti esterni: corso riconosciuto dall'Università di Derby
- Durata: 1 anno (5 mesi di lezioni al campus e 6 mesi di studio individuale)
- Internship: no
- Costo: CHF 36.650
- Insegnamenti:
  - o modulo Operational leadership: Operational management, Project management, Developing skills for business leadership;
  - o modulo Contemporary trends: Sustainable management system, Managing social media, Strategic revenue management;
  - o modulo Business strategy: Strategic directions, Strategic design of the service experience;
  - o modulo Managerial decision making: Advanced methods of enquiry for business, Managing risk and uncertainty;
  - o modulo Independent study: Integrated business project or Independent scholarship

---

### MASTER IN RESTAURANT INNOVATION AND MANAGEMENT

- Struttura: BASQUE CULINARY CENTER in collaborazione con la MONDRAGON UNIBERTSITATEA (Spagna)
- Collaborazioni con enti esterni: Mondragon Unibertsitatea
- Durata:
- Internship: previsto in ristoranti
- Costo: € 7.900
- Insegnamenti:
  - o Quattro aree: Business management, Kitchen, Customer service, Sommeliers and beverages management

---

### MASTER OF INTERNATIONAL BUSINESS IN FOOD AND BEVERAGE AND RESTAURANT MANAGEMENT

- Struttura: SWISS HOTEL MANAGEMENT SCHOOL (Svizzera)
- Collaborazioni con enti esterni: non indicato
- Durata: 1 anno
- Internship: previsto tra 4 e 6 mesi
- Costo: CHF 34.450
- Insegnamenti:
  - o Advanced food & beverage service and production management, Events catering Project management, Food & beverage and restaurant management, Wine production and cellar management, Restaurant business plan, Strategic service marketing, Food & beverage service facilities and service design, Food & beverage service quality management

---

### MASTER IN MASTER IN CULINARY LEADERSHIP & INNOVATION

- Struttura: INSTITUT PAUL BOCUSE (Francia)
- Collaborazioni con enti esterni: partnership con Haaga-Helia University of Applied Sciences in Helsinki, Finlandia, University of Stavanger, Norvegia, Gastronomic Institute and House of Meals in Stavanger, Norvegia.
- Internship: previsto di 6 mesi
- Costo: € 19.850
- Insegnamenti:
  - o 3 semestri con i seguenti insegnamenti: marketing, human resources management, operations management and accounting and finance, culinary trends, service design,





sensorial exploration, research and development, food science, food design, concept development, restaurant revenue management, e-marketing, and brand design.

### 2.3.2 L'OFFERTA ITALIANA

Come anticipato in precedenza, i master universitari italiani individuati per questa analisi nel settore dell'hotel management sono numericamente contenuti rispetto a quelli nel campo dell'enogastronomia<sup>38</sup>.

I master specifici in **Hotel Management** sono i seguenti:

- la Libera Università Internazionale degli Studi Sociali Guido Carli (LUISS) di Roma, con il "Master in Five Stars Hotel Management";
- l'Università di Pisa, con il "Master in Management Turistico Alberghiero";
- l'Università di Palermo, con il Master internazionale "Hospitality Management - Food & Beverage"
- l'Università degli studi di Napoli "Parthenope", con il Master in "Tourism and Hospitality Management"

Le università sopra citate prevedono forme di collaborazione con enti esterni, sia per lo svolgimento degli stage<sup>39</sup>, sia per la realizzazione del master stesso, come nel caso del Master internazionale "Hospitality Management - Food & Beverage" dell'Università di Palermo, svolto insieme alla Florida International University (USA) e all'Alta Scuola Arces - Turismo, e nel caso del "Master in Five Stars Hotel Management" che la LUISS di Roma realizza insieme al Forte Village Resort. Le collaborazioni per questi due corsi sono diverse, poiché nel primo caso l'Università statunitense è consorziata e la sede Arces è il luogo dove vengono svolte le lezioni, mentre nel secondo caso il Forte Village Resort sostiene lo svolgimento del Master presso il paese in cui ha sede e ospita alcuni momenti delle lezioni e dello stage.

L'impostazione di questi corsi è di tipo manageriale, finalizzata a offrire nozioni di tipo finanziario, economico, amministrativo, di marketing, sociologia, comunicazione, ma anche specifiche su food & beverage e sul servizio di housekeeping. I Master dell'Università di Napoli e della LUISS di Roma si differenziano dagli altri per alcuni aspetti peculiari: il primo è strutturato sul settore del turismo e tratta solo in parte il tema dell'hospitality management<sup>40</sup>; il secondo, dedicato a strutture a 5 stelle, si distingue ulteriormente nel fatto che la sua didattica dà molto spazio agli aspetti operativi, come avviene in due moduli, nei quali vengono utilizzati due software della Cornell University, che danno la possibilità di simulare virtualmente la gestione di un hotel e di un ristorante. Un ultimo elemento distintivo di questo corso, infine, è rappresentato dalla presenza di docenti provenienti dalla Cornell University e dalla Harvard Business School, dimostrando, così, un elevato livello di internazionalizzazione. Tutti i master prevedono un periodo di stage formativo, finalizzato all'inserimento nel mondo del lavoro.

Per quanto attiene il settore di **food & beverage**, dall'analisi effettuata, possiamo affermare che i master significativi sono tenuti nei seguenti atenei:

- Università Bocconi, tramite la sua School of Management (SDA): Master of Management in Food & Beverage
- Università di Bologna, con la Bologna Business School (BBS): MBA food and wine, MASTER in business management / food & wine

<sup>38</sup> 4 master in HM e 19 master in F&B

<sup>39</sup> Ad esempio, *Federalbeghi Toscana* per quanto attiene il "Master in Management Turistico Alberghiero" del Dipartimento di Scienze Politiche dell'Università di Pisa, o le numerose aziende partner dell'Università di Napoli "Parthenope", per il Master in "Tourism and Hospitality Management"

<sup>40</sup> Su 12 moduli, solo 1 dedicato all'Hotel Management.





- Università IULM: Master di I livello in Food & wine communication, Master in Food Design,
- Università LUISS: Master in Food & Wine Business
- Università di Macerata: Master in Cultura e marketing dell'enogastronomia e dell'ospitalità
- Università degli studi di Parma: MASTER COMET (Master di I livello in Cultura, Organizzazione e Marketing dell'Enogastronomia Territoriale)
- Università Ca' Foscari di Venezia: Master I livello Cultura del cibo e del vino per la valorizzazione e la promozione delle risorse enogastronomiche
- Università di Bologna: Master in Enogastronomia ed Ospitalità
- l'Università degli studi di Scienze Gastronomiche: Master program in Food Culture and Communications: representation, place and identity, Master program in Food Culture and Communications: High-quality products, Master program in Food Culture and Communications: Human ecology and sustainability, Master of Gastronomy: Food in Italy, Master of Gastronomy: Food in the world, Master in cultura del vino, Executive Master in Cibo e Salute, Master in Cucina Popolare Italiana di Qualità
- l'Università Cattolica del Sacro Cuore di Piacenza offre il Master Universitario di primo livello in Enologia e Marketing (MEM), che si distingue per le caratteristiche di gratuità, grazie alla collaborazione con l'Ente di Formazione "Fondazione Casa di Carità Arti e Mestieri ONLUS", e per la durata di soli 7 mesi (280 crediti).

Tra i corsi analizzati, l'università IULM e l'Università degli studi di Scienze Gastronomiche si distinguono per la specificità dei percorsi che propongono, focalizzati su tematiche particolari e meno legate ad aspetti di carattere manageriale, e per questo meritano una trattazione a parte.

Nel dettaglio, i master della UNISG offrono un approccio e aree tematiche uniche, quali, tecnologia, ecologia, antropologia, scienze sensoriali, sessioni di assaggio, nutrizione e dieta, storia, sostenibilità sociale, economica e ambientale, ruolo della donna. I singoli master prevedono poi insegnamenti specifici sul tema del corso, non rintracciabili in altre università: nel caso "Food in Italy" e "Food in the world", ad esempio, vengono trattati argomenti che presentano, rispettivamente, la specifica realtà gastronomica italiana e mondiale, sotto vari aspetti; nel caso del corso in "cultura del vino", viene trattato in modo molto approfondito il settore vitivinicolo; nell'"Executive Master in Cibo e Salute", infine, si trattano moduli sui temi di salute, nutrizione, sostenibilità, stili di vita e di consumo, food security. Un ulteriore aspetto peculiare di questa università è rappresentato dalla presenza di un hotel a 4 stelle (Albergo dell'Agenzia) e di un ristorante (Ristorante Garden), che svolgono attività propria ma sono parte integrante della struttura e garantiscono, perciò, un'offerta completa nel settore dell'hospitality.

Per il "Master in Food Design" dello IULM, sebbene dall'approccio nettamente diverso, si possono identificare alcune discipline comuni a quelle dei master della UNISG, che sono le seguenti: salute, sostenibilità, cultura del cibo e rapporto con il territorio, il cibo come esperienza<sup>41</sup>. Altre materie, invece, sono specifiche e proprie del master, realizzato in collaborazione con la Scuola Politecnica di Design di Milano, e riguardano le tematiche di design applicate al settore agroalimentare. Il design viene declinato sia per il cibo e gli oggetti impiegati in cucina, per darne una forma e una percezione diversa, sia per gli spazi, dove il cibo viene proposto (negozi, ristoranti, spazi aperti), il packaging e il servizio di food & beverage. Infine, uno spazio viene lasciato al rapporto tra food e turismo, dove l'accoglienza viene definita anche dall'alimentazione che è in grado di offrire, a conferma ulteriore del fatto che il turismo e l'ospitalità rappresentano una struttura complessiva composta da settori molteplici.

---

<sup>41</sup> Le aree degli insegnamenti di questo master sono le seguenti: Il sistema agroalimentare, Il food service, Cultura enogastronomica, Food marketing & communication, Food experience, Food design, Il progetto del cibo e degli oggetti, I luoghi del cibo, Il packaging, Food service design, Food design e turismo.





I master in **ambito enogastronomico** sono offerti dall'università Bocconi ("Master of Management in Food & Beverage"), dalla LUISS ("Master in Food & Wine Business"), dalla Bologna Business School ("Master in business management / food & wine" e "MBA food & wine") e dall'Università di Parma ("Master COMET in Cultura, Organizzazione e Marketing dell'Enogastronomia Territoriale"), hanno un taglio di tipo gestionale, perché finalizzati alla creazione di figure manageriali, che siano in grado di operare in azienda. Gli insegnamenti, perciò, riguardano aree di business, pianificazione, supply chain, comunicazione, finanza, marketing, amministrazione.

I "Master in Cultura e marketing dell'enogastronomia e dell'ospitalità", dell'Università di Macerata, e "Master in Enogastronomia ed Ospitalità", dell'Università di Bologna mostrano una struttura formativa che lega il settore "food & beverage" a quello turistico, in cui le imprese turistiche e il turismo enogastronomico vengono osservati e analizzati all'interno del quadro dell'hospitality.

Una trattazione a parte merita anche il "Master di I livello in Food & wine communication" della IULM, perché si focalizza sull'insegnamento delle strategie di promozione e comunicazione dei prodotti enogastronomici, includendo anche conoscenze legate ai processi sociali, culturali, storici e ai meccanismi psicosociali e antropologici della gastronomia. L'obiettivo finale è la creazione di una figura professionale nel campo della comunicazione e del giornalismo specializzata nell'enogastronomia. Anche il "Master Cultura del cibo e del vino per la valorizzazione e la promozione delle risorse enogastronomiche" dell'Università Ca' Foscari di Venezia mostra un taglio particolare, poiché è strutturato per creare esperti in marketing management o comunicazione dell'impresa agroalimentare, in valorizzazione e promozione all'estero del cibo e del vino Made in Italy, consulenti di enti pubblici e/o privati per la tutela e la valorizzazione del prodotto agroalimentare, event manager nel settore dell'enogastronomia, esperti in comunicazione per l'editoria nel settore enogastronomico e in valorizzazione e promozione del turismo enogastronomico.

Alcuni corsi sono tenuti completamente in lingua inglese, quali il master della SDA della Bocconi e il Master in Food Design della IULM, mentre per altri non viene specificata la lingua utilizzata, ma si ritiene che, dato il carattere di internazionalità che caratterizza questi master, sia importante favorire l'impiego dell'inglese, essendo una lingua a valore sovranazionale.

Un ulteriore elemento interessante, che pare utile sottolineare, riguarda il "Master of Management in Food & Beverage", della SDA - Bocconi che richiede un'esperienza professionale di almeno due anni per potervi accedere, oltre al possesso della laurea e alla conoscenza della lingua inglese. Dunque, si tratta di una conferma della stretta relazione esistente tra competenze di tipo operativo specifiche e conoscenze gestionali più ampie.

Le collaborazioni di questi master con enti e associazioni esterne sono frequenti, consentono il rapporto diretto con il settore e maggiore visibilità. Ad esempio, il Gambero Rosso collabora per il "Master in Food & Wine Business" della LUISS e con il "Master in Food & wine communication" della IULM, l'Associazione Altagamma è collegata con il master della SDA - Bocconi, Slow Food e Banca del Vino sono partner dell'Università degli studi di Scienze Gastronomiche.

Osservando i costi di iscrizione ai master italiani, si nota una netta differenza tra quelli del settore hotel management e quelli legati all'enogastronomia: nel primo caso, i valori sono nettamente inferiori ai secondi, pari a circa un terzo. Per i dettagli, si rimanda alle schede specifiche.

**A seguire, le schede esplicative di alcuni master, distinti in hotel management e in food & beverage.**

### MASTER IN MANAGEMENT TURISTICO ALBERGHIERO

- Università: UNIVERSITA' DI PISA (Pisa)
- Collaborazioni con enti esterni: partnership con Federalberghi Toscana
- Durata: 10 mesi (da febbraio a dicembre)
- Internship: tirocinio di 400 ore presso strutture di Federalberghi Toscana
- Costo: € 3.500 per laureati - € 2.000 per uditori





## Dossier Alta Formazione ad Astino

### Insegnamenti:

- Corsi Modulo 1) Accoglienza e Comunicazione: Front office e ricevimento: ruolo, competenze, mansioni, operatività; Comunicazione (comunicazione telefonica, in presenza e l'importanza della corrispondenza), Public speaking, La gestione del reclamo, Business english, ICT nel turismo (nuove tecnologie e programmi di prenotazione o ricerca del cliente).
- Corsi Modulo 2) Marketing, promozione e vendita: Sociologia del turismo, Legislazione turistica, Le logiche dei mercati emergenti e i dati del turismo internazionale, Marketing turistico e territoriale, Social media marketing, Tecniche di vendita, Il prodotto "Albergo" da star rating a Guest Rating, La vendita dei servizi turistici (turismo e meeting, F&B, spa ...), Comunicazione commerciale, Fidelizzazione della clientela, Brand reputation e lovemarks.
- Corsi Modulo 3) Food & beverage.
- Corsi Modulo 4) Housekeeping.
- Corsi Modulo 5) Gestione economico-amministrativa: Revenue management ed Yield Management, Internet pricing e posizionamento sito web, Controllo di gestione, Le determinanti della redditività ed i principali margini: reddito operativo, margine operativo lordo, Margine di contribuzione, Educazione finanziaria e pianificazione del bisogno finanziario, Rischio di impresa: come valutare la struttura finanziaria, Accesso a fondi e finanziamenti, Certificazioni ambientali, sociali e sulla sicurezza: sgravi, finanziamenti ed opportunità.
- Corsi Modulo 6) Gestione e Sviluppo risorse umane: Il ruolo e le competenze dell'HR, Il CCNL del Turismo: aspetti fiscali del lavoro, La selezione del personale (teorie e tecniche). La formazione. L'analisi dei fabbisogni, L'analisi del clima organizzativo e lo studio del potenziale: team building, Le relazioni sindacali, Ristrutturazione e riorganizzazione aziendale: funzionalità e risparmio.

---

### MASTER INTERNAZIONALE "HOSPITALITY MANAGEMENT – FOOD & BEVERAGE"

- Università: UNIVERSITA' DI PALERMO (Palermo)
- Collaborazioni con enti esterni: master svolto insieme a "Florida International University" (USA) - università consorziata - e "Alta Scuola Arces – Turismo", presso la cui sede avvengono le lezioni. Molte aziende partner.
- Durata: 10 mesi (da marzo a dicembre) - 360 ore d'aula.
- Internship: previsto di almeno 700 ore e 400 ore di project work
- Costo: € 3.800 - Previste 10 borse di studio e 15 borse di stage.
- Insegnamenti:
  - Corsi Modulo 1) Management, finance and marketing: hotel management, food&beverage management, training & management o human resources, communication and public relations.
  - Corsi Modulo 2) Seminaris and training: Small-scale production of high-quality local food and biodiversity; Enogastronomy, Mediterranean Diet and Regional Cousine; Wine & Liquors: Wineries & the Routes of wines; On farm hospitality and agriturismo; Antropology, Geography and Culture-related Tourism; Cruising, shipping, brokerage and charter.
  - Corsi Modulo 3) Hospitality Tourism Service Operations Analysis: Hospitality tourism service operations analysis; case studies in hospitality management; Hospitality law seminar, Organizational behavior in the hospitality industry; Strategic management for hospitality and tourism; Financial management for hospitality industry; Hospitality enterprise technologies.

---

### MASTER IN "FIVE STARS HOTEL MANAGEMENT"

- Università: LIBERA UNIVERSITA' INTERNAZIONALE DEGLI STUDI SOCIALI GUIDO CARLI (LUISS) (Roma)
- Collaborazioni con enti esterni: promosso da ForteVillage Sardegna, docenti da Cornell University e Harvard Business School
- Durata: 11 mesi, si cui 5 di lezioni e 6 di stage (da ottobre a novembre – esclusi marzo e aprile)





## Dossier Alta Formazione ad Astino

- Internship: previsto di 6 mesi presso una struttura a 5 stelle
- Costo: € 16.800
- Insegnamenti: 4 macro aree:
  - o General management: organizzazione aziendale, accounting e finance, strategia commerciale, marketing and product development, diritto societario delle imprese turistiche, tourism management;
  - o Personale development: leadership e team building, public speaking, ICT, sistemi informativi gestionali alberghieri, business english, teatro;
  - o Hospitality management: moduli della Cornell University (CHESS= simulazione virtuale di gestione di un albergo; CRASE=simulazione virtuale nella gestione di un ristorante), international sales, marketing alberghiero, revenue management, comunicazioni e PR, luxury & design, health & safety, amministrazione e reporting, housekeeping, room division management, food&beverage, MICE, SPA management, gestione risorse umane, cucina, franchising and management, design e progettazione di hotel, reception and concierge, sport and entertainment management, international Butler academy;
  - o Practical area: settimane di training on the job nei vari reparti del Forte Village Resort, al termine delle lezioni frontali.

**Di seguito, alcune schede esplicative del master in Food & Beverage.**

---

### MASTER OF MANAGEMENT IN FOOD & BEVERAGE

- Università: UNIVERSITA' BOCCONI tramite la School of Management (SDA) (Milano)
- Collaborazioni con enti esterni: Associazione Altagamma
- Durata: 1 anno full time
- Internship: da settembre a dicembre 2016 Internships/Field Projects/Personal Business Projects, in base al tipo di tesi che si vuole svolgere
- Costo: € 28.000 (in 4 rate)
- Insegnamenti:
  - o Corsi obbligatori (fino a settembre): Warm-up Module, Business Modeling, Italian Excellence, Creative Entrepreneurship, Costs & Performance Management, Planning & Control, Supply Chain Management, Tourism Management, Brand Management & Communication, International Development, Excellence in Service Management 1, Excellence in Service Management 2, Innovation Management, Sales & Retail Management, Managing People;
  - o Seminari: Presentation Skills, Natural & Sustainable (Key Forces in the Industry), Cultural Diversity; Business game (Business-Food Strat); company presentation e company visit.
  - o Previsto un Coaching Program, per valorizzare le potenzialità di leadership.

---

### MBA FOOD & WINE

- Università: UNIVERSITA' DI BOLOGNA, tramite la BOLOGNA BUSINESS SCHOOL (BBS) (Bologna)
- Collaborazioni con enti esterni: accreditato EFMD - EPAS
- Durata: 1 anno full time – 518 ore d'aula
- Internship: previsto di 500 ore, al termine del quale stendere un final report
- Costo: costo totale € 27.000 (in 3 rate)
- Insegnamenti:
  - o Insegnamenti fondamentali sul Management 1° semestre: Corporate Finance, Corporate Strategy, Financial and Managerial Accounting, International Finance, Marketing Management, Cross-cultural Management, Organizational Analysis: Leading People and Organizations.





## Dossier Alta Formazione ad Astino

- Insegnamenti specifici 2° e 3° semestre: International Production and Logistics, International Production and Logistics, Brand Communication and Reputation Management, Food and Wine Cultures, Food and Wine Distribution and Retail, Sustainability Agriculture and Tourism, Management and Creativity in the Restaurant Industry, Business Development Laboratory.

---

### MASTER COMET: MASTER IN CULTURA, ORGANIZZAZIONE E MARKETING DELL'ENOGASTRONOMIA TERRITORIALE

- Università: UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI PARMA (Parma)
- Collaborazioni con enti esterni: non indicato
- Durata: 1 anno – 6 mesi di lezioni in aula
- Internship: previsto minimo 500 ore
- Costo: costo totale € 3.532 (in 3 rate)
- Insegnamenti: Propone un percorso che coniuga aspetti di natura scientifico-culturale alla gestione di strumenti professionali operativi. Suddiviso in 5 moduli:
  - Modulo base: ha una funzione propedeutica al Corso ed è diviso in due percorsi a scelta, uno pensato per chi proviene da corsi di laurea attinenti alle scienze degli alimenti, uno per chi proviene da corsi di lauree di altro indirizzo
  - Modulo Food & Wine Science
  - Modulo Food & Wine Project
  - Modulo Food & Wine Marketing
  - Modulo Food & Wine Management

---

### MASTER IN CULTURA DEL CIBO E DEL VINO PER LA VALORIZZAZIONE E LA PROMOZIONE DELLE RISORSE ENOGASTRONOMICHE

- Università: UNIVERSITA' CA' FOSCARI DI VENEZIA (Venezia)
- Collaborazioni con enti esterni: Patrocinio della Regione Veneto
- Durata: 1 anno – 400 ore di lezione
- Internship: previsto di 300 ore
- Costo: € 5.000
- Insegnamenti:
  - Il sistema agroalimentare, Storia e cultura dell'agricoltura e del cibo, Conoscere i prodotti agroalimentari tipici, Marketing strategico e comunicazione delle risorse enogastronomiche, Strumenti e tecniche di comunicazione enogastronomica, Ristorazione, Turismo enogastronomico.

---

### MASTER IN FOOD AND WINE BUSINESS

- Università: LIBERA UNIVERSITA' INTERNAZIONALE DEGLI STUDI SOCIALI GUIDO CARLI (LUISS) (Roma)
- Collaborazioni con enti esterni: Gambero Rosso e Masciarelli.
- Durata: 11 mesi (8 d'aula e 3 di field project)
- Internship: previsto 3 mesi di field project
- Costo: € 10.000 + iva (in 4 rate)
- Insegnamenti:
  - Corsi modulo 1) Management: a) Export management: strategie competitive di crescita, supply chain management, analisi paese e strategie di ingresso, ricerca e sviluppo, soft skills; b) Marketing e PR: customer care, marketing dei servizi, packaging e labelling, digital marketing; c) Planning e control: accounting, performance measurement, finanza, controllo di gestione;





## Dossier Alta Formazione ad Astino

- Corsi modulo 2) Food: selezione dei fornitori, food costo control, menu engineering, marketing dei prodotti agroalimentari, brand management, gestione della distribuzione, restaurant e kitchen layout;
- Corsi modulo 3) Wine: selezione dei fornitori, wine costo control, wine list engineering, marketing del vino, brand management, gestione della distribuzione, wine cellar layout;

---

### MASTER PROGRAM IN FOOD, CULTURE AND COMMUNICATIONS

In tre varianti:

1) Representation, place and identity

2) High-quality products

3) Human ecology and sustainability

- Università: UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI SCIENZE GASTRONOMICHE (Bra- Cuneo)
- Collaborazioni con enti esterni: non indicato
- Durata: 14 mesi
- Internship: previsto in due tranches: tra 4 e 8 settimane nel 2016 e tra 2 e 4 mesi nel 2016
- Costo: € 16.500
- Insegnamenti:
  - Insegnamenti nelle seguenti aree: anthropology, history, ecology, food policy, agronomy, economics, food and sensory sciences, tasting sessions, communications, tecnologia, antropologia, diet, nutrition, salute, food policy, diritto, food economy e marketing.
  - Master 1) si focalizza da un lato su food history, anthropology, and sociology, e dall'altro lato su communication and media in vari ambiti (writing, photography, documentary film, and video).
  - Il master 2): esamina e fa assaggiare molti prodotti, tra cui olio, pasta, formaggio, vini, ecc, e analizza anche la relazione del prodotto con il territorio locale.
  - Il master 3): si focalizza sulla sostenibilità sociale, economica, ambientale nel sistema di produzione e di consumo del cibo, insegnamenti in sustainability, human ecology, environmental studies e ethnobiology, il ruolo della donna.

## 2.4 L'UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI BERGAMO

### 2.4.1 L'OFFERTA DIDATTICA

L'Università di Bergamo si configura quale polo formativo della città di Bergamo con un'offerta strutturata e complessa, che include i Dipartimenti di Giurisprudenza, Ingegneria, Lettere e Filosofia, Lingue Letterature Straniere e Comunicazione, Scienze Umane e Sociali, Scienze Aziendali Economiche e Metodi quantitativi. Dispone di una solida rete con altre università europee, appartenenti al circuito Erasmus, in particolare con i paesi di Francia, Germania, Estonia e Stati Uniti, senza però escludere gli accordi con Cina, Colombia, Russia, Turchia e ovviamente con i paesi europei.

Tra i suoi molteplici corsi, l'Università offre una **laurea triennale in Lingue e letterature straniere e moderne con indirizzo "Turismo Culturale"** e il corso di **Laurea Magistrale in Progettazione e gestione dei sistemi turistici**. La prima ha l'obiettivo di fornire competenze che permettano di lavorare nell'industria e nei servizi del turismo e dell'ospitalità e trasferire conoscenze per lo sviluppo, la gestione e la promozione di prodotti culturali e delle rappresentazioni del turismo; la seconda prevede, oltre allo studio approfondito di due lingue straniere, anche un inquadramento generale del settore turistico, per un primo ingresso nel mondo del lavoro.

Il percorso triennale in "Turismo Culturale" avvia alla comprensione del fenomeno turistico, inteso come pratica sociale interessata dall'intreccio di domanda, offerta e fruizione di beni culturali, artistici e paesaggistici. Il percorso integra conoscenze linguistiche, letterarie e culturali a competenze in ambiti geografici, amministrativi,





economici e sociologici, al fine di fornire una visione informata delle realtà territoriali e aziendali che costituiscono l'industria turistica nazionale e internazionale.

La laurea magistrale in **"Progettazione e gestione dei sistemi turistici"** ha lo scopo di dotare lo studente di elevate competenze che permettano di lavorare nell'industria e nei servizi del turismo e dell'ospitalità, così come nella promozione e nello sviluppo del turismo e degli eventi culturali; fornire agli studenti gli strumenti teorici e metodologici per analizzare il turismo quale processo territoriale multi scalare nel contesto della mobilità contemporanea; fornire competenze utili a definire le caratteristiche antropo-geografiche e gli aspetti ambientali dei siti turistici, al fine di promuovere la sostenibilità nel rispetto dei principi di partecipazione ed empowerment sociale; introdurre alla conoscenza della metodologia di ricerca utile alla pianificazione regionale e allo sviluppo turistico e dei principali concetti teorici rilevanti per l'organizzazione delle imprese turistiche; offrire competenze sull'uso di strumenti digitali e cartografici per la pianificazione e il coordinamento di progetti di turismo culturale e ambientale all'interno della pubblica amministrazione; trasferire le competenze di base per lo sviluppo, la gestione e la promozione dei prodotti culturali e delle rappresentazioni del turismo (cinema, teatro, concerti, video-clip, TV, ecc.).

Il Corso di laurea in Progettazione e gestione dei sistemi turistici rientra nel progetto di Internazionalizzazione dell'Università degli studi di Bergamo ed è caratterizzato da un percorso con 2 curricula: **Turismo, società e sistemi digitali**, tenuto in lingua italiana e con accento particolare sulle nuove tecnologie per il settore turistico, e **International Tourism and Local Governance**, erogato interamente in inglese e con un approccio fortemente orientato al territorio e allo sviluppo locale.

Inoltre, la LM consente dall'a.a. 2014-2015 di realizzare un percorso rilevante che porta ad ottenere un **doppio titolo, emesso dall'Università Fairleigh Dickinson** (New Jersey - USA). Grazie a un accordo tra le due università, infatti, viene realizzato un programma di studio integrato (curriculum italiano e internazionale) che consente di conseguire, allo stesso tempo, la laurea magistrale rilasciata dall'Università di Bergamo e il diploma di MS Hospitality and Tourism Management, rilasciato dall'Università Fairleigh Dickinson. Operativamente, si prevede un primo anno di corso a Bergamo, con l'acquisizione di almeno 20 cfu relativi ai moduli del 1° e 2° sotto- periodo del 1° anno di corso; a seguire, il primo semestre del secondo anno di studio viene svolto direttamente presso la Fairleigh Dickinson University, con la progettazione della prova finale in coordinamento con docenti delle due università<sup>42</sup>. L'Ateneo di Bergamo mette a disposizione borse di studio (Erasmus Mobility) per il periodo di soggiorno negli Stati Uniti. Sono bandite due borse "Cosimo Notarstefano" eventualmente destinabili al programma dual degree.

Il corso prevede, ad oggi, la docenza di professori stranieri di alto livello, oltre che l'innovazione didattica, grazie

<sup>42</sup> Lo studente (di entrambi i curricula) consegue almeno 60 crediti complessivi presso l'Università di Bergamo.

Gli insegnamenti da includere obbligatoriamente sono: English for Tourism; Foreign Language advanced; Territorial Studies (Discipline del territorio); Cultural Studies (Cultural Studies in Tourism+ \*Heritage Studies); Economics and Law (Economics of Culture and Cultural Heritage + European Tourism Law); Arts (Musel e territorio+ Filmology); Sociology of Environment and Territory (\*Sociology of Tourism+ Turismo e sviluppo locale).

40 crediti presso FDU, di cui 30 da includere obbligatoriamente tra: Managing Financial Systems in the Hospitality Industry (10 cfu); Hospitality Sales and Marketing+ Hospitality Operations Marketing (10 cfu); Service Management (10 cfu); Organisation Comm./Conflict Management in Hospitality (10cfu)

10 a scelta tra: Discovering Food and Wine (10 cfu), Tourism (5cfu), Food and Beverages (5 cfu), Hospitality Managerial Accounting (5 cfu), Hospitality Human Resources and the Law (5 cfu)

1 attività in modalità e-learning: Sustainable Tourism, frequentabile nel semestre successivo (in sostituzione del laboratorio)





alla co-docenza con visiting professor di chiara fama europea, tra questi:

- **Peter Keller**, Professor of Tourism Management at the Faculty of Business and Economics, University of Lausanne, Switzerland. President of the International Association of Scientific Experts in Tourism (Aiest). Member of Strategic Group and Experts of the UN World Tourism Organization. OEDC Policy Advisor. Member of the Executive Board of Directors at the Switzerland's National Tourism. At the PMTS Master's Course, Keller teaches Tourism Economics.
- **Greg Richards**, Professor of Placemaking and Events at NHTV Breda University of Applied Sciences and Professor of Leisure Studies at the University of Tilburg in The Netherlands. He's also President of the International Institute for Gastronomy, Culture, Arts and Tourism (IGCAT). He has worked on projects for numerous national governments, national tourism organisations and municipalities, and he has extensive experience in tourism research and education, with previous posts at London Metropolitan University (UK), Universitat Rovira i Virgili, Tarragona (Spain) and the University of the West of England (Bristol, UK). Among his publications, the following may be mentioned here: Cultural Tourism in Europe (1996), Cultural Attractions and European Tourism (2001), Tourism and Gastronomy (2002), The Global Nomad: Backpacker Travel in Theory and Practice (2004), Cultural Tourism – Global and Local Perspectives (2007), Tourism, Creativity and Development (2007), Eventful Cities: Cultural Management and Urban Regeneration (2010), Cultural Tourism Research Methods (2010), and Exploring the Social Impact of Events (2013). At the PMTS Master's Course, Richards teaches Tourism Marketing Management.
- **Peter Van Mensch**, Professor of Cultural Heritage at the Reinwardt Academie Amsterdam, in The Netherlands. Lecturer International at the School of Museology in Celje, Slovenia. Former president of the ICOM (International Council of Museums) international Committees for Museology and for Collecting. Member of the editorial board of Museums & Society, published in Leicester, UK. Member of the editorial board of The Problems of Museology, Saint Petersburg State University, CSI. At the PMTS Master's Course, Van Mensch teaches History and Culture of Museums.
- **Andreas Blodorn**, Full Professor of Literature, Media and Film Studies at the Westfälische Wilhelms Universität Münster. Member of Deutsche Schillergesellschaft. Member of Deutsche Gesellschaft für die Erforschung des 18. Jahrhunderts. Member of Deutsche Gesellschaft für Semiotik Member of Gesellschaft für Medienwissenschaft. Member of Deutsche Thomas Mann-Gesellschaft Member of IVG - Internationale Vereinigung für Germanistik. At the PMTS Master's Course, Blödorn teaches Filmology
- **Werner Gronau**, Director of the Tourism&Transport Research Center at the University of Nicosia/Cyprus. Professor for Tourism, Travel & Transport at the University of Stralsund/Germany. He holds a German Degree in Human Geography from the Technical University of Munich and a PhD in Tourism Studies ("Leisure mobility and leisure style") from the University of Paderborn. Member of the British "Leisure Studies Association", the "German Society of Tourism Research" and the Cyprus based "EuroMed Research Business Institute". Reviewer for "Tourism Management", "Leisure Studies" and "EuroMed Journal of Business". His research interests focus on sustainable Destination Development and Management. At the PMTS Master's Course, Gronau teaches Sociology of Tourism.
- **Noel B. Salazaar**, Senior Researcher of the Research Foundation - Flanders (FWO), IMMRC - Anthropology, Faculty of Social Sciences, University of Leuven (Belgium). Visiting Research Associate, Centre for Tourism and Cultural Change, Leeds Metropolitan University (UK). Postdoctoral Researcher, Foreign Policy, Tourism & Recreation Advice Centre, Flemish Government (Belgium). Research Fellow at the University of Pennsylvania, School of Arts and Sciences. At the PMTS Master's Course, Salazar teaches Local Communities and Eco-Museums.
- **Frans Schouten**, Professor at the Breda University NHTV (Institute for Tourism and Transport) in The Netherlands. Consultant for the management of cultural heritage at the Unesco/UNDP projects for the integrated strategic development of cultural tourism (Indonesia, South Pacific, China, Central Asian Republics). Chair in Unesco courses on heritage tourism. Member of the editorial board of the Levend





Erfgoed ("Living Heritage") magazine. Member of the board of "Best of Heritage" in Zagreb, Croatia. At the PMTS Master's Course, Schouten teaches Cultural Studies.

- **Simon Taylor**, Senior Lecturer in Law at the Paris Diderot University, Paris 7. Reporter for the British Institute of International and Comparative Law. Responsible for the law option for the Applied Languages Degree at the Paris Diderot University, Paris 7. At the PMTS Master's Course, Taylor teaches European Tourism Law.
- **Chris Wilbert**, A geographer, he is senior lecturer in Tourism Geographies at the Anglia Ruskin University in Cambridge, where he is pathway leader for MA International Sustainable Tourism Management and supervises doctoral students in tourism and related disciplines. At the PMTS Master's Course, he teaches Geography of Environment and Tourism. Wilbert's teaching focuses on tourism geographies, social and cultural theory, cultural and urban tourism, leisure and tourism in urban regeneration, dark tourism, development of destinations, wildlife and nature tourism. His recent research has focused on everyday human-animal interactions, tourism performances, environmentalism and sustainability, technonatures, uses of media in tourism/leisure spaces, and tourism/leisure in urban regeneration. Among his publications, the following may be mentioned here: *Autonomy, Solidarity, Possibility: The Colin Ward Reader* (with Adam White, AK Press, 2011); *Technonatures: Environments, Technologies, Spaces and Places in the Twenty-First Century* (with Adam White, Wilfrid Laurier University Press, 2009). H At the PMTS Master's Course, Wilbert teaches Geography of the Environment and Tourism.
- **Stephanie Payne**, PhD, Geography with specialization in Political Economy at Carleton University, Ottawa, Canada. She is member of the Geomatics and Cartographic Research Centre at Carleton University, directed by Prof. Fraser Taylor, where she was responsible for creating the Treaties Module of the pilot Living Cybercartographic Atlas for Indigenous Perspectives and Knowledge for the Great Lakes-St. Lawrence Region, which was launched in May 2008. Her doctoral research was built on this initial work and involved the creation of the Lake Huron Treaty Atlas: an online, interactive, multimedia (cybercartographic) atlas intended to shed light on the many dimensions of treaty relationships. It combines many interests, reflects a critical perspective and seeks to contribute to enhanced intercultural understanding and awareness. Her current work as a Social Sciences and Humanities Research post-doctoral research fellow at the University of Manitoba focuses on collaborative approaches to further developing the Residential Schools component of the Lake Huron Treaty Atlas. Amongst her publications, she wrote several articles on International Journals as *Cartographica*, *Geomatica*, *International Journal of Digital Earth*, and *International Journal of Cartography*. H At the PMTS Master's Course, Pyne teaches Intercultural Geography.
- **Terry Stevens**, Formerly Professor of Tourism Management at the Swansea Metropolitan University. Visiting Professor at three universities in the UK. Managing Director of Stevens & Associates, International Tourism Consultants. Member of the American Leisure Academy. Member of The Royal Society for the encouragement of Arts, Manufactures and Commerce (RSA) in the UK. Member of The Tourism Society in the UK. His clients include the UNWTO, Ilo, Unesco, national tourist boards, and private sector clients. Consultancy work in forty countries. Former Vice Chair of the Wales National Tourist Board. H At the PMTS Master's Course, Stevens teaches Tourism Marketing Management.
- **Jean-Michel Tobelem**, Master Professor at the Amiens University, the Angers University, CELSA (Sorbonne U.), the École du Louvre, Paris 1 University IREST, the Paris 1 University DESUP, and the Paris 3, Saint-Étienne University Director of Option Culture, France. Responsible for: a) Studies for the ministry of culture, the ministry of tourism, local authorities, NGO, and corporations; b) Participation to the NEMUS project (creation of jobs in the museum sector, European Commission). Member of ICOM (International Council of Museums) and former member of the board of the Intercom (management) committee of ICOM. Director of the series "Gestion de la culture" at l'Harmattan Member of the editorial board of the international Journal *Museum Management & Curatorship*. H At the PMTS Master's Course,







La presenza relativa ai visiting professor è in continua evoluzione e, in ogni caso, in espansione, in quanto sono in corso accordi di collaborazione per i prossimi anni.

La metodologia della didattica prevede che oltre alle tradizionali lezioni frontali, che comunque vengono completate da lavori e proposte creative che gli studenti possono sperimentare, vengono organizzati laboratori didattici, realizzati con partner territoriali e aziendali. I laboratori didattici sono un'attività formativa specifica e si caratterizzano per l'enfasi sull'attività pratica e sono quindi diretti alla trasmissione di un "saper fare" che integri e qualifichi il processo formativo, costituendo un ponte ideale fra il sapere teorico-metodologico offerto negli insegnamenti e la pratica professionale per la quale lo studente viene preparato. La presenza dell'Ateneo sul territorio e le costanti relazioni con gli operatori turistici del territorio permettono un'offerta di laboratori differenti e differenziati ogni anno, che, oltre che essere un trampolino per gli studenti per sperimentare il mondo del lavoro, sono inoltre opportunità sempre al passo con i tempi e con le evoluzioni della filiera del settore.

I docenti, in costante rapporto con le imprese del territorio, ma anche con partner istituzionali, sviluppano e partecipano ad importanti progetti di eccellenza, che hanno significativi impatti di visibilità mediatica.

A titolo esemplificativo, si ricorda il progetto Bergamo 2.035, in collaborazione con Harvard University degli Stati Uniti; le Mura della città di Bergamo nella Tentative List dell'Unesco e i connessi progetti volti alla sensibilizzazione della cittadinanza e delle giovani generazioni, in particolare le scuole; il progetto internazionale Regione Europea della Gastronomia, che vede l'Università referente scientifico per la Lombardia Orientale per l'anno 2017.

Inoltre, dall'a.a. 2014-15 l'adesione al programma 'Smart Cloud'; il rafforzamento della rete Erasmus (Spagna, Serbia, Russia); il rafforzamento della Rete Erasmus Placement (Progetto Centralità dei Territori); in ultimo, il double degree in Estonia e Spagna.

L'anagrafe del MIUR mostra l'andamento degli iscritti. La Laurea Magistrale LM 49 in Progettazione e Gestione



dei Sistemi Turistici vede 17 corsi attivi in Italia nell'anno accademico 2015-2016<sup>43</sup>. Nell'anno accademico precedente erano 16 (si è aggiunta nel 2015 l'Università degli studi di Bari A. Moro).

L'Università di Bergamo presenta una buona tenuta delle iscrizioni in prospettiva nazionale, per cui nell'a.a. 2013-14 è al 6° posto per matricole registrate e 4° per numero totale di iscritti, con un basso numero di abbandoni). Nell'a.a. 2014-15 sono 42 gli iscritti (mentre erano 45 nell'a.a. 2013-14). Inoltre, i dati mostrano una progressiva crescita di studenti provenienti da altri territori e una più equilibrata presenza di stranieri, con un aumento di presenze da paesi europei.

Sebbene il numero di iscritti al primo anno sia lievemente diminuito nell'a.a. 2014/2015, si nota però il valore relativo agli iscritti del secondo anno, che si mantiene saldo e costante, se non in crescita rispetto agli anni precedenti, così come il numero dei laureati.

Tutti gli studenti iscritti sono attivi, dei 56 studenti laureati nell'a.a. 2011-2012, i 30 contattati da sondaggi interni sono occupati. In ultimo, si sottolinea l'ottima occupabilità degli studenti sul territorio locale e altri territori.

	A.A. 2011/12	A.A. 2012/2013	A.A. 2013/14	A.A. 2014/15
Università di Bergamo – Progettazione e gestione dei sistemi turistici				
Iscritti al 1°	42	59	46	36
Iscritti al 2°	17	38	41	37
SLaureati	17	26	42	
TOTALI	59	97	86	73

### 2.4.2 I CENTRI DI RICERCA DELL'UNIBG

Il **Centro Studi per il Turismo e l'Interpretazione del Territorio (CeSTIT)** è stato istituito nel giugno 1999. Ha sede, ai fini organizzativi ed amministrativi, presso il Centro Studi del Territorio "Lelio Pagani". Si configura come luogo di elaborazione culturale, ricerca teorica e applicata, formazione, consulenza e scambi interculturali nazionali ed internazionali nell'ambito delle problematiche del territorio, dei beni e delle attività culturali e delle attività turistiche, con specifico riferimento alla interpretazione dei fenomeni in atto, previsione delle tendenze future, condizioni gestionali e operative, interpretazione delle condizioni di sviluppo e di competitività territoriale, organizzazione dei servizi. Il Centro continuerà a muoversi in una dimensione internazionale con costante attenzione alle realtà, alle problematiche e alle prospettive della Comunità Europea, coerentemente con il know-how, le potenzialità delle risorse e gli orizzonti culturali della Facoltà di Lingue e Letterature Straniere. Le attività del CeSTIT riguardano ricerca applicata, divulgazione attraverso i Quaderni del CeSTIT, convegni, formazione, progettazione europea.

Il Centro ha come compito quello di promuovere ed elaborare ricerche e consulenze afferenti ai due temi di riferimento- il turismo e l'interpretazione del territorio- con particolare attenzione alla integrazione tra le due componenti, quale caratteristica peculiare di un segmento crescente della domanda turistica attuale. In particolare, elaborazione di studi e ricerche di natura teorica e metodologica; costruzione di banche dati e

<sup>43</sup> <http://www.university.it/index.php/cercacorsi/universita>





diffusione delle elaborazioni; ricerche e consulenze per conto di committenti pubblici e privati; sviluppo di relazioni con studiosi italiani e stranieri; attivazione e gestione di osservatori del fenomeno turistico.

I *Quaderni di viaggi e turismo* del CeSTIT sono sin dalla fondazione lo strumento agile e tempestivo, creato per offrire al mondo della formazione superiore (universitaria e postuniversitaria) conoscenze e materiali didattici innovativi, anche a partire da occasioni di confronto con il mondo dell'impresa e delle professioni turistiche. I testi pubblicati si caratterizzano per la ricerca di un orizzonte culturale ampio e multidisciplinare, nel quale interpretare e insegnare il turismo, e per la varietà delle voci invitate di volta in volta a intervenire, nella forma consueta del contributo scientifico o del saggio, ma anche del seminario, del dibattito, dell'intervista o della testimonianza professionale. Dal 2014, la Collana si rinnova per ospitare la Serie *Nuovi Orizzonti* (peer reviewed), diretta da Rossana Bonadei e da Roberta Garibaldi. La Collana è accreditata AIDEA. I volumi della Serie includono studi sottoposti a referaggio. Ospiteranno inoltre ricerche inedite e approfondimenti, dedicati all'ambito specifico di segmenti di consumo diventati tendenza culturale. I nuovi orizzonti riguardano in particolare l'innovazione, gli sviluppi del turismo cosiddetto "creativo" ed "esperienziale", e le ormai numerose nicchie del consumo turistico sostenibile e responsabile dove prioritaria è l'interazione con la comunità ospitante. La Serie include anche contributi in lingua inglese.

Il Centro si pone come riferimento per incontri e confronti sul territorio, organizzando periodicamente convegni locali, nazionali ed internazionali sui temi attinenti il turismo. Tra i numerosi eventi organizzati nel corso degli anni, si ricorda l'appuntamento con il Convegno sul Turismo Culturale Europeo, giunto nel 2015 alla sua terza edizione.

Negli anni, il Centro ha attivato negli anni, e può attivare corsi di formazione post laurea (master, ecc.), corsi brevi di aggiornamento per operatori e tecnici, corsi per lo sviluppo dell'imprenditorialità nel settore.

Il Centro Studi presta particolare attenzione ai bandi di finanziamento italiani ed europei in ambito turistico, intessendo collaborazioni con soggetti pubblici e privati. I Bandi rappresentano non solo un'opportunità di sviluppo e concretizzazione di idee progettuali, ma permettono di mantenere e implementare i rapporti sia a livello locale che a livello internazionale; permettono di costruire reti di ricerca e sviluppare progetti innovativi e creativi di respiro internazionale; consentono ai nostri giovani ricercatori di mettersi alla prova con idee e pratiche scientifiche di eccellenza.

Il Centro si avvale di una rete di collaborazioni nazionali ed internazionali alla quale partecipano Università, centri di studio, associazioni, dipartimenti aziendali e singoli studiosi con i quali in questi anni sono maturati rapporti di collaborazione operativa<sup>44</sup> e si avvale della collaborazione di docenti o manager di Istituti internazionali<sup>45</sup>.

---

<sup>44</sup> Intrattiene organici rapporti con i seguenti enti: Acta, Milano, Atlas, Aiest, Centro Studi sul Mediterraneo di Lugano, Certet, Università Bocconi, ERSAF Lombardia, Gruppo Clas, IGCAT, Sistor

<sup>45</sup> Berlin Tourismus, Fachschule di Monaco (D), Harstad College (N), Interpret Europe, NHTV di Breda (NL), University of Bournemouth (UK), Università di Gottingen (D), Università di Jyväskylä (SF), Università di Malta (MT), Université Paris V (F), University of Plymouth (UK)

Université de Quimper (F), Università di Tartu (ES), University of Wales (UK), Università di Innsbruck (A)







La struttura organizzativa è composta da un *coordinatore*, prof.ssa Roberta Garibaldi; dal *Board*, Rossana Bonadei, Lorenzo Canova, Ettore Castagna, Francesca Forno, Andrea Macchiavelli, Roberto Peretta; da junior researcher e da esperti esterni.

**L'osservatorio CORES** è un gruppo di ricerca interdisciplinare il cui scopo è quello di indagare i meccanismi e i processi all'origine dell'aumento registrato negli ultimi anni di tutte quelle pratiche economiche che includono i gruppi di acquisto solidale, gli investimenti socialmente responsabili, le imprese sociali, le monete locali, le economie alternative, il commercio equo e solidale, la microfinanza e altri esperimenti innovativi quali le reti di co-produzione tra consumatori-produttori locali, nuove esperienze cooperative, gruppi di risparmio, le banche del tempo, i LETS, ecc. Queste pratiche, molto spesso risultanti dell'azione diretta di gruppi di cittadini, rappresentano un modo di re-incorporare l'economia nella società, e quindi riorganizzare la vita economica sulla base dei bisogni umani e sociali.

Ufficialmente fondato all'inizio del 2012, il gruppo ha attualmente tre temi interconnessi che guidano e organizzano la propria attività: i comportamenti dei consumatori e gli stili di vita sostenibili; le pratiche di co-produzione e le nuove reti economiche che favoriscono mezzi di sussistenza, produzione e distribuzione sostenibili; i fattori che rendono gli individui, i gruppi o le organizzazioni (profit e non profit) più inclini verso investimenti socialmente responsabili (SRI) e pratiche economiche sostenibili. Ognuno di questi temi ha una serie di progetti di ricerca, molti dei quali sono finanziati da enti esterni. Il gruppo è anche responsabile di un progetto nazionale sulle Reti alternative di cibo in Italia (GAS: gruppi di acquisto solidale e RES: reti di economia solidale). Queste reti possono favorire la co-produzione di pratiche e modelli innovativi di reti sociali che possono facilitare mezzi di sussistenza, produzione agricola e distribuzione sostenibile attraverso il supporto delle comunità locali.

Il CORES promuove convegni, seminari di studio, workshop e in generale momenti di condivisione e partecipazione pubblici; inoltre, raccoglie e pubblica le proprie ricerche in diversi volumi, saggi e libri.







Inoltre, presso l'Università è attivo anche il **Laboratorio Cartografico Diathesis**, che svolge ricerche tramite partenariati e collaborazioni con strutture locali, centri di ricerca nazionali e internazionali, enti di cooperazione internazionale. I membri del Laboratorio Cartografico Diathesis svolgono attività didattica a più livelli, tenendo moduli didattici nei Corsi di studio triennali e magistrali, così come seminari di alta formazione all'interno di Dottorati di ricerca. Oltre all'attività didattica frontale, svolgono laboratori didattici rivolti principalmente agli studenti dei Corsi di studio Magistrali.

### 2.4.3 SDM - SCHOOL OF MANAGEMENT

I Master e tutti i corsi post laurea offerti dall'Università di Bergamo fanno riferimento ad una organizzazione dedicata, la School of Management (SdM – [www.sdm.unibg.it](http://www.sdm.unibg.it)), che si occupa della gestione e dell'organizzazione amministrativa di corsi, in coordinamento con gli altri uffici universitari specializzati nei diversi servizi. La SdM si occupa dal 2005 di formazione, ricerca e consulenza nel campo del management applicato in diversi ambiti disciplinari.

In quanto Centro di Ateneo dell'Università degli studi di Bergamo, rappresenta il punto di incontro delle risorse accademiche e professionali più qualificate nelle diverse aree di competenza. L'offerta di corsi di vario livello (Master di I e II livello, corsi di perfezionamento e corsi ad hoc) permette di acquisire competenze e creare profili professionali che riflettono le richieste dell'attuale mondo del lavoro. Tra i suoi servizi, e in collaborazione con altri Centri di Ricerca dell'Università di Bergamo, realizza analisi e studi mirati a organizzazioni e imprese in fase di cambiamento o crescita.

I corsi di SdM permettono di sviluppare conoscenze e formare competenze di eccellenza, attraverso un approccio caratterizzato da dinamismo, indipendenza, creatività e attenzione alle persone. I valori alla base delle attività, quali la multidisciplinarietà, la passione, il dinamismo, l'energia, l'interazione, la capacità di ascolto e di fare insieme, permettono di realizzare corsi interdisciplinari di alta formazione e contribuire al futuro del territorio in una prospettiva internazionale. SdM è specializzata anche nella creazione di "corsi su misura", dedicati a imprese o enti che abbiano la necessità di realizzare corsi per i propri collaboratori. Questi corsi sono prima progettati sulle specifiche esigenze fornite dai committenti e poi realizzati con insegnamenti, durata, orari "ad hoc".

Di seguito, una tabella di sintesi dell'offerta didattica post laurea ad oggi:

MANAGEMENT D'IMPRESA	PROFESSIONI UMANISTICHE E SOCIALI	SERVIZI GIURIDICO-LEGALI	SANITÀ E PUBBLICA AMMINISTRAZIONE
MASTER 2° LIVELLO MEGMI - Gestione della manutenzione industriale (II livello)	MASTER 2° LIVELLO L'operatore educativo e l'Autismo	MASTER 2° LIVELLO Diritto delle migrazioni (VI ed.)	MASTER 2° LIVELLO Il farmacista e i prodotti omeopatici: strategie di marketing (III edizione)





## Dossier Alta Formazione ad Astino

Welfare management			
<b>MASTER 1° LIVELLO</b> MEGMI - Gestione della manutenzione industriale (I livello) GMC - Global Management for China Systems innovation and management Tecnologie e processi della filiera tessile (V edizione) Gestione strategica dell'ambiente e responsabilità sociale nei processi organizzativi Gestione e sviluppo delle risorse umane Marketing Management per l'Impresa Internazionale (XI edizione)	<b>MASTER 1° LIVELLO</b> Psicomotricità integrata nei contesti educativi e di prevenzione (VII edizione)	<b>CORSI DI PERFEZIONAMENTO</b> Giurista internazionale d'impresa (II edizione) Diritto del Lavoro	<b>MASTER 1° LIVELLO</b> Management per le professioni sanitarie e dell'assistenza sociale (VII edizione)
<b>CORSI DI PERFEZIONAMENTO</b> La gestione della farmacia orientata al mercato che cambia: marketing, comunicazione e aspetti economico - giuridici	<b>CORSI DI PERFEZIONAMENTO</b> Violenza di genere e bullismo: conoscere per agire, educare per prevenire Community of philosophical inquiry in education and philosophy with children Mediazione sociale e familiare (IX edizione) Formatore qualificato in materia di salute e sicurezza sul lavoro		<b>ALTA FORMAZIONE</b> Management e leadership delle strutture sanitarie: nuovi scenari organizzativi
<b>ALTA FORMAZIONE</b> GO'IN - Imprenditorialità ed innovazione per l'internazionalizzazione delle pmi			

L'attività di studi e ricerche di SdM prevede ambiti d'intervento molteplici, tutti focalizzati ad analizzare l'oggetto definito e individuare eventuali interventi migliorativi. L'intervento può partire dall'osservazione di un'organizzazione in fase di cambiamento o di crescita, per giungere a suggerire le soluzioni più adatte implementabili con interventi mirati, anche in termini formativi. L'osservazione e l'analisi consentono di creare materiali di studio e "best practice" che assicurano visibilità e immagine ai committenti.





La School of Management ha da sempre un rapporto di collaborazione con Enti e Aziende del territorio e internazionali, per la realizzazione di corsi ad hoc, tirocini, project work, ricerche o sponsorizzazioni. Queste attività garantiscono un valore aggiunto a tutti gli attori, poiché da un lato offrono competenze innovative e specializzate e, dall'altro, le imprese e le organizzazioni consentono la conoscenza diretta del mondo operativo e professionale creando una "cross-fertilizzazione incrociata".

### 2.4.4 CERTIFICAZIONE DI QUALITÀ DELL'OFFERTA POST LAUREA

L'Università degli studi di Bergamo ha ottenuto la certificazione di qualità in conformità alla Norma UNI EN ISO 9001:2008, che regola i Sistemi di Gestione della Qualità delle organizzazioni, nell'ambito della progettazione, erogazione e monitoraggio post esecuzione delle iniziative formative post laurea. La nuova Norma ISO 9001:2008 è stata edita nell'ottica di far evolvere e migliorare la gestione della qualità nelle organizzazioni con l'obiettivo di migliorarne la compatibilità con lo Standard ISO 14001 che regola il Sistema di Gestione Ambientale, e stimolando le organizzazioni a implementare i propri sistemi gestionali. La certificazione di conformità a norme e specifiche tecniche è un prezioso strumento di promozione dei prodotti sui mercati; rappresenta una garanzia di affidabilità del servizio offerto e si presenta quindi come uno strumento primario di tutela dei consumatori. Il sistema di gestione codifica le procedure, le modalità e il livello qualitativo che è necessario raggiungere e mantenere al fine di avere la qualifica ISO 9001. La procedura include un sistema di monitoraggio che inizia con la progettazione di massima e di dettaglio, le modalità di pubblicizzazione del Master, la fase di formazione in aula, l'erogazione delle attività, le attività di stage e ricerca, la prova finale e le certificazioni rilasciate.

## 2.5 TABELLA DI SINTESI DELL'ANALISI DELL'OFFERTA

### Analisi offerta corsi in HOTELLERIE e F&B

<b>Punti di forza</b>	<b>Punti di debolezza</b>
<p><u>Università di Bergamo</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Corso di laurea specialistica con indirizzo internazionale</li> <li>• Double degree con Fairleigh Dickinson University</li> <li>• Visiting professor da tutta Europa</li> <li>• Esperienza pluriennale</li> <li>• Centri di ricerca (CeSTIT, CORES, Diathesis)</li> <li>• Network internazionale</li> <li>• Network nazionale e sul territorio</li> <li>• Alta % inserimento lavorativo</li> <li>• Convegno Internazionale annuale sul Turismo Culturale</li> <li>• School of Management</li> <li>• Certificazione qualità ISO 9001:2008</li> <li>• Placement, Career Day con No Frills</li> </ul> <p><u>Offerta internazionale</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Internazionalizzazione</li> <li>• Corsi di lunga esperienza</li> <li>• Svolgimento di 1 anno lavorativo nel settore, in alcuni casi, ma possibilità di scelta se svolgere o meno l'anno lavorativo</li> <li>• Moduli d'insegnamento online, in alcuni corsi</li> <li>• Lezioni in lingua inglese</li> </ul>	<p><u>Università di Bergamo</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Blocco turn over</li> <li>• Rapporti con le ambasciate</li> <li>• Carenza di fondi per attivare nuovi corsi</li> <li>• Attività di promozione e comunicazione</li> </ul> <p><u>Offerta internazionale</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Concorrenza internazionale e nazionale (soprattutto in Regno Unito)</li> <li>• Carenza di strutture interne in cui svolgere l'Internship</li> <li>• Poche strutture accreditate da UNWTO</li> </ul> <p><u>Offerta università italiane</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Scarsa offerta di master in hotellerie (solo quattro master)</li> <li>• Concorrenza internazionale</li> <li>• Assenza di corsi organizzati in una struttura completa che includa anche un hotel dove far pratica sui processi</li> <li>• Pochissimi master congiunti con altre università</li> </ul>





## Dossier Alta Formazione ad Astino

- Per le strutture non universitarie, collaborazioni con università per singoli corsi
- Disponibilità di corsi propedeutici

### Offerta università italiane

- Presenza di uffici per il placement
- Collaborazioni con università straniere
- Accreditazioni da associazioni specializzate di settore
- Partnership con aziende di settore per project work e internship
- Internship di lunga durata (alcuni mesi)
- Lezioni in lingua inglese
- Favorita la creazione network tra studenti

### **Opportunità**

- Una struttura splendida in un contesto verde di grande pregio
- Creazione di un polo multifunzione d'eccellenza
- Offerta didattica del Master di livello internazionale
- Offerta didattica del Master multidisciplinare, basato sull'active learning e sulle esperienze, con attenzione allo human touch
- Offerta didattica e struttura del master con filosofia "green"
- Possibilità di attività in outdoor nel Parco dei Colli
- Possibilità di avere una struttura alberghiera a disposizione del Master, dove l'offerta didattica tradizionale viene affiancata a momenti di formazione esperienziale sul campo
- Ampliamento del network internazionale di visiting, docenti, ricercatori e studenti
- Crescita della struttura ricettiva e del bar-ristorante all'interno dell'ex Monastero
- Rivitalizzazione dell'Ex Monastero e del territorio
- Offerta rivolta sia alle grandi alle piccole-medie strutture alberghiere
- Network con il mondo delle imprese locali, nazionali e internazionali
- Collaborazioni con le istituzioni del territorio per la valorizzazione della struttura e del master
- Collaborazioni con gli enti locali del settore
- Utilizzo di tutti i servizi di Unibg per gli studenti
- Accreditazioni nazionali e internazionali
- Far crescere la percezione, tra gli operatori, che sia importante, per le nuove generazioni, una formazione di alto livello in turismo
- Disponibilità di corsi di approfondimento sulle lingue straniere con corsi già offerti da Unibg

### **Minacce**

- Competitors nazionali e internazionali con corsi attivi da anni
- Alti costi di ristrutturazione della struttura
- Tempi lunghi per l'attivazione di tutti i servizi
- Diffidenza da parte della comunità locale
- Basso numero degli iscritti alle lauree in ambito turismo in Italia
- Difficoltà di cogliere pienamente i bisogni formativi degli operatori del settore, soprattutto medi e piccoli





## CAPITOLO 3 - L'OFFERTA FORMATIVA UNIBG PER IL MONASTERO DI ASTINO

### 3.1 COSA VOGLIAMO OFFRIRE A ASTINO?

La sede dell'ex Monastero di Astino si adatta alla scelta di sviluppare uno spazio multifunzione, multi obiettivo e multi target. Una scuola di formazione che ospiti sia gli studenti, principali beneficiari dei corsi che verranno attivati; ma anche docenti e ricercatori internazionali, che ruotano attorno ai tre centri di ricerca; inoltre, bergamaschi interessati a workshop ed eventi che qui avranno luogo e, ovviamente fruitori del ristorante.



Nel Monastero il bar-ristorante potrebbe affiancarsi ad un albergo di livello. La struttura ricettiva potrà accogliere sia i turisti in visita al territorio bergamasco, alla ricerca di una location tranquilla, nel verde, ma può configurarsi anche come una vera e propria struttura di formazione sul campo per gli studenti del Master e dei corsi; potrà ospitare docenti, ricercatori, relatori, visitatori, partecipanti a convegni e tutto il personale collaterale all'università stessa, che fungerà quindi da mercato potenziale in certa espansione.

Le cucine presenti negli spazi formativi non solo potranno essere impiegate dagli studenti del Master e dei corsi per attività di formazione, bensì saranno spazi disponibili per organizzare e tenere corsi di cucina, ad esempio rivolti al target dei turisti foodies. Inoltre, dati gli spazi disponibili, qui potrebbero avere luogo eventi e cerimonie, che sarebbero, da un lato, una perfetta formazione sul campo per gli studenti, dall'altro, un elemento attrattivo e vitalizzante dell'intera struttura, rendendola viva e frequentata, oltre che, in ultimo, una opportunità di entrate economiche extra per l'organizzazione e gestione della stessa.

Le ampie sale del Monastero potranno essere usate per ospitare un centro congressi a livello nazionale ed internazionale, che consenta la realizzazione di incontri universitari, di eventi di ricerca e di congressi aziendali. Questo permetterebbe di destagionalizzare le presenze turistiche, favorendo l'occupazione delle camere della parte di hotel e le presenze nel ristorante del Monastero.





Nelle sale del Monastero si potranno stabilire anche un centro di incontri relativi al turismo e food per il territorio provinciale, ed una biblioteca specializzata sugli stessi temi, dove possano essere raccolte tutte le pubblicazioni che trattano queste tematiche riguardanti il territorio di Bergamo (raccolta già parzialmente presente negli uffici di turismo della Provincia). Nella biblioteca, che includerà inoltre al suo interno un'emeroteca, potranno essere presenti accoglienti spazi all'aperto, dove i visitatori possano dedicarsi alla lettura godendosi l'ambiente del Parco dei Colli.



### 3.2 MISSION

La creazione di un centro di formazione e di ricerca di eccellenza di rilevanza internazionale è la nostra

#### MISSION

Vogliamo proporre un luogo di formazione e di ricerca di elevato livello per i futuri professionisti del settore che desiderano eccellere nel proprio ambito e futuro lavorativo. Abbiamo quale obiettivo affrontare e proporre i temi di turismo e food in modo innovativo. Proponiamo progetti e realizziamo interventi formativi, per sviluppare, stimolare e valorizzare le potenzialità della Risorsa Umana, offrendo esperienze di apprendimento dinamiche e intensive, lasciando tutto lo spazio necessario al singolo di individuare il proprio percorso d'eccellenza, sempre e comunque affiancato da esperti del settore.

In particolare, per quanto riguarda i **Master**, proponiamo una offerta integrata che possa, nella sua interezza, costituire un unicum innovativo e facilmente spendibile con:

- Un progetto chiavi in mano con un approccio multidisciplinare e basato sull'active learning:





- **Multidisciplinarietà.** Competenze teoriche e tecnico-applicative, conoscenza delle lingue, attenzione agli aspetti culturali, territoriali, ambientali, sociali ed economici.
- **Imparare attraverso l'esperienza.** Attività nel ristorante, nell'hotel, nel centro congressi della struttura. Visite a produttori, attrazioni, imprese alberghiere ed intermediari,... Partecipazione a lavori di ricerca. Laboratori e tirocini.
- **Internazionalità**, ma attenzione al **modello italiano di ospitalità**
  - **Internazionalità**, degli studenti, dei docenti, per i tirocini, per la lingua insegnata, per la visione globale proposta
  - **Modello italiano di ospitalità.** Attenzione alle peculiarità del sistema Italia e all'offerta delle imprese di piccole medie dimensioni
- **Focus sulla persona**, con un progetto che miri, fase per fase, settimana dopo settimana, allo sviluppo delle competenze individuali, professionali e personali, di ogni studente. La progressione del corso è modulata con attenzione per facilitare l'ottimale raggiungimento degli obiettivi di ognuno.



Il Master offre ai partecipanti che hanno talento un ambiente accogliente, creativo e proficuo per costruire professionalità con una base salda e ben strutturata riguardo ai temi dell'ospitalità. Porre al centro del Master il concetto di innovazione significa riconoscere il trend crescente relativo a questo settore economico. Creare esperienze di visita indimenticabili richiede una certa vision, un pensiero razionale e una predisposizione all'accoglienza. Sono dunque necessarie persone che siano in grado di avere uno sguardo sistemico rivolto al futuro, per innovare e portare nuove forme di imprenditoria, trovare soluzioni creative in un mondo in costante mutamento, ed in cui pervade la globalizzazione, la digitalizzazione, la sostenibilità. Il Master intende lavorare in modo olistico sul concetto di ospitalità.

Il percorso prevede l'attivazione di un primo Master già nell'autunno 2016, a cui negli anni successivi potranno eventualmente seguire ulteriori proposte. **Dall'analisi precedente è emerso:**

- **l'esiguo numero di master nel settore hotellerie sul mercato italiano;**
- **l'alto numero di occupati nel settore alberghiero**
- **la rara possibilità di avere una struttura alberghiera a disposizione della scuola, dove l'offerta didattica tradizionale viene affiancata alla possibilità di avere momenti di formazione esperienziale sul campo**

**Si propone così di sviluppare come prima offerta un Master in Hotellerie.**





### 3.3 STRUTTURA DIDATTICA

La proposta di Master in Hotellerie rappresenta un'offerta complementare agli attuali corsi che l'Università di Bergamo offre, andando a proporre un percorso specifico sui temi dell'hotellerie che si affianca a quelli di gestione della destinazione. Il turismo costituisce un settore in forte espansione che non ha subito flessioni, anzi si configura come un settore in costante crescita. L'espansione del settore richiede figure professionali altamente formate soprattutto per posizioni dirigenziali e manageriali di alto livello. In questo senso, il Master è in grado di formare professionisti del settore dell'hotellerie, e di metterli in contatto con il mondo del lavoro, con una proposta fortemente concorrenziale e tematiche innovative.

Oggetto: Master universitario di primo livello di Hotellerie

Denominazione Master: da definire

Tipologia Master: Post Lauream

Livello: I Livello

Anno Accademico: 2016/2017

Direttore: Roberta Garibaldi

Obiettivi: Il Master ha l'obiettivo di aiutare i partecipanti a inserirsi con successo in aziende dei settori hospitality, grazie ad un percorso didattico intenso, personalizzato, innovativo e sfidante, completato da attività pratiche collaterali e percorsi di stage e tirocinio presso aziende del settore, disegnate su misura per ogni partecipante. Il Master permette di acquisire solide conoscenze, competenze e strumenti di management, grazie alla presenza di docenti dalle migliori università nazionali e internazionali, ricercatori di rilievo internazionale e manager di imprese leader del settore. Le attività didattiche permettono di imparare, interpretare e leggere le evoluzioni in atto nel settore, contribuendo ad apportare soluzioni innovative, creative e uniche in relazione alle esigenze d'impresa. L'internazionalizzazione dell'offerta permette di lavorare e acquisire competenze in un ambiente multiculturale e internazionale, in linea con la prospettiva di impiego nel settore.

Caratteristiche:

- Studenti italiani e stranieri, provenienti dalla laurea triennale, operatori turistici (catene, hotel familiari, extra-alberghiero,...)
- 12 mesi di lavoro, da novembre 2016 a novembre 2017
- 1.500 ore di corso in lingua inglese
- Formazione in aula, in outdoor e nella struttura alberghiera di Astino
- 40% di docenza di professori universitari italiani e stranieri
- 40% di docenza di professionisti provenienti da primarie aziende del settore
- Progetti sul campo sviluppati da partner territoriali
- 6 mesi di tirocinio presso aziende del settore
- 60 crediti universitari

Percentuale minima di frequenza: 75%

Posti disponibili: Il numero massimo dei posti disponibili è 25. Il numero minimo dei posti disponibili per assicurare la copertura finanziaria è 15.

Prova di ammissione: SI





Borse di studio: si prevede di individuare degli sponsor che possano supportare le borse

Conoscenze linguistiche richieste: Inglese

Profili professionali: Le opportunità di lavoro si indirizzano principalmente all'impresa privata, con particolare riferimento alle strutture ricettive alberghiere ed extra alberghiere, hotel con servizi complementari. A seguito del Master, lo studente potrà esercitare funzioni di responsabilità manageriale presso strutture ricettive e catene alberghiere nazionali e internazionali.

### 3.4 MASTER: CARATTERISTICHE DELL'OFFERTA

L'offerta didattica del Master, che costituisce un unicum nel suo genere, si fonda su tre elementi fondamentali, che permettono di spendere facilmente sul mercato il percorso formativo:

**I. Formazione interdisciplinare.** Il percorso di apprendimento deve essere vario, stimolante e multidisciplinare, personalizzato per ogni studente, lavorando sui seguenti elementi:

- a) Active Learning. Rappresenta la modalità più costruttiva e proficua per apprendere nuovi concetti e sperimentarli nel mondo del lavoro, a livello operativo e, in seguito, manageriale.
- b) Multidisciplinarietà. Competenze teoriche e tecnico-applicative, conoscenza delle lingue, attenzione agli aspetti culturali, territoriali, ambientali, sociali ed economici sono alcuni dei punti focali relativi alle materie e tematiche oggetto di studio.
- c) Concetti e modelli. Nonostante il forte accento posto sulle attività pratiche e su tirocini doing, è di fondamentale importanza legarsi a dei modelli teorici solidi, che possono essere acquisiti grazie alla presenza di docenti e visiting di altro livello.
- d) Competenze personali. Attenzione viene posta alle doti personali di ogni futuro professionista, veicolando competenze quali quelle di comunicazione, di leadership, di problem solving, etc.
- e) Personalizzazione. Grazie al costante monitoraggio dei suoi progressi, con l'affiancamento di professionisti, lo studente si può concentrare su ciò che più lo caratterizza e si può adeguare il percorso al procedere delle sue competenze.

**II. Imparare attraverso l'esperienza pratica e manageriale.** L'offerta permette di svolgere attività nel ristorante, nell'hotel e nel centro congressi della struttura. Inoltre, sono previste visite a produttori locali, attrazioni, imprese alberghiere, intermediari e fiere o workshop di settore, favorendo il contatto costante con i professionisti di settore. Si prevede, inoltre, grazie alla presenza dei 3 centri di ricerca, la partecipazione a progetti di ricerca internazionali, laboratori e tirocini.

In ultimo, sono previsti 6 mesi di tirocinio presso aziende del settore. Ciò mette in contatto lo studente con il mondo del lavoro, con le peculiarità del sistema Italia, seppur mantenendo un occhio di riguardo all'internazionalizzazione e tendenze di innovazione mondiali.

**III: Apprendimento imprenditoriale.** Si tratta di una modalità innovativa di apprendimento, in cui lo studente diventa imprenditore di se stesso, cercando di ottenere il maggior beneficio possibile dai propri sforzi. Il percorso è personale e individuale, gli insegnanti diventano dei coaches, lo studente è attivo e proattivo.

Quanto appena definito in relazione all'offerta didattica si struttura sulla base dei saperi che è necessario acquisire, sviluppare ed implementare nel tempo al fine di sviluppare professionalità competitive nel mondo del lavoro: sapere cognitivo, saper fare, sapere essere e sapere divenire. Tali saperi sono condensati nella tabella di





## Dossier Alta Formazione ad Astino

seguito, elaborata da Spelt (2009), che delinea le skill e le condizioni necessarie per una adeguata formazioni interdisciplinare<sup>46</sup>.

<b>Interdisciplinary thinking</b>	
Having knowledge	Knowledge of disciplines
	Knowledge of disciplinary paradigms
	Knowledge of interdisciplinarity
Having skills	Higher-order cognitive skills
	Communication skills
<b>Student</b>	
Personal characteristics	Curiosity
	Respect
	Openness
	Patience
	Diligence
	Self regulation
Prior experience	Social
	Educational
<b>Learning environment</b>	
Curriculum	Balance between disciplinary and interdisciplinary
	Disciplinary knowledge inside or outside courses on interdisciplinarity
Teacher	Intellectual community focused on interdisciplinarity
	Expertise of teachers on interdisciplinarity
	Consensus on interdisciplinarity
	Team development
Pedagogy	Team teaching
	Aimed at achieving interdisciplinarity
	Aimed at achieving active learning
Assessment	Aimed at achieving collaboration
	Of students' intellectual maturation
	Of interdisciplinarity
<b>Learning process</b>	
Pattern	Phased with gradual advancement
	Linear
	Iterative
	Milestones with encountering questions
Learning activities	Aimed at achieving interdisciplinarity
	Aimed at achieving reflection

Il primo livello di sapere è legato al **sapere cognitivo**, cioè le nozioni possedute, che si sviluppano nell'ambito di un percorso formativo che rispetti tutte le componenti della professione turistica. In questo senso, l'analisi precedentemente presentata ha permesso di inserire nell'offerta didattica tutti gli insegnamenti che permettono di acquisire nozioni fondamentali per la gestione e management d'impresa. Tra le materie oggetto di

<sup>46</sup> From Spelt et al (2009)





insegnamento, un accento particolare verrà posto alle conoscenze digitali, che la realtà alberghiera e del settore della ristorazione non possono ad oggi non considerare.

Il secondo livello di sapere è legato al **sapere fare**, gli aspetti pratici della gestione aziendale, che equivale a trasformare le informazioni e nozioni acquisite in abilità operative. Si ritiene che tale abilità possa essere spiegata e trasmessa non solo attraverso lezioni teoriche, bensì grazie a ore di preparazione sul campo.

Il terzo livello di sapere è legato al **sapere essere**, che equivale a sviluppare tutte quelle soft skill che ci permettono di affinare la nostra sensibilità e migliorare le nostre relazioni col resto del mondo. La risorsa umana del settore dell'hotellerie è in costante relazione con il cliente e deve essere in grado di comprenderne e percepirne le esigenze, al fine di offrire un servizio eccellente.

L'ultimo dei saperi è il **saper divenire**, che viene spesso definito come la somma dei tre saperi precedenti, ma anche in ogni caso permette al soggetto di mutare, evolversi, continuare ad essere aggiornato e al passo con le modificazioni della società, attraverso la formazione continua e la voglia di auto-formarsi.

Il corso è composto dai seguenti moduli:

- **Introduttivo- warm up-** con particolare attenzione all'ambientamento e all'allineamento delle competenze
- **Core**, con lo sviluppo delle principali tematiche in aula e nella struttura alberghiera di Astino. Si affronteranno gli aspetti di general management e dell'hospitality management
- **Comportamentale**. Particolare attenzione verrà data allo sviluppo di adeguate competenze comportamentali. Queste sono fondamentali in ogni ambito e in particolare in quello turistico, dove la soddisfazione del cliente si misura sulla relazione umana. **Il modulo verrà sviluppato prevalentemente in outdoor nel meraviglioso Parco dei Colli di Bergamo** (orienteering, team building,...
- **Progetti applicati**, sviluppo di un progetto applicato, lavorando a stretto contatto con l'azienda committente e **training on the job** (tirocinio nell'albergo della scuola durante molteplici week end), visite ad imprese turistiche, fiere o manifestazioni di settore
- **Tirocinio** in Italia o all'estero
- **Conferenza di chiusura**, con relatori di prestigio su un tema attuale e con la consegna dei diplomi

Si prevedono lavori di gruppo, sessioni di valutazione costanti, presentazioni pubbliche dei lavori svolti, coaching individuale, business game, così da stimolare in modo continuo e vario l'apprendimento. Il percorso formativo si sviluppa andando step by step ad affrontare le varie funzioni organizzative delle strutture ricettive, prevedendo per ogni modulo interventi teorici di inquadramento, testimonianze aziendali, e un lavoro applicato. Al termine del percorso si sarà in grado di gestire un hotel nella sua complessità.

Gli studenti del Master potranno perfezionare la conoscenza delle lingue straniere nei corsi dedicati già organizzati presso l'Università.

### 3.5 I PARTNER: LOCALI ED INTERNAZIONALI, GLI ENTI, LE ISTITUZIONI E LE AZIENDE

#### NETWORK CON IMPRESE DI SETTORE

Il Master ha quale obiettivo la formazione e l'inserimento degli studenti nel mondo del lavoro, apportando innovazione e professionalità nei settori hotellerie. A tal fine, è fondamentale la costante connessione con le imprese del settore, che, nell'offerta didattica si esplicita nel 40% di ore in aula alla presenza di manager del più alto livello; fuori dall'aula, con la possibilità di 6 mesi di stage presso aziende del settore e il coinvolgimento in progetti di ricerca applicata. In ultimo, la creazione di un Board gestionale del Corso, che includa rappresentanti del sistema manageriale della ricettività con i quali confrontarsi per la progettazione Master stesso.





L'Internship prevede minimo 6 mesi di attività presso una struttura del settore in Italia o all'estero e si configura quale percorso altamente personalizzato in relazione alle esigenze del singolo. La selezione delle imprese di internship viene fatta sulla base della reputazione della struttura, attrattività e coerenze del percorso proposto con i temi del Master, coerenza con le caratteristiche dello studente, e sulle reali opportunità di impiego futuro, rendendo quindi le imprese le reali protagoniste del processo di placement.

Le aziende convenzionate con la struttura potranno attivare diversi tipi di accordi, in relazione alla proprie esigenze e coerentemente con la struttura del Corso. In ogni caso, si prevede di attivare un network di aziende sponsor, oltre che partner di progetti didattici e stage, che potranno supportare economicamente lo sviluppo delle attività progettuali.

---

### NETWORK CON REALTÀ DEL TERRITORIO

E' di vitale importanza la creazione di una rete virtuosa con le altre realtà del territorio, che storicamente si occupano degli stessi temi e che organizzano attività formative da anni per gli operatori. L'offerta che si intende proporre è complementare a quanto già di eccellente esiste sul territorio e non intende dunque competere con gli altri enti. Si ritiene, al contrario, che si necessaria l'integrazione delle offerte presenti, implementando il dialogo con i soggetti che già operano (a esempio, le associazioni di categoria), al fine di promuovere congiuntamente il territorio e creare, se possibile, un vero e proprio distretto formativo dell'eccellenza, che soddisfi l'intera filiera.

Rilevanti, ad esempio, sono gli istituti professionali alberghieri della Regione, con i quali si potrebbero creare sia momento congiunti di formazione, sia corsi e workshop di approfondimento con e per gli insegnanti.

---

### NETWORK INTERNAZIONALI

L'Università di Bergamo ha già al suo attivo una rete di enti e centri internazionali, che si potrebbero fare convergere su Astino. Alcune attività già in corso con le reti nazionali ed internazionali, attivate ad esempio dal gruppo di lavoro del CeSTIT e PGST dell'Università, potranno fungere da volano di sviluppo per apportare nuove idee progettuali. Con il termine internazionalizzazione si fa riferimento a numerose attività già in corso e che si intendono implementare, quali corsi tenuti in lingua inglese da docenti e visiting professor provenienti da tutta Europa; presenza e lezioni tenute da visiting ed esperti internazionali tirocini all'estero e scambi internazionali; attività di comunicazione strutturata internazionale (sito, facebook, newsletter, presenze fiere, etc); attività di ricerca internazionali.

## 3.6 HUMAN TOUCH E I SERVIZI DEDICATI AGLI STUDENTI

Ciò che fa la differenza in un'organizzazione e nella conduzione di un'impresa è la capacità di valorizzare le persone, creare team, motivare e coinvolgere il gruppo nel perseguimento della mission o del proprio obiettivo formativo e nel raggiungimento degli obiettivi fissati. Tutto ciò può essere sviluppato solo attraverso un'attenzione e una sensibilità particolari alla persona, riconoscendone l'asset intangibile, cioè l'intelligenza, la creatività, la libertà. Tra le competenze che verranno sviluppate e implementate, si annoverano prima di tutto le doti comunicative, acquisendo consapevolezza delle dinamiche della comunicazione, delle barriere che limitano la comprensione dei messaggi, i principi dell'ascolto attivo, la forza della comunicazione non verbale. Sono proprio questi gli elementi intangibili, ma fortemente impressivi ed emotivi, che sono alla base di un'esperienza di viaggio e di permanenza indimenticabile, sono proprio quelli che qualificano la relazione con il turista, e definiscono il livello qualitativo dell'accoglienza, e sono in grado di influire sull'intensità dell'esperienza complessiva. Competenze quali il problem solving, l'empatia, la leadership e allo stesso tempo la flessibilità, la capacità al lavoro di gruppo, il saper negoziare, organizzare, sviluppare soluzioni creative ma fattibili sono tutti





fattori imprescindibili e che verranno sperimentati attraverso attività ad hoc. Tali competenze legate al saper essere si sviluppano sia grazie ad un ambiente di apprendimento, che implementi e favorisca l'interazione sociale ed il rapporto con l'esterno del mondo della formazione, ma è anche la somma di un insieme di fattori emotivamente positivi (clima, familiarità, sentirsi a casa, etc.), che stimolano e accelerano i processi di apprendimento.

Anche per gli studenti del Master si intende agire in quest'ottica, seguendo lo human touch, offrendo loro un ambiente confortevole in cui apprendere e offrendo loro numerose attività e contesti positivi. Per Human Touch si intende la forte propensione della struttura ad offrire agli studenti una offerta formativa in un ambiente che favorisce l'interazione sociale e lo sviluppo di maggiori abilità cognitive e percettive e motorie. L'ambiente arricchito è un concentrato di fattori positivi che stimola e accelera i processi di apprendimento. Alcuni esempi di proposte che verranno calendarizzate sono le attività di inserimento e conoscenza iniziale, affinché si crei un gruppo stimolante di lavoro positivo e propositivo; successivamente, una fase di team building, con attività quali orienteering nel Parco dei Colli, metodologie didattiche partecipative di gruppo, giornate dedicate al problem solving, alla gestione del reclamo e alla leadership d'impresa; fino all'organizzazione di visite a teatro, a musei del territorio per sviluppare gli aspetti relazionali e affiatare il team.

Le attività sopra proposte si integrano ai numerosi servizi, che già l'Università degli studi di Bergamo offre e che garantiscono il massimo supporto ai propri studenti, per assicurare assistenza e benessere. In questo senso, negli anni sono stati sviluppati e continuano ad essere implementati servizi per gli studenti iscritti. Tali servizi possono essere offerti anche agli studenti del Master, in quanto rappresentano un vero e proprio valore aggiunto dal punto di vista dell'offerta complementare. Tra questi si indicano:

- Accomodation Service, offre consulenza agli studenti provenienti da altri Paesi che soggiornano a Bergamo in relazione a Programmi di Mobilità Internazionale per ottenere una consulenza completamente gratuita, volta alla ricerca di un alloggio in appartamento attraverso la stipula di un contratto tra lo studente e un proprietario.
- Il CUS, Centro Universitario Sportivo, offre i propri impianti sportivi dell'Università di Dalmine e include centro fitness con sala pesi / macchine, due sale corsi, due saune e due bagni turchi, percorso di allenamento esterno, due palestre per sport di squadra; 30 attività sportive praticate, 90 postazioni e 35 corsi fitness.
- Il centro stampa opera all'interno delle sedi universitarie. Presso le sedi universitarie sono disponibili diversi centri stampa che offrono tale servizio a costi agevolati per gli studenti.
- Nelle diverse sedi universitarie sono presenti biblioteche tematiche che offrono le pubblicazioni di settore agli studenti.
- L'Università ha attivato convenzioni con le società che gestiscono i mezzi di trasporto locale, tra cui ATB e Trenord.
- Piattaforma di e-learning, un supporto on-line della didattica interattiva e per le attività collaborative.
- L'Università degli Studi di Bergamo ha attivato, tramite un accordo con Google, la fornitura dei servizi Google Apps for Education. I servizi offerti vanno dalla posta elettronica a un pacchetto completo di applicazioni web che consente di creare e condividere online documenti, presentazioni e fogli di lavoro, di organizzare gruppi e calendari, di creare siti web e wiki, di comunicare in audio e video via chat. Google apps mette a disposizione strumenti di comunicazione e collaborazione (Gmail, Google Calendar e Google Talk) su un dominio personalizzato.
- Microsoft Office 365 scaricabile gratuitamente per gli studenti
- Piattaforma informatica dedicata per mettere a contatto aziende del territorio e studenti con una sezione dedicata anche a start up.
- Convenzione con la Banca Popolare di Bergamo per ottenere finanziamenti agevolati per garantire il diritto allo studio.





### 3.7 ORIENTAMENTO E PLACEMENT



Il supporto allo studente nella fase di orientamento è di fondamentale importanza per il Master, che annovera tra i suoi plus le numerose opportunità di inserimento lavorativo, grazie ai percorsi dedicati che vengono sviluppati. L'Università ha già attivo un ufficio orientamento, che offre un servizio gratuito di counselling orientativo individuale e di gruppo affidato a uno psicologo dell'orientamento.

Il **servizio di counselling gratuito** si integra, inoltre, al servizio di orientamento in itinere e post lauream. Si offre agli studenti la possibilità di usufruire dei servizi pensati per superare le difficoltà che possono emergere nel percorso di studio; ad esempio, esiste un apposito staff per le informazioni necessarie sull'iter di avvio dei tirocini per gli studenti delle diverse aree didattiche; ma anche supporto a laureati per guidarli nella stesura del curriculum e per facilitarli nell'inserimento del mondo del lavoro.

L'Ufficio Orientamento ha un ruolo di intermediazione nel mercato del lavoro promuovendo stage e apprendistato. Il servizio di stage e placement offre alle aziende e agli enti del territorio un supporto nella ricerca e selezione di studenti e laureati e, allo stesso tempo, agli studenti un supporto per essere messi direttamente in connessione con il mondo del lavoro. E' già attivo, in questo senso, un portale online che mira proprio a facilitare questo match, nel pieno rispetto delle peculiarità individuali di ogni studente, e con un occhio di riguardo alle esigenze delle aziende coinvolte.



Tra le attività di recruiting che l'Università ha attivato, primario ruolo in questo ambito è il Recruiting Day, nell'ambito della fiera internazionale dedicata ai temi del turismo No Frills: una giornata dedicata al lavoro, formazione, convegni e soprattutto ad incontri di selezione tra chi è alla ricerca di lavoro e le aziende del settore.

In ultimo, al fine di completare il quadro dell'offerta relativa alle opportunità di placement si ricorda Start Cup Bergamo, la business plan competition completamente gratuita, che favorisce la nascita e lo sviluppo di nuove idee d'impresa provenienti dal territorio bergamasco. Coinvolge le maggiori imprese e istituzioni locali ed è collegata a Start Cup Milano Lombardia. L'Università di Bergamo offre un percorso personalizzato gratuito, in grado di supportare con specifiche attività di formazione, mettendo in contatto con finanziatori proprio per realizzare un progetto, purché sia originale e di stampo imprenditoriale. L'Università offre supporto nello svolgimento dell'intero processo di sviluppo, dal percorso di formazione personalizzato, calato sulle idee progettuali con docenti universitari, esperti del settore e programmatori Microsoft, fino alla preparazione del progetto, attraverso un supporto economico, ma anche tecnico da parte di esperti per la preparazione dell'idea progettuale, ma anche del business plan.

### 3.8 LA RICERCA E I CONVEGNI





L'eccellenza della formazione in ambito accademico è strettamente collegata all'eccellenza della **ricerca** che viene svolta nell'ambito delle attività di Ateneo. L'Università e i Centri connessi svolgono attività di ricerca di elevata qualità, in modo autonomo, proprio in virtù del valore aggiunto che tali conoscenze possono offrire ai corsi di studio proposti e agli avanzamenti conoscitivi necessari per un'offerta di qualità. La ricerca, se trasmessa, comunicata e condivisa con gli operatori di settore, diventa un riferimento costante per il territorio e per tutte quelle imprese che sono coinvolte. Tra le attività che si ritengono fondamentali in questo senso, vogliamo inserire il coinvolgimento degli studenti in progetti di ricerca applicata come parte integrativa del master, ma anche la partecipazione a stage extra-curricolari in Italia e all'estero in diverse tipologie di impresa, proprio perché la progettazione permette di stimolare tutti i saperi precedentemente citati, senza escludere lo stimolo alla proiezione al futuro.

Per valorizzare l'offerta presente nella sede del Monastero, è possibile pensare di portare la sede del centro di ricerca CeSTIT a Astino. E' necessario prevedere una costante interazione con gli stakeholder locali per strutturare attività di formazione che siano collegate ai bisogni del territorio e portino innovazione e creatività nel settore. Sono previste numerose attività di ricerca, che saranno ovviamente pianificate a livello locale, grazie al supporto di giovani ricercatori, ma anche in forte relazione con il contesto internazionale.

Il CeSTIT- Centro Studi per il Turismo e l'Interpretazione del Territorio-è un centro di ricerca multidisciplinare attivi presso l'Ateneo di Bergamo da molti anni. Hanno svolto numerose ricerche a livello locale, ma sono allo stesso tempo attivi con studi di settore e progetti internazionali, come definito nel capitolo precedente. La presenza di gruppi di ricerca con pluriennale esperienza, con connessioni e rapporti attivi a livello internazionale e con un expertise del tutto invidiabile, rappresentano un valore aggiunto all'offerta che viene proposta presso il Monastero di Astino e si ritiene che lo spostamento della sede degli stessi presso la struttura non possa che essere volano di sviluppi futuro.

Si potrebbe poi pensare di portare ad Astino una sede secondaria di IGCAT

L'IGCAT (Istituto Internazionale di Gastronomia, Cultura, Arte e Turismo) nasce come piattaforma di incontro per esperti e ricercatori nei diversi settori per indagare e celebrare la cultura, il cibo e la diversità territoriale attraverso attività di ricerca, sviluppo di progetti e l'organizzazione di eventi internazionali di disseminazione. L'Istituto porta avanti quindi una pletora di azioni e iniziative nei diversi settori contemplati il cui minimo comun denominatore è la valorizzazione e lo sviluppo delle realtà territoriali. Aderiscono ad IGCAT 40 esperti europei, sono attivi collegamenti con oltre 100 associazioni, centro studi ed università, come ad esempio la Goldsmiths, University of London; Lucian Blaga University di Sibiu; EUHT St. Pol, Barcelona; l'Università di Barcellona; Wageningen University e Research Centre e l'Università di Bologna. Le principali attività e ambiti di interesse di IGCAT si possono sintetizzare in:

- Ricerca sulle tendenze del turismo creativo, città creative, la gastronomia, la diversità culturale e capitali europee della cultura per l'identificazione delle idee più innovative e interessanti espresse nelle regioni e nelle città di oggi
- Diffusione delle migliori pratiche nella gastronomia, cultura e turismo creativo e lo sviluppo regionale
- Creazione di connessioni tra esperti qualificati a livello internazionale in materia di cultura, arte, turismo e gastronomia
- Collaborazioni con una vasta gamma di agenzie internazionali per sostenere lo sviluppo locale e regionale nonché aumentare il flusso internazionale di idee, competenze e conoscenze all'interno gastronomia, cultura, arte e turismo creativo
- Migliorare la qualità dei progetti esperienziali legati alla gastronomia
- Aumentare l'accesso e l'interazione tra gli esperti nei settori del turismo, arte, cultura e sviluppo economico.







Tra i progetti principali lanciati da IGCAT a livello internazionale, il premio **European Region of Gastronomy** che si propone di contribuire ad una migliore qualità della vita nelle regioni europee, evidenziando culture alimentari caratteristiche, educazione per una migliore salute e la sostenibilità e stimolare l'innovazione gastronomica. L'Università di Bergamo è peraltro referente scientifico del progetto per la Lombardia Orientale che ha ottenuto il titolo per l'anno 2017. Nell'ambito della piattaforma ERG, IGCAT organizza ogni anno Art of Food, un convegno internazionale che raccoglie esperti da tutto il mondo proprio per lavorare, studiare, confrontarsi, scambiarsi buone pratiche su tutto ciò che riguarda i temi precedentemente citati. Un evento quale Art of Food, ma anche uno spazio dedicato propriamente a IGCAT, una vera e propria sede nel Monastero di Astino per questo Istituto internazionale dà certamente impulso all'ideazione di nuove attività e allo sviluppo di relazioni virtuose.

L'Università di Bergamo ha già instaurato negli anni numerosi e importanti rapporti con enti quali ATLAS, Aiest, SISTUR e IFITT e la sede di Astino si configura quale luogo ideale per l'organizzazione di congressi, oltre al **convegno internazionale biennale sul turismo culturale europeo** già organizzato dall'ateneo, sui temi legati all'hotelleria, al management d'impresa, al turismo e all'enogastronomia. I convegni non sono solo momenti di formazione, bensì momenti relazionali finalizzati allo scambio di buone prassi, condivisione di idee e sviluppo di nuove soluzioni creative.

Portare esperti a livello mondiale del settore nella sede bergamasca significa:

- Incentivare la presenza bergamasca a livello internazionale
- Dare maggiore visibilità e fare acquisire rilevanza agli studi in corso
- Coinvolgere docenti ed esperti internazionali
- Ampliare il bacino d'utenza del Master

Si potrebbe sviluppare e stabilire qua la sede del Food Policy Council locale, nonché la nuova Casa del Turismo, dopo che l'Urban Center è stato affidato a Bergamo Scienza. Gli spazi rendono possibile l'organizzazione di incontri con gli attori locali sui temi di food e turismo.

La sala conferenze con annessa struttura alberghiera e ristorativa in un luogo di particolare pregio permette a queste strutture di essere non solo luogo ideale di studio e sperimentazione, ma anche vere e propri centri congressi per offrire alle imprese nazionali un luogo dove organizzare meeting, percorsi formativi in outdoor, e così via.

### 3.9 UN MODELLO GREEN



Abbiamo già visto come il Monastero sia inserito nel Parco agricolo e biologico di Astino, all'interno del Parco dei Colli, che, estendendosi su un'area di circa 4.700 ettari è il terzo parco regionale dopo quelli del Ticino e delle Groane e come presso il Monastero esista, inoltre, la **Valle della Biodiversità** che, grazie alla sua natura di museo all'aperto, è uno spazio di relazioni e di esperienze, per educare alla sostenibilità e contribuire ad armonizzare Uomo – Agricoltura e Natura, a partire dal contesto locale.





Il Monastero vuole farsi riconoscere per i temi di turismo e food, e già da tempo è attento a tematiche quali quelle della sostenibilità, del Km 0 e della filiera corta.

Per questo riteniamo importante e anche vincente in una ottica di marketing, che la struttura del Master sia "green".

Quindi si propongono ad esemplificazione alcune azioni:

- Utilizzo di prodotti locali, prodotti prevalentemente biologici, a km 0 nel ristorante, nei distributori automatici, nei coffee break dei convegni e così via;
- Utilizzo di carta riciclata, detergenti green e così via;
- Sviluppo di collegamenti con vetture elettriche e con biciclette a pedalata assistita con le altre sedi dell'Università degli Studi di Bergamo;
- Creazione di aule all'aperto nel Parco dei Colli;
- Elaborazione di una proposta di formazione comportamentale completamente outdoor, a diretto contatto con l'ambiente circostante;
- Adozione di un Codice Etico, una vera e propria guida morale che dirigerà le azioni di sviluppo e organizzazione della struttura.

### 3.10 RISORSE NECESSARIE

- o Inizialmente 1 aula attrezzata per 25 persone, nel momento in cui cresceranno il numero dei corsi crescerà l'esigenza del numero di aule
- o Una aula informatizzata o dotata di pc e supporti per attività didattiche IT
- o Due uffici attrezzati con due scrivanie ciascuno (uno per i tutor, uno per i docenti, direttore del corso, per ricevimento studenti, colloqui individuali,...)
- o Una sala convegni da 120 posti sarebbe l'ideale con un allestimento differenziato sulla base delle esigenze dei diversi corsi proposti
- o Wi-fi gratuito in tutta la sede
- o Prevedere dei parcheggi con posti auto dedicati per docenti e quelli per gli studenti
- o Sviluppare il trasporto dalla sede universitaria di Città Alta a Astino, meglio se con bus elettrici
- o Sviluppare e offrire biciclette a pedalata assistita per lo spostamento tra le sedi universitarie con un servizio tipo BiGi
- o Disponibilità gratuita di coffee break, cene e alloggio per relatori convegni

### 3.11 ACCORDO ECONOMICO

A seguito di valutazioni conseguenti l'offerta formativa da sviluppare e le caratteristiche che il primo Master dovrà avere, si propone un master per 25 persone massimo, con una quota di iscrizione di 10.000 euro.

L'organizzazione del master implica un costo di 150.000 euro chiavi in mano. Nella proposta si include la gestione dell'intero processo, dalla progettazione alla gestione amministrativa (iscrizioni, contratti ai docenti,...), tutor dedicato, certificazione ISO 9001:2008 del corso, tutti i servizi già a beneficio degli studenti offerti





dall'Ateneo, elencati poco sopra, oltre che le attività di promozione e comunicazione del Master svolta normalmente da Unibg.

Si chiede alla NewCo di effettuare ulteriori interventi sulle attività di comunicazione e promozione per rafforzare la visibilità della struttura ed assicurarne dunque il maggior numero di presenze possibili; inoltre, alla NewCo spetta la predisposizione delle strutture e dei servizi indicati nel punto 3.10 "risorse necessarie".

Arrivati ai 15 partecipanti, per ogni partecipante successivo l'avanzo delle entrate sarà suddiviso al 50% equamente tra l'Università e Fondazione Mia.

Si chiede a Fondazione Mia di assicurare, con un qualsiasi numero di partecipanti, la copertura dei 150.000 euro di costo.

### 3.12 MODELLO DI GOVERNANCE

Si propone la creazione di un organo di coordinamento composto delle tre istituzioni coinvolte (Università, Fondazione Mia, Newco), con l'obiettivo di svolgere una congiunta attività di programmazione e per evidenziare ed organizzare possibili attività congiunte. Per quanto attiene le attività specifiche, queste saranno gestite in modo autonomo e responsabile dai singoli proponenti con il coinvolgimento opportuno delle altre parti quando necessario. Con riferimento al Master di I livello qui descritto e alle attività di Alta Formazione Universitaria, queste saranno direttamente gestite dall'Università degli Studi di Bergamo.

### 3.13 POSSIBILI ULTERIORI EVOLUZIONI

Oltre all'offerta di master, come evidenziato nelle vostre richieste iniziali, pensiamo sia possibile attivare un indirizzo in hotellerie di una Laurea Magistrale. Per poter procedere in questo senso sarà necessario attivare nuovi insegnamenti, che devono però trovare una copertura finanziaria che va al di là delle tasse universitarie degli studenti.

Per poter attivare un congruo numero di corsi, si ritiene sia necessario coprire un costo di circa 40-50.000 euro all'anno. Queste spese potrebbero trovare copertura coi ricavi del master se questo avesse un elevato numero di iscritti.

Si potrebbe pensare in futuro di organizzare corsi in e - learning.

Ulteriore elemento che riteniamo utile è l'accreditamento e il riconoscimento internazionale, sono elementi importanti che permettono un importante salto di qualità nell'immagine offerta.

Al fine di offrire un maggior livello di opportunità di internazionalizzazione e sperimentazione ai partecipanti, si ritiene utile:

- **Incrementare l'offerta strutturata con università straniere di estremo prestigio**, con cui condividere il master, alcuni insegnamenti o condividere con un joint master o un percorso formativo dual degree (sul modello già in essere con la Farleigh Dickinson, USA).
- **Accreditarsi presso il UNWTO**, che permette di affiliarsi o certificare l'offerta dei corsi proposti.





#### ESEMPIO DI ACCORDI CON LA CORNELL UNIVERSITY

La Cornell University, nata nel 1922 e organizzata nella formazione sui temi di hospitality, food & beverage, imprenditorialità, real estate e finanza, dispone di un campus che presenta un'offerta ampia, che include sale convegni, un luxury hotel (Statler Hotel), con 153 camere e 3 ristoranti, 4 centri di ricerca: il Center for Hospitality Research (dedicato alla ricerca nell'industria dell'ospitalità), il Center for Real Estate and Finance, il Leland C. and Mary M. Pillsbury Institute for Hospitality Entrepreneurship (focalizzato sui temi di formazione e applicazione nel settore imprenditoriale) e il Cornell Institute for Hospitality Labor and Employment Relations (focalizzato sul tema della modernizzazione della gestione dell'industria alberghiera sulla gestione delle risorse umane). E' presente anche il Cornell Institute for Healthy Futures, la cui missione è offrire una piattaforma integrata sui temi di salute, ospitalità, policy per sviluppare progetti d'eccellenza relativi a strutture di assistenza sanitaria, anche per anziani, e alla relativa industria. La Cornell University rappresenta, a livello internazionale, l'esempio più prestigioso di offerta formativa e include sia corsi di laurea, paragonabili alle nostre triennali, sia lauree di tipo magistrale, un MBA e un corso di dottorato (PhD), oltre a Executives Education Programs che includono corsi di tipo professionale, strutturati per chi lavora e necessita di aggiornamenti e approfondimenti.

L'impostazione fornita da questi corsi è di ampio respiro, poiché sono inclusi insegnamenti di tipo gestionale, sia in ambito economico - finanziario che di pianificazione e conduzione di risorse umane. Il Master of Management in Hospitality (MMH), attivo presso la Cornell, è un corso in Business Management focalizzato sull'industria dell'hospitality, ha durata annuale e suddiviso in tre periodi.

È possibile ipotizzare una collaborazione in alcuni ambiti:

ELEMENTI REPLICABILI	DESCRIZIONE
CORE COURSES	L'offerta prevede una sezione di core courses che possono essere inseriti nella offerta di base del master, con il coinvolgimento di qualche loro docente, a titolo di esempio, Corporate Finance, Managerial Accounting, Operations Management, Marketing Management for Services, Properties Development and Planning, Management Communication, Competitive Strategies for the Hospitality Industry, Human Resources Management.
E-LEARNING	La Cornell ha sviluppato business game e progetti didattici in e-learning, si potrebbe pensare di integrare una di queste attività nel percorso.
DOUBLE-DEGREE	Si potrebbe pensare di organizzare un doppio diploma tra la nostra e la loro università, così che i nostri studenti possano frequentare un semestre da loro e viceversa.

#### UNWTO TedQual Certification

Ad esempio, la World Tourism Organization, l'agenzia specializzata della Nazioni Unite, fornisce e supporta il miglioramento qualitativo dell'educazione in ambito turistico e dei programmi di formazione. L'istituzione o l'Ateneo che ambisce ad ottenere la certificazione TedQual si inserisce in un programma di lunga durata, costante monitoraggio e orientato al miglioramento qualitativo. Tra gli elementi che vengono valorizzati attraverso il riconoscimento di una certificazione di questo tipo ci sono: inserimento dei principi delle UN nella didattica, stimolare le relazioni con l'ambiente interno ed esterno; garantire agli studenti conoscenze e abilità per la più completa formazione e la più ampia possibilità di sviluppo lavorativo.





## Dossier Alta Formazione ad Astino

E' possibile affiliarsi o certificare l'offerta dei corsi offerti presso la sede di Astino, quale strumento di marketing, così da implementarne la visibilità del Master stesso o dell'offerta nel suo complesso.

*I termini e le condizioni per lo sviluppo di questo punto verranno valutati una volta concordata la proposta.*





## ALLEGATO - SISTEMA GESTIONE QUALITÀ MASTER UNIVERSITA' DI BERGAMO

L'Università degli studi di Bergamo ha implementato un sistema di gestione per la qualità in conformità alla Norma UNI EN ISO 9001:2008 nell'ambito della progettazione ed erogazione di azioni formative post laurea, di seguito si sintetizzano gli aspetti relativi alle principali procedure codificate dal sistema.

PROCEDURE DI RIFERIMENTO	SISTEMA GESTIONE QUALITÀ
FASE 1: Progettazione di massima	
PG. 01 – Programmazione e pianificazione	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Compilazione della modulistica di progettazione: Per la presentazione di un master è necessario completare il regolamento didattico prestando particolare attenzione a: <ul style="list-style-type: none"> <li>- piano didattico (monte ore/crediti/insegnamenti)</li> <li>- descrizione dei contenuti degli insegnamenti (il contenuto deve permettere allo studente/organo accademico richiedente un eventuale riconoscimento di crediti)</li> <li>- documentazione di supporto alla progettazione; con particolare riferimento alle esigenze del territorio per la figura che si andrà a formare</li> </ul> </li> <li>2. Definizione del budget con il Responsabile dell'Ufficio Post Laurea e Alta formazione</li> </ol>
APPROVAZIONE DA PARTE DEGLI OO. AA	
FASE 2: Progettazione di dettaglio	
PG. 01 – Programmazione e pianificazione	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Definizione del bando di ammissione al corso (scadenza consegna domande, date selezione, criteri di ammissione e selezione, scadenze pagamenti, tassa di iscrizione). Nel caso si preveda l'erogazione di borse di studio sarà necessario prevederne gli specifici criteri di assegnazione. Nel caso di enti terzi eroganti borse di studio sarà comunque necessario produrre idonea documentazione che attesti la volontà e l'entità dei contributi erogati.</li> <li>2. Definizione della copertura degli insegnamenti;</li> </ol>
FASE 3: Pubblicità del master o corso di perfezionamento	
PG. 02 Promozione e pubblicizzazione	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pubblicizzazione del corso: definizione interventi strumenti di promozione;</li> <li>2. Pubblicazione bando di attivazione del Corso nel sito: <a href="http://sdm.unibg.it/master">http://sdm.unibg.it/master</a>.</li> </ol>
FASE 4: Formazione aula	





## Dossier Alta Formazione ad Astino

<p>PG.04</p> <p>Selezione e formazione aula</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Nel caso in cui sia prevista la selezione dei candidati, viene nominata la Commissione di selezione, con Decreto del Preside di Facoltà, su proposta del Direttore del corso (composta dal Direttore e minimo altri 2 membri);</li> <li>2. Nel caso in cui siano previste borse di studio, viene nominata la Commissione di selezione, con Decreto del Preside di Facoltà, su proposta del Direttore del corso (composta dal Direttore e minimo altri 2 membri) che provvederà alla valutazione e assegnazione delle borse in base ai criteri previsti da bando;</li> <li>3. Sulla base di quanto riportato negli appositi bandi si procede alla valutazione dei candidati o nel caso sia prevista da bando alla loro selezione, quindi alla pubblicazione dell'elenco ammessi o della graduatoria e all'attivazione del corso previo verifica della la copertura finanziaria del corso;</li> </ol>
<p>CONFERME DI ISCRIZIONE, PAGAMENTO TASSE e DELIBERA MODALITA' ATTUATIVE</p>	
<p>FASE 5: Avvio attività</p>	
<p>PG.05</p> <p>Erogazione</p>	<p>Il Direttore del corso, nell'erogazione dell'azione formativa, dovrà attenersi a quanto progettato e definito dal piano didattico approvato dagli OO.AA.</p> <p>Il Direttore prima dell'avvio provvederà inoltre:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Alla stesura del calendario di massima delle lezioni;</li> <li>2. Alla stesura del calendario esami ipotizzando anche eventuali date di recupero qualora alcuni corsisti fossero impossibilitati a sostenerli nelle date prefissate.</li> <li>3. Prima dell'inizio degli esami sarà necessario procedere con la nomina commissioni degli esami devono essere nominate dalla Facoltà su proposta del direttore del Master che tramite il tutor comunicherà i nominativi delle varie commissioni d'esame.</li> <li>4. Nel caso siano previste attività a distanza nel piano didattico dovrà attivarsi contattando i tecnici del Centro didattico per le tecnologie multimediali al fine di provvedere alla creazione della piattaforma, e successivamente concordare con i docenti la pubblicazione dei materiali o delle esercitazioni.</li> </ol> <p>Prima dell'avvio del corso il Direttore riceverà e provvederà a sottoscrivere i valori obiettivo individuati e riportati nella scheda di validazione del progetto in merito ai seguenti parametri di valutazione stabiliti dal SGQ:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Customer satisfaction allievi (valore questionario di soddisfazione allievi);</li> <li>▪ Customer satisfaction aziende (valore questionario di soddisfazione aziende);</li> <li>▪ Soddisfazione del cliente (destinatari soddisfatti /destinatari intervistati %);</li> <li>▪ Esito occupazionale (n° di occupati o rientri nel sistema scolastico/n° di destinatari formati %);</li> <li>▪ Valutazione docenza (somma valutazioni medie singolo docente / n° docenti intervenuti);</li> </ul> <p>Per tutti i valori viene espresso come valore obiettivo il valore massimo stabilito in base alla scala predefinita.</p> <p>Per le voci Customer Satisfaction allievi, aziende e la valutazione della docenza è da ritenersi di alta soddisfazione un valore di almeno 3,5 punti su una scala di valori da un minimo di 1 ad un</p>





## Dossier Alta Formazione ad Astino

	<p>massimo di 5.</p>
PG.05 Erogazione	<p>Valutazione docenza (somma valutazioni medie singolo docente / n° docenti intervenuti);</p> <p>Per tutti i valori viene espresso come valore obiettivo il valore massimo stabilito in base alla scala predefinita.</p> <p>Per le voci Customer Satisfaction allievi, aziende e la valutazione della docenza è da ritenersi di alta soddisfazione un valore di almeno 3,5 punti su una scala di valori da un minimo di 1 ad un massimo di 5.</p>
FASE 6: Erogazione attività	
PG.05 Erogazione	<p>La frequenza al corso da parte dei corsisti è obbligatoria. Sono ammesse assenze fino al 25% del monte d'ore d'aula e fino al 25% del monte ore di stage.</p> <p>L'eventuale monte ore di attività a distanza potrà prevedere una diversa modalità di valutazione delle presenze/assenze (risposta ad elaborati, produzione propria, risposta a quesiti del docente, analisi e studi di casi)</p> <p>Le attività del master verranno valutate tramite la somministrazione di appositi questionari di Customer satisfaction riguardanti in particolare i seguenti aspetti:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Docenza. Un questionario alla fine del monte ore di ogni docente.</li> <li>▪ Stage. Un questionario indirizzato all'azienda alla fine del periodo di stage; valutazione degli stage/project work/progetto di ricerca da parte del Direttore</li> <li>▪ Corso. Rivolto ai corsisti alla fine del corso.</li> <li>▪ Direttore. Questionario di valutazione generale delle attività da compilarsi da parte del direttore del corso.</li> <li>▪ TUTOR: Ciascun corso sarà seguito da un tutor, ancorché non in via esclusiva. Il tutor svolge una funzione di supporto al Direttore del corso nella gestione del calendario didattico e degli allievi - l'aula verrà gestita in via prioritaria in modalità remota sfruttando l'e-mail come strumento di comunicazione con i corsisti. Tutte le mansioni del tutor sono ampiamente descritte in apposito manuale (Is.01). Il tutor inoltre svolge attività di supporto alla segreteria/amministrazione del progetto secondo le indicazioni del responsabile dell'ufficio. Le attività del master/corso verranno monitorate costantemente attraverso l'assegnazione di un coordinatore dell'ufficio Post - Laurea e attraverso le verifiche ispettive previste dal sistema di qualità, verifiche che si svolgeranno a cura del Responsabile del sistema Qualità e di un incaricato dell'ufficio al fine di verificare l'attività del tutor analizzando eventuali criticità emerse.</li> <li>▪ MATERIALE DIDATTICO non andrà distribuito in forma cartacea (salvo eccezioni), ma verrà pubblicato dal tutor nella bacheca del corso/master sul sito internet <a href="http://www.unibg.it">www.unibg.it</a>, o se previsto dal corso sulla piattaforma per le attività a distanza</li> </ul> <p>L'accesso a tali aree sarà consentito ai soli corsisti tramite autenticazione con USER ID e PSSWD.</p> <p>3. ESAMI: Per i Master al termine di ogni insegnamento è previsto un esame orale e/o scritto. Il</p>





## Dossier Alta Formazione ad Astino

	risultato dell'esame (espresso in 30esimi consente il riconoscimento dei crediti formativi. (vedi anche punto 3 paragrafo AVVIO ATTIVITA' - NOMINA COMMISSIONI ESAMI)
PG.05 Erogazione	4. PROVA FINALE: In base a quanto esplicitato dal bando, ogni corso/master deve concludersi con una prova finale. Un'apposita commissione, nominata con Decreto del Preside di Facoltà su indicazione del Direttore del corso, valuterà i candidati esprimendo un giudizio di idoneità per i Corsi di Perfezionamento ed esprimendo una valutazione di profitto (in 110mi) per i master.
FASE 7: ATTIVITÀ DI STAGE O PROGETTO DI RICERCA	
PG.18 Gestione Stage post laurea	STAGE/PROGETTO DI RICERCA: Previo accordo con il Direttore, per venire incontro alle esigenze di studenti lavoratori o di quanti fossero impossibilitati a svolgere l'attività di stage sarà possibile sostituire lo stage con un progetto di ricerca su una tematica concordata con il Direttore.
PG.18 Gestione Stage post laurea	<p>In considerazione della tempistica necessaria per l'attivazione degli stage (stipula convenzione con l'ente, stesura progetto formativo, comunicazioni agli enti previdenziali) si ricorda la necessità di contattare l'ufficio SeRPLI con anticipo rispetto alla data presunta di inizio attività.</p> <p>Il Direttore controfirmerà al termine degli stage/progetti le dichiarazioni di attestazione svolgimento, che consento di convalidare l'attività svolta ai fini del completamento della carriera del corsista.</p>
FASE 8: Chiusura attività, prova finale e certificazioni rilasciate	
PG.05 Erogazione	<p><b>VALORI OBIETTIVO:</b> Al termine del corso l'Ufficio Post-Laurea invierà al direttore gli esiti dei questionari di customer somministrati ai corsisti, il questionario di valutazione da compilare a cura del direttore stesso e la scheda di validazione firmata ad inizio progetto con i valori obiettivo completata con valori ottenuti dal proprio corso.</p> <p>I risultati ottenuti vengono confrontati con i Valori obiettivo e sottoposti alla verifica per la validazione del progetto formativo</p> <p><b>RELAZIONE FINALE:</b> a conclusione del corso il Direttore predispone una relazione finale che riporta un'analisi critica del percorso formativo svolto con particolare riferimento al raggiungimento degli obiettivi iniziali riportati nella scheda progettuale (disponibile un apposito format per la stesura di tale documento).</p> <p><b>CERTIFICAZIONI RILASCIATE:</b></p> <p>I Master rilasciano:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Diploma di Master per gli aventi requisiti da bando che conseguono tutti i CFU previsti dal piano didattico</li> <li>▪ Certificato esami sostenuti agli aventi requisiti da bando che si iscrivono a singoli moduli e sostengono i relativi esami</li> </ul> <p>Certificato di frequenza agli aventi/non aventi requisiti da bando uditori (che non sostengono esami).</p>





**ALLEGATO - CORSI DI LAUREA E MASTER UNIVERSITARI DI TURISMO IN ITALIA  
A.A. 2014/2015**

**LAUREE TRIENNALI**

(L-15, L-11, L-12, L-18, interclasse)

- Università degli studi di Bari L-11. Culture delle lingue moderne e del turismo e Beni culturali per il turismo L-18
- Università degli studi di Bologna, Economia del turismo L-15 (con 1 curriculum in inglese)
- Università di Brescia – Cattolica, Economia e gestione dei beni culturali e dello spettacolo L-18
- Università degli studi di Cagliari, Economia e gestione dei servizi turistici L-18
- Università degli studi della Calabria Cosenza - Arcavacata di Rende, Scienze turistiche L-15
- Università degli studi di Catania, Formazione di operatori turistici L-15
- Università degli studi di Foggia, Economia e gestione dei servizi turistici L-15
- Università degli studi di Genova, Scienze del turismo, impresa, cultura e territorio L-15
- Università degli studi dell'Insubria, Scienze del turismo L-15
- Università IULM – Milano, Turismo, cultura e sviluppo del territorio L-15
- Università degli studi di Macerata, Beni culturali e turismo L-1/L-15
- Università degli studi di Messina, Turismo culturale e discipline delle arti, della musica e dello spettacolo L-15/L-3
- Università degli studi di Milano Bicocca, Scienze del Turismo L-15
- Università di Napoli Federico II, Scienze del Turismo ad Indirizzo Manageriale L-15
- Seconda Università degli studi di Napoli, Scienze del Turismo L-15
- Università di Napoli "Parthenope", Management delle imprese turistiche L-18
- Università degli studi Suor Orsola Benincasa – Napoli, Turismo per i beni culturali L-15
- Università degli studi di Padova, Progettazione e gestione del turismo culturale L-15
- Università degli studi di Palermo, Scienze del turismo L-15
- Università degli studi del Piemonte Orientale, Promozione e gestione del turismo L-15
- Università degli studi di Pisa - Campus Lucca, Scienze del turismo L-15
- Università degli studi La Sapienza di Roma, Scienze del turismo L-15
- Università degli studi Roma Tor Vergata, Scienze del turismo L-15
- Università degli studi di Salerno, Economia, valorizzazione, gestione del patrimonio turistico L-15
- Università degli studi di Sassari, Scienze del turismo culturale L-15, Economia e management del turismo L-18
- Università degli studi di Teramo, Scienze del Turismo L-15
- Università degli studi di Torino, Lingue e culture per il turismo L-15
- Università degli studi di Udine, Scienze e tecniche del turismo culturale L-15
- Università degli studi di Verona, Lingue e culture per il turismo e il commercio internazionale L-12

**LAUREE MAGISTRALI**

(LM-49, LM-19, LM-38, LM-56, LM-76, LM-77, LM-80, LM-89, interclasse)

- Università degli studi di Bari, Economia e gestione delle aziende e dei servizi turistici LM-76





## Dossier Alta Formazione ad Astino

- Università degli studi della Basilicata, Progettazione e gestione dei patrimoni culturali LM-49
- Università degli studi di Bergamo, Progettazione e gestione dei sistemi turistici LM-49 (con 1 curriculum in inglese)
- Università degli studi di Bologna, Tourism Economics and Management LM-56
- Università Cattolica del Sacro Cuore di Brescia, Gestione di contenuti digitali per i media, le imprese e i patrimoni culturali LM-19
- Università degli studi di scienze gastronomiche – Pollenzo, Promozione e gestione del patrimonio gastronomico e turistico LM49
- Università degli studi della Calabria Cosenza - Arcavacata di Rende, Valorizzazione dei Sistemi Turistico Culturali LM 49
- Università degli studi di Firenze, Design of Sustainable Tourism Systems LM-49
- Università degli studi di Lecce, Gestione delle attività turistiche e culturali LM-49
- Università Commerciale Luigi Bocconi – Milano, Economics and Management in Arts, Culture, Media and Entertainment LM-77
- Università degli studi di Milano, Valorizzazione culturale del territorio e del paesaggio LM-80
- Università IULM – Milano, Arti, patrimoni e mercati LM-89
- Università degli studi di Macerata, Progettazione e gestione dei sistemi turistici LM-49
- Università degli studi di Messina, Management del turismo e dell'ambiente LM-77, Turismo e Spettacolo (interclasse) LM – 49/LM – 65,
- Università di Milano Bicocca, Turismo, territorio e sviluppo locale LM-49, Economia del turismo LM-76
- Università degli studi del Molise, Archeologia, beni culturali e turismo (interclasse)
- Università degli studi di Napoli Federico II, Progettazione e Gestione dei Sistemi Turistici LM-49
- Università degli studi di Pisa- Campus Lucca, Progettazione e gestione dei sistemi turistici mediterranei LM-49
- Università degli studi di Roma Tor Vergata, Progettazione e gestione dei sistemi turistici LM-49
- Università degli studi di Teramo, Management delle imprese dello sport e del turismo LM-49
- Università degli studi di Torino, Comunicazione internazionale per il turismo LM-38, Economia, gestione e valorizzazione del turismo LM-49
- Università degli studi di Trento, Mediazione linguistica, turismo e culture LM49
- Università degli studi Cà Foscari di Venezia, Sviluppo interculturale dei servizi turistici LM-49
- Università degli studi di Verona, Lingue per la comunicazione turistica e commerciale LM-38

### MASTER di 1° E 2° LIVELLO

- Università degli studi di Bologna, Digital marketing for tourism and events management
- Università degli studi di Cagliari, Management delle organizzazioni turistiche sostenibili M2, Management dei beni naturali M2
- Università della Calabria Cosenza - Arcavacata di Rende, Master in Management del Turismo e del Turismo Residenziale M2
- Università degli studi di Camerino, Tecnologie del WEB per la comunicazione e il marketing turistico M2
- Università degli studi di Firenze, Economia e management del turismo M1
- Università di Messina, Esperto in Management delle strutture alberghiere, Agenzie di viaggio e tour operator
- Università di Milano Bicocca, Tourism Sales Management M1
- Università Milano-IULM, Tourism Management M1
- Università di Milano-Bocconi, Economia del turismo M1
- Università degli studi di Padova, Pianificazione e gestione del prodotto turistico M1
- Università degli studi di Pisa, Management turistico alberghiero M1, Turismo e ICT M2
- Università di Roma- LUISS Business School, Master Five Stars/Forte Village Resort
- Università di Napoli "Parthenope", Tourism & Hospitality Management M1





## Dossier Alta Formazione ad Astino

- Università di Palermo, Hospitality Management Food & Beverage, Turismo Sostenibile e Pianificazione Ambientale Internazionale congiunto con Faculty of Tourism and Hotel Management – Helwan University (Egitto) e Università Kore (Enna)
- Università degli studi di Sassari, ITMA - International Tourism Management and Analysis – M1
- Università degli studi di Teramo, Gestione dello sviluppo locale nei parchi e nelle aree naturali M1, Management delle imprese turistiche M1
- Università degli studi di Torino, Promozione e organizzazione turistico culturale del territorio M1, Economia, management, promozione e valorizzazione del turismo
- Università degli studi di Udine, Valorizzazione turistica dei beni ambientali e culturali M1
- Università degli studi Cà Foscari Venezia (CISSET), Economia e gestione del turismo M1, Cultura del cibo e del vino per la valorizzazione e la promozione delle risorse enogastronomiche M1, Sviluppo creativo e gestione delle attività culturali M2





**ALLEGATO - ISCRITTI AI CORSI DI LAUREA MAGISTRALE ITALIANI IN TURISMO<sup>47</sup>**

	A.A. 2011/12	A.A. 2012/2013	A.A. 2013/14	A.A. 2014/15
<b>Università di Roma Tor Vergata - Progettazione e gestione dei sistemi turistici</b>				
Iscritti al 1°	97	83	70	45
Iscritti al 2°	19	14	53	62
Laureati	73	34		
TOTALI	116	97	123	107
<b>Università di Firenze - Design of sustainable tourism systems - Progettazione dei sistemi turistici</b>				
Iscritti al 1°	56	60	67	57
Iscritti al 2°	44	48	55	62
Laureati	31	40	38	
TOTALI	101	108	122	119
<b>Università Cà Foscari Venezia - Sviluppo interculturale dei sistemi turistici</b>				
Iscritti al 1°	57	75	73	72
Iscritti al 2°	40	50	70	57
Laureati	31	47	67	
TOTALI	97	125	103	129
<b>Università di Bergamo - Progettazione e gestione dei sistemi turistici</b>				
Iscritti al 1°	42	59	46	36

<sup>47</sup> Fonte: University, Anagrafe Nazionale Studenti - dati aggiornati al 12/09/2015,, <http://www.university.it/>





## Dossier Alta Formazione ad Astino

Iscritti al 2°	17	38	41	37
Laureati	17	26	42	
TOTALI	59	97	87	73
<b>Università di Napoli Federico II - Progettazione e gestione dei sistemi turistici</b>				
Iscritti al 1°	56	53	40	32
Iscritti al 2°	69	39	44	33
Laureati	75	75	46	
TOTALI	125	92	84	65
<b>Università del Salento - Gestione delle attività turistiche e culturali</b>				
Iscritti al 1°	75	39	46	42
Iscritti al 2°	73	61	34	37
Laureati	67	32	34	
TOTALI	148	100	80	79
<b>Università Milano-Bicocca - Turismo, Territorio e Sviluppo locale</b>				
Iscritti al 1°	46	36	51	50
Iscritti al 2°	34	42	28	44
Laureati	30	37	19	
TOTALI	80	78	79	94
<b>Università di Trento - Mediazione linguistica, turismo e cultura</b>				
Iscritti al 1°	38	42	30	53
Iscritti al 2°	17	33	41	29
Laureati	14	29	31	
TOTALI	55	75	71	82
<b>Università di Messina - Turismo e Spettacolo</b>				
Iscritti al 1°	34	41	29	24





## Dossier Alta Formazione ad Astino

Iscritti al 2°	34	17	26	19
Laureati	18	23	27	
TOTALI	68	58	55	43
<b>Università della Basilicata. Matera-Scienze del turismo e dei patrimoni culturali</b>				
Iscritti al 1°	29	17	22	23
Iscritti al 2°	35	21	15	16
Laureati	37	17	15	
TOTALI	64	38	37	39
<b>Università della Calabria – Rende - Valorizzazione dei sistemi turistico-culturali</b>				
Iscritti al 1°	29	29	33	56
Iscritti al 2°	35	25	22	30
Laureati	37	25	18	
TOTALI	64	54	55	86
<b>Università del Molise (Termoli) - Turismo e Beni Culturali</b>				
Iscritti al 1°	34	29	31	11
Iscritti al 2°	25	28	23	24
Laureati	30	16	17	
TOTALI	59	57	54	35
<b>Università di Macerata - Progettazione e gestione dei sistemi turistici</b>				
Iscritti al 1°	11	20	34	25
Iscritti al 2°	23	12	17	31
Laureati	20	10	14	
TOTALI	34	32	51	56
<b>Università di Pisa (con Pavia e Lugano) - Progettazione e gestione dei sist.tur.mediterranei</b>				
Iscritti al 1°	25	26	20	15





## Dossier Alta Formazione ad Astino

Iscritti al 2°	11	12	16	13
Laureati	19	21	26	
TOTALI	36	38	36	28
<b>UNISG, Pollenzo - Università non statale di Scienze gastronomiche</b>				
Iscritti al 1°	21	11	25	28
Iscritti al 2°	15	20	9	23
Laureati	18	20	9	
TOTALI	36	31	34	31
<b>Università Piemonte Orientale - Lingue, Culture e Turismo</b>				
Iscritti al 1°	n.d.	n.d.	n.d.	39
Iscritti al 2°	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Laureati	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
TOTALI	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.





## ALLEGATO – ANALISI CORSI DI LAUREA ESTERI IN HOTEL MANAGEMENT

### ANALISI CORSI DI LAUREA UNIVERSITARI ESTERI IN HOTEL MANAGEMENT

Corso	Università	Costo	Collaborazione con altre università	Accreditamenti di enti	Durata	Lingua	Note
Corsi Undergraduate - Corsi Undergraduate: 3 specializzazioni: Finance, Accounting, & Real Estate (FARE) , Hospitality Leadership Concentration (HOLD), Services Marketing and Operations Management (SMOM)	Cornell University - School hotel administration (USA)	non indicato			4 anni	inglese	
Degree in Hotel management	Universitat Autònoma de Barcelona	non indicato			4 anni		
Bachelor degree in Tourism with specialization in Hotel Management	Campus de Turisme, Hoteleira i Gastronomia - Universitat de Barcelona (Spagna)	non indicato			3 anni		pratica svolta all'interno dello stesso campus
Corso Undergraduate in Hospitality Business Management	Manchester Metropolitan University (UK)	£9.000 per studenti europei o £11.500 per studenti fuori Europa			3 anni full time o 4 anni incluso l'anno "sandwich" (lavoro nel settore)		3° anno previsto lavoro nel settore



### Dossier Alta Formazione ad Astino

Events, Hospitality and Tourism degrees with a FOUNDATION YEAR	Manchester Metropolitan University (UK)	£ 6.000 per studenti full time di UK e UE per il Foundation Year. A partire dall'anno successivo, le tasse aumentano in base al corso. Per gli studenti full time non inglesi e non europei, costo £ 11.150			4 anni full time o 5 anni incluso l'anno "sandwich"		Previsto il "pre-degree Foundation Year": un anno "propedeutico" in cui lo studente, che non ha i titoli richiesti per partecipare ad un corso undergraduate scelto (BA Event managements, BA Hospitality Business Management, BA Tourims management), può studiare le materie per ottenere questo titolo e potersi poi iscrivere al corso prescelto. Questo "anno propedeutico" è parte integrante di specifici corsi di laurea ( ma operativamente è incluso nel percorso di questo corso Undergraduate (3 o 4 anni).
BSc (Honours) Hospitality Business Management	Sheffield Hallam University (UK)	Per studenti UK e UE £ 9.000 a/a 2015/2016. Esenzione dalle tasse per il placement year (anno lavorativo in cui si ha comunque diritto a tutti i servizi universitari). In questa tassa è incluso anche il costo del trasporto per eventuali field trip previsti dai corsi. Per studenti internazionali £11.500 o £ 12.400. Previsti in entrambi i casi scholarship e finanziamenti.		accreditato da Institute of Hospitality	4 anni full-time, incluso 1 anno di lavoro, o 3 anni full time		
FINAL YEAR in BSc (Honours) Hospitality Business Management (top up)	Sheffield Hallam University (UK)	Per studenti inglesi ed europei £ 9.000 a.a. 2015/2016. Per studenti internazionali £ 11.900 pe a.a. 2015/2016 e £ 12.500 per a.a 2016/2017			1 anno full time		





### Dossier Alta Formazione ad Astino

FINAL YEAR in BSc (Honours) Hospitality Business Management with Conference and Events (top up)	Sheffield Hallam University (UK)	Per studenti inglesi ed europei £ 9.000 a.a. 2015/2016. Per studenti internazionali £ 11.900 pe a.a. 2015/2016 e £ 12.500 per a.a. 2016/2017			1 anno full time		
BSc (Honours) International Hotel Management	Sheffield Hallam University (UK)	Per studenti inglesi ed europei £ 9.000 a.a. 2015/2016. Per studenti internazionali £ 11.900 pe a.a. 2015/2016 e £ 12.500 per a.a. 2016/2017. Non ci sono tasse per l'anno di work placement.		accreditato da Institute of Hospitality	4 anni full time con 1 anno di work placement o 3 anni full time senza work placement		
FINAL YEAR in BSc (Honours) International Hotel Management (top up)	Sheffield Hallam University (UK)	Per studenti inglesi ed europei £ 9.000 a.a. 2015/2016. Per studenti internazionali £ 11.900 pe a.a. 2015/2016 e £ 12.500 per a.a. 2016/2017. Non ci sono tasse per l'anno di work placement.			1 anno full time		
BSc (Honours) Tourism and Hospitality Business Management (che dal 2016 diventa International Tourism and Hospitality Business Management)	Sheffield Hallam University (UK)	Per studenti inglesi ed europei £ 9.000 a.a. 2015/2016. Per studenti internazionali £ 11.900 pe a.a. 2015/2016 e £ 12.500 per a.a. 2016/2017. Non ci sono tasse per l'anno di work placement.		accreditato da Tourism Management Institute	4 anni full time con 1 anno di work placement o 3 anni full time senza work placement		
BSc (Honours) Tourism Management (top up)	Sheffield Hallam University (UK)	Per studenti inglesi ed europei £ 9.000 a.a. 2015/2016. Per studenti internazionali £ 11.900 pe a.a. 2015/2016 e £ 12.500 per a.a. 2016/2017. Non ci sono tasse per l'anno di work placement.			1 anno aggiuntivo al corso precedente		
BA (Hons) Corporate Hospitality Management (da settembre 2016)	University of Derby (UK)	per studenti inglesi ed europei £ 9.000 all'anno (i costi aumentano ogni anno)		Compass Group per il work placement (remunerato)	3 anni full time, incluso al 2° anno il work placement		





### Dossier Alta Formazione ad Astino

BA (Hons) Hotel Management (Two Year)	University of Derby (UK)	per studenti inglesi ed europei £ 9.000, per studenti internazionali £ 11.190 all'anno			2 anni full time		
International Hospitality Business Management (top up) BA (Hons) ONLINE	University of Derby (UK)	£ 720 per modulo (in totale 6 moduli = £ 4.320)		Accreditato da Institute of Hospitality	2 anni di corso online e part time		Corso on line
BA (Hons) International Hospitality Management (with work placement)	University of Derby (UK)	per studenti inglesi ed europei £ 9.000, per studenti internazionali £ 11.190 all'anno			4 anni full time, inclusi 8-12 mesi di work placement pagato		
BA (Hons) International Hospitality Management	University of Derby (UK)	per studenti inglesi ed europei £ 9.000 all'anno full time oppure £ 1.125 per modulo (in totale 18 moduli singoli). Per studenti stranieri £11.190			3 anni full time o 4 anni full time incluso l'anno di work placement		
FdA International Hospitality Management	University of Derby (UK)	per studenti inglesi ed europei £ 9.000 all'anno full time oppure £ 1.125 per modulo (in totale 12 moduli singoli). Per studenti stranieri £11.190			2 anni full time		
Bachelor Programme	Hotelschool The Hague, (Olanda)	per studenti europei: € 8.947 (1° anno), 3.017 il 2°, 3° e 4° anno (tot. Circa € 18.000) -- per studenti non europei: € 22.628 (1° anno), € 11.845 il 2°, 3°, 4° anno (tot. Circa € 54.000)			4 anni (6 mesi di internship tra 2° e 3° anno e 6 mesi di internship tra 3° e 4° anno)	Inglese	
International Hospitality Management - (da settembre 2016) - BSc (Hons) - single	Oxford School of Hospitality Management (UK)	Studenti inglesi ed europei al campus: full time £ 9.000, part time £ 750 a modulo -- Studenti internazionali al campus: full time £ 12.850, part time £ 1.605 per modulo -- aggiunta del sandwich mode per studenti inglesi ed europei £ 1.350, per	Nel corso dei 3 anni gli studenti vengono incoraggiati ad effettuare un periodo di studio in una delle Università		4 anni full time (incluso 1 anno lavorativo obbligatorio)	Inglese	





# Dossier Alta Formazione ad Astino

		studenti internazionali £ 3.770	partner situate, ad esempio, in Australia, Canada, Danimarca, Francia, Hong Kong, Tailandia e USA.				
Third and Final Year Entry	Oxford School of Hospitality Management (UK)	Non indicato					If you have completed an appropriate hospitality-related course, and have the necessary work experience, you could be eligible to apply for entry into the bachelors programme in the third or final year. Minimum requirements for acceptance will include a qualification in a hospitality-related subject and a minimum of 40 weeks' full-time work experience in a hospitality role. If English is not your first language, you are required to meet the standard university English language requirements for undergraduate courses.
BSc (Hons) International Hospitality and Tourism Management	University of Surrey - School of hospitality and tourism management (UK)	£9,000 all'anno per studenti inglesi ed europei. Per studenti internazionali £ 16.000 (per anno 2016)			3 anni o 4 se incluso 1 anno lavorativo		



## Dossier Alta Formazione ad Astino

### ANALISI CORSI DI LAUREA DI STRUTTURE NON UNIVERSITARIE ESTERE IN HOTEL MANAGEMENT

Corso	Istituto	Costo	Collaborazione con altre università	Accreditamenti di enti	Durata	Lingua	Note
Undergraduate degree - Bachelor in Hospitality Management	Glion Institute of higher education (Svizzera)	Tasse di frequenza per tutto il corso (3,5 anni): CHF 130.800 (suddiviso in costo a semestre di circa CHF 26.000); Costo obbligatorio per accomodation, full board, uniformi, assicurazione sanitaria: CHF 28.500 per i 3,5 anni (1° sem. circa CHF 10.300, 2° sem. 11.500, negli altri semestri una media di circa CHF 650)	Corso svolto metà a Glion e metà a Londra (presso la sede di Glion London)		3,5 anni (7 semestri)	inglese	6 mesi di internship nel 3° e 5° semestre, ovunque nel mondo
Bachelor degree: Swiss Diploma in Hotel Operations Management (2 anni) o Swiss Higher Diploma followed by a Bachelor of Arts degree (3 anni)	Swiss Hotel Management School (Svizzera)	Costo 1° anno (1 semestre di lezione): circa CHF 33.800 - Costo 2° anno (1 semestre di lezione): circa CHF 31.600 - Costo 3° anno (2 semestri di lezione): circa CHF 63.800			Solo 2 anni: Swiss Diploma in Hotel Operations Management - Con anche il 3° anno: Swiss Higher Diploma followed by a Bachelor of Arts degree (riconosciuto da University of Derby) in uno di questi ambiti: International Hospitality Management o International Hospitality and Events Management	inglese	sia il 1° che il 2° anno è previsto l'internship remunerato per un periodo incluso tra 4 e 6 mesi - Può essere svolto in Svizzera o ovunque nel mondo





# Dossier Alta Formazione ad Astino

Bachelor of science in international hospitality management	Ecole Hoteliere Lausanne (Svizzera)	Per i "non svizzeri" il costo totale dei 4 anni (incluso alloggio) è di circa 152.000 CHF; per gli studenti di nazionalità svizzera il costo dei 4 anni è di circa 71.000 CHF.			4 anni	inglese	nell'anno di preparazione, vengono svolti lavori sul campo nei vari settori operativi; nel 1° e nel 2° anno sono previsti molti lavori di gruppo.
Diploma program in hotel and restaurant management	Ecole Hoteliere Lausanne (Svizzera)	6 semestri, per studenti internazionali: senza accomodation CHF 74.620; con accomodation CHF 101.420 - 6 semestri, per studenti svizzeri: senza accomodation CHF 50.220; con accomodation CHF 66.020	NON Più svolto da EHL ma ora tenuto dalla Swiss School of Tourism & Hospitality (SSTH), acquisita da EHL.		non specificato		per accedere al corso è richiesta necessariamente l'esperienza di 10 mesi di lavoro nel settore - nel caso questa mancasse, la scuola offre l'opportunità di un "anno preparatorio" in un campus (per 5 mesi) o come internship remunerata presso un hotel convenzionato (7 mesi e sotto la loro supervisione). previsti 2 momenti di internship nel 2° e nel 5° semestre
Bachelor's Degree (Hons) in International Hotel and Foodservice Management	Institut Paul Bocuse (Francia)	Costi con inizio gennaio 2016: 1° anno € 13.900; dal 2° al 4° anno € 11.000. Costi con inizio settembre 2016: 1° anno € 14.300; dal 2° al 4° anno € 11.400.	in partnership con la IAE Lyon 3 University		4 anni. Rilascio del Licence Professionnelle, da parte della IAE Lyon 3 University.	in frances e e inglese, in base al modulo	il 4° semestre di pratica in un ristorante, in Francia o all'estero
Undergraduate degree Hotel Management Diploma	Les Roches (Svizzera)	CHF 34.600 1° semestre, CHF 36.350 2° semestre, CHF 36.600 4° semestre.			3 anni	inglese	3 internship di 6 mesi ciascuno (3°, 5° e 6° semestre)
Bachelor Degree in International Hotel Management	Les Roches (Svizzera)	CHF 34.600 1° semestre, CHF 36.350 2° semestre, CHF 35.850 4° semestre, CHF 32.450 6° e 7° semestre.	Possibilità di svolgere 1 semestre all'estero (Cina, Spagna, Giordania, USA) grazie ad accordi con strutture		3,5 anni	inglese	2 internship di 6 mesi ciascuno (4° e 6° semestre)



# Dossier Alta Formazione ad Astino

			alberghiere				
BBA in Global hospitality management	Les Roches (Svizzera)	CHF 38.400 1° semestre, CHF 31.300 2° semestre in Cina, CHF 34.400 3° semestre in Spagna, CHF 37.650 5° semestre, CHF 37.500 7° semestre.	2° semestre in Cina e 3° semestre in Spagna		3,5 anni	inglese	2 internship di 6 mesi ciascuno (4° e 6° semestre)





## ALLEGATO – ANALISI CORSI DI LAUREA ESTERI IN FOOD AND BEVERAGE

## ANALISI CORSI DI LAUREA UNIVERSITARI ESTERI IN FOOD AND BEVERAGE

Corso	Università	Costo	Collaborazione con altre università	Accreditamenti di enti	Durata	Lingua	Note
Bachelor degree in Culinary and gastronomic sciences degree	Campus de Turisme, Hoteleira i Gastronomia - Universitat de Barcelona (Spagna)		Corso interuniversitario fatto insieme alla Fondazione Alicia e nato dalla collaborazione tra l'Università Di Barcellona e il Politecnico di Catalonia -UPC-. Gli insegnamenti vengono mutuati da: CETT, facoltà di farmacia (food e nutrition Torribera campus), la School of agricultural engineering di Barcellona(UPC) e la Fondazione Alicia. Con il sostegno di Catalan chef Joan Roca.				
BSc (Honours) Hospitality Business Management with Culinary Arts	Sheffield Hallam University (UK)	Per studenti UK e UE £ 9.000 a.a. 2015/2016. Per studenti internazionali £ 11.900 pe a.a. 2015/2016 e £ 12.500 per a.a. 2016/2017	accreditato da Institute of Hospitality		4 anni full time con 1 anno di work placement o 3 anni full time senza work placement		



### Dossier Alta Formazione ad Astino

FINAL YEAR in BSc (Honours) Hospitality Business Management with Culinary Arts (top up)	Sheffield Hallam University (UK)	Per studenti UK e UE £ 9.000 a.a. 2015/2016. Per studenti internazionali £ 11.900 pe a.a. 2015/2016 e £ 12.500 per a.a. 2016/2017			1 anno full time		
BA (Hons) Culinary Arts (Top up)	University of Derby (UK)	per studenti UK e UE: £ 9.000, per studenti internazionali £ 11.190 all'anno			1 anno full time		
FdA Professional Culinary Arts	University of Derby (UK)	per studenti UK e UE £ 1.125 a modulo (totale 12 moduli). Full time £ 9.000 all'anno, per studenti UK e UE. Per studenti internazionali £ 11.190.			2 anni full time		
BA (Hons) Professional Culinary Management (with work placement)	University of Derby (UK)	per studenti UK e UE, £ 9.000 all'anno full time. Per studenti stranieri, £11.190. Tassa per il Placement year: £ 1.000.			4 anni full time, inclusi 8-12 mesi di work placement pagato		
BA (Hons) Professional Culinary Management	University of Derby (UK)	per studenti UK e UE, £ 9.000 all'anno full time. Per studenti stranieri, £11.190.			3 anni full time o 4 anni full time incluso l'anno di work placement		
BA (Hons) Professional Culinary Management (Two Year)	University of Derby (UK)	per studenti UK e UE, £ 9.000 all'anno full time. Per studenti stranieri, £11.190.			2 anni full time		





ANALISI CORSI DI LAUREA DI STRUTTURE NON UNIVERSITARIE ESTERE IN FOOD AND BEVERAGE

Corso	Istituto	Costo	Collaborazione con altre università	Accreditamenti di enti	Durata	Lingua	Note
Bachelor's Degree in Culinary Arts and Restaurant Management	Institut Paul Bocuse (Francia)	1° anno € 14.200, 2° e 3° anno € 11.300 ciascuno			3 anni	Francese	internship di 1 semestre presso il ristorante dell'istituto o 4 mesi presso un'azienda
Degree in gastronomy and culinary art	Basque Cuinary Center (Spagna)	per a/a 2016/2017: € 8.810	Certificato da Mondragon Unibertsitatea.		4 anni full time (60 crediti all'anno)	solo alcune lezioni - la maggioranza in spagnolo	



ALLEGATO – ANALISI DELL'OFFERTA DI MASTER IN HOTEL MANAGEMENT

ANALISI DELL'OFFERTA DI MASTER UNIVERSITARI ESTERI IN HOTEL MANAGEMENT

Master	Università	Costo	Collaborazione con altre univ.	Accreditamenti di enti	Durata	Lingua	Note	Ore lezione	Internship	Ore studio individuale
Master of Management in hospitality	Cornell University - School of hotel administration (USA)	\$ 24.500 per 3 semestri = \$ 73.500 (spese di alloggio, dei libri, dell'assicurazione sanitaria escluse)	Collaborazione con la China Europe Business School di Shanghai per ottenere l'MBA		Totale 12 mesi suddivisi in 3 periodi: maggio-agosto, settembre-dicembre, gennaio-maggio. Se si consegue l'MBA con la CEBS a Shanghai, la durata è di 23 mesi (1 anno in Cina e 1 anno alla Cornell)	Inglese	UNICO CON COLLABORAZIONE CON ALTRA SCUOLA STRANIERA	non indicato	non indicato	non indicato
Master of Science (MS) e Doctor of	Cornell University - School	\$ 29.500 all'anno			per il MS: 16 mesi - per il PhD: 24	Inglese		non indicato	non indicato	non indicato





# Dossier Alta Formazione ad Astino

Philosophy (PhD) in Hotel Administration	hotel administration (USA)				mesi					
MBA in International Hospitality Management	Campus de Turisme, Hoteleira i Gastronomia - Universitat de Barcelona (Spagna)	€ 17.000			non indicato	non indicato		non indicato	3 settimane di work experience (1 alle Canarie, 1 in Crociera e 1 a Shanghai)	non indicato
Master in Hotel Management	Campus de Turisme, Hoteleira i Gastronomia - Universitat de Barcelona (Spagna)	€ 6.600		Partnership con aziende del settore	9 mesi (da ottobre 2015 a giugno 2016)	non indicato		non indicato	Previsto practicum o market research da 6 crediti (Master tot.60 crediti)	non indicato
Master in International Hospitality Management	Manchester Metropolitan University (UK)	£ 5.490 per studenti inglesi ed europei full time. £ 11.500 per studenti full time stranieri. Per studenti part-time inglesi ed europei £ 610 ogni 20 crediti (crediti totali master 180)			Full time: 1 anno corsi + 1 anno di internship (opzione) -- Part time: 2-5 anni corsi + 1 anno di internship (opzione)	Inglese		non indicato	possibilità di svolgere in internship di 36-48 settimane supportati dall'ufficio Placement.	non indicato
Master in International Tourism and Hospitality Management	Manchester Metropolitan University (UK)	£ 5.490 per studenti inglesi ed europei full time. £ 11.500 per studenti full time stranieri. Per studenti part-time UK e UE: £ 610 per 20 crediti (crediti totali master 180)			Full time: 1 anno corsi + 1 anno di internship (opzione) -- Part time: 2-5 anni corsi + 1 anno di internship	Inglese		non indicato	possibilità di svolgere in internship di 36-48 settimane supportati dall'ufficio Placement.	non indicato



# Dossier Alta Formazione ad Astino

MSc International Hospitality Management (with optional work experience route)	Sheffield Hallam University (UK)	Per studenti inglesi ed europei: £ 6.200 senza l'anno di work placement; £ 7.500 con l'anno di work placement. Per studenti internazionali: non è prevista tassa per l'anno di work placement; per l'a/a 2015/2016 £ 12.400 senza work placement o £ 13.900 con work placement (dall'a.a 2016/2017 aumento delle tariffe di £ 400)		Accreditato da Institute of Hospitality	1 anno full time solo Master o 2 anni incluso anche un anno di work placement (di 12 mesi)	Inglese		non indicato	1 anno di work placemente	non indicato
MSc International Hospitality and Tourism Management (with optional work experience route)	Sheffield Hallam University (UK)	Per studenti inglesi ed europei: £ 6.200 senza l'anno di work placement; £ 7.500 con l'anno di work placement. Per studenti internazionali: non è prevista tassa per l'anno di work placement; per l'a.a. 2015/2016 £ 12.400 senza work placement o £ 13.900 con work placement (dall'a.a. 2016/2017 aumento delle tariffe di £ 400)		Accreditato da Institute of Hospitality e riconosciuto da Tourism Management Institute	1 anno full time solo Master o 2 anni incluso anche un anno di work placement (di 12 mesi)	Inglese		non indicato	1 anno di work placement	non indicato
MSc International Tourism Management	Sheffield Hallam University (UK)	Per studenti inglesi ed europei £ 6.200 a.a. 2015/2016. Per studenti internazionali £ 12.400 per a.a. 2015/2016 o £ 13.900 con work experience e £ 12.800 per a.a. 2016/2017 o £ 14.300 con work experience		Accreditato dal Tourism Management Institute	1 anno full time	Inglese		non indicato	1 anno di work placemente	non indicato





# Dossier Alta Formazione ad Astino

MA International Hospitality Management ONLINE	University of Derby (UK)	per studenti inglesi ed europei £ 775 a modulo (totale 9 moduli = £6.975). Per studenti stranieri £ 850 a modulo (totale 9 moduli £ 7.650)		Accreditato da Institute of Hospitality	2 o 3 anni online e part time	Inglese	Unico completament e online	non indicato	No internship	non indicato
MSc International Hospitality Management	University of Derby (UK)	Per studenti inglesi ed europei £ 695 a modulo (totale 9 moduli). Full time £ 11.440			20 mesi full time inclusi 8 mesi di work placement. Se part time, tra i 2 e i 6 anni.	Inglese		non indicato	8 mesi di work placement	non indicato
MSc International Hospitality, Events and Tourism Management	Oxford School of Hospitality Management (UK)	Studenti inglesi ed europei al campus: full time £ 8.000, part time £ 8.660 per 2 anni -- Studenti internazionali al campus: full time £ 13.700 -- aggiunta del sandwich mode per studenti internazionali £ 13.770 per il 1° anno e £ 4.170 per 2° anno (2017) ----- per il corso da settembre 2016: Studenti inglesi ed europei al campus: full time £ 8.000, per part time £ 4.330 -- Studenti internazionali al campus: full time £ 13.970, aggiunta del sandwich mode: per studenti internazionali £ 13.970 per il 1° anno e £ 4.250 per 2° anno (2017/2018)			1 anno full time	Inglese		non indicato	non indicato	non indicato



# Dossier Alta Formazione ad Astino

MSc International Hotel and Tourism Management	Oxford School of Hospitality Management (UK)	Studenti inglesi ed europei al campus: full time £ 8.000, part time £ 8.660 per 2 anni -- Studenti internazionali al campus: full time £ 13.700 -- aggiunta del sandwich mode: per studenti internazionali £ 13.770 per il 1° anno e £ 4.170 per 2° anno (2017) ----- per il corso da settembre 2016: Studenti inglesi ed europei al campus: full time £ 8.000, per part time £ 4.330 -- Studenti internazionali al campus: full time £ 13.970, aggiunta del sandwich mode (??): per studenti internazionali £ 13.970 per il 1° anno e £ 4.250 per 2° anno (2017/2018)			1 anno full time	Inglese		non indicato	non indicato	non indicato
International Hospitality Management BSc (Hons) or MSc	University of Surrey - School of hospitality and tourism management (UK)	£9,000 all'anno per studenti inglesi ed europei. Per studenti internazionali £ 16.000 (per anno 2016)			MSc: 4 o 5 anni (se si aggiunge l'anno lavorativo) - successivo al BSc	Inglese		non indicato	1 anno lavorativo	non indicato
International Hospitality Management (Euromasters) MSc	University of Surrey - School of hospitality and tourism management (UK)	£9,000 all'anno per studenti inglesi ed europei. Per studenti internazionali £ 13.500 (per a.a. 2016/2017)		Accreditato da United Nations World Tourism Organization (UNWTO) and the Association to Advance Collegiate	24 mesi full time (da settembre 2016)	Inglese		non indicato	previsto un periodo lavorativo non specificato quante settimane) tra il 1° e il	non indicato





### Dossier Alta Formazione ad Astino

				Schools of Business (AACSB).					2° anno	
International Hotel Management MSc	University of Surrey - School of hospitality and tourism management (UK)	£9,000 all'anno per studenti inglesi ed europei. Per studenti internazionali £ 18.000 (per a.a. 2016/2017)		Accreditato da United Nations World Tourism Organization (UNWTO) and the Association to Advance Collegiate Schools of Business (AACSB).	12 mesi full time (da settembre 2016)	Inglese		non indicato	non indicato	non indicato
Strategic Hotel Management MSc	University of Surrey - School of hospitality and tourism management (UK)	se FULL TIME: £9,000 all'anno per studenti inglesi ed europei. Per studenti internazionali £ 18.000 (per a.a. 2016/2017) -- se PART TIME: £4.500 all'anno per studenti UK e EU. Per studenti internazionali £ 9.000 (per a.a. 2016/2017)		Accreditato da United Nations World Tourism Organization (UNWTO) and the Association to Advance Collegiate Schools of Business (AACSB).	Full-time: 12 months Part-time: 24-60 months	Inglese		non indicato	non indicato	non indicato
MBA in International Hospitality Management	Hotelschool The Hague, Netherlands (Olanda)	€ 19.500 per a.a. 2016/2017			13 mesi full time	Inglese		non indicato	non indicato	non indicato

### ANALISI DELL'OFFERTA DI MASTER DI STRUTTURE NON UNIVERSITARIE ESTERE IN HOTEL MANAGEMENT

Master	Istituto	Costo	Collaborazione con altre università	Accreditamenti di enti	Durata	Lingua	Note	Ore lezione	Internship	Ore studio individuale
--------	----------	-------	-------------------------------------	------------------------	--------	--------	------	-------------	------------	------------------------



### Dossier Alta Formazione ad Astino

Master of Science HES-SO in Global Hospitality Business	Ecole Hoteliere Lausanne (Svizzera)	Costo per semestre nella singola location: Losanna 34.890 CHF - Hong Kong 17.000 CHF - Houston 19.500 CHF	In collaborazione con le università di Huston (University of Houston, Conrad N. Hilton College of Hotel and Restaurant Management) e Hong Kong (Hong Kong Polytechnic University, School of Hospitality and Tourism Management) - 3 semestri nelle 3 università		1,5 anni (3 semestri)	Inglese	Non stage ma "Business field trip" in luoghi chiave per l'ospitalità nei vari continenti	non indicato	non indicato	non indicato
Executive MBA in Hospitality Administration	Ecole Hoteliere Lausanne (Svizzera)	Costo totale: CHF 58.860	ACCREDITAMENTI INTERNAZIONALI: NEASC (New England Association of Schools and Colleges (NEASC), which evaluates universities in the eastern United States such as Harvard, Yale or Massachusetts Institute of Technology (MIT); OAQ (Swiss Center of Accreditation and Quality Assurance in Higher Education (OAQ). This independent body assures and promotes the quality of teaching and research of higher education institutions in Switzerland. It uses internationally recognized methods and is able to draw upon the knowledge and experience of leading experts); HES-SO (institutional accreditation of excellence given by the Swiss federal government to our school. The Ecole hôtelière de Lausanne is the only hospitality education school recognized as an HES-SO institution (University of Applied Sciences) in Western Switzerland)		1 anno full time	Inglese		non indicato	non indicato	non indicato
Postgraduate Diploma in Hospitality Administration e Postgraduate Higher Diploma in Hospitality Administration	Glion Institute of Higher education (Svizzera)	1° sem CHF 18.950, 2° sem CHF 19.250, 3° sem CHF 19.450, più CHF 1.500 e CHF 750			1,5 anni (3 semestri) o 2 anni (4 semestri) nel caso del Higher diploma	Inglese		non indicato	internship nel 4° semestre	non indicato





# Dossier Alta Formazione ad Astino

on										
Master on Science in International Hospitality Management	Glion Institute of Higher education (Svizzera)	1° sem CHF 18.050, 2° sem CHF 11.700 più CHF 1.500			1 anno (6 mesi al campus e 6 mesi on-line)	Inglese		non indicato	non indicato	non indicato
MBA for executives	Glion Institute of Higher education (Svizzera)	GBP 6.900			2,5 anni	Inglese		non indicato	non indicato	non indicato
Professional MBA in International Hospitality and service industries management: versione A e versione B	Glion Institute of Higher education (Svizzera)	Versione A: al campus: 1° anno CHF 25.500, 2° anno CHF 24.750, più CHF 1.500 ; al campus e on line: 1° anno CHF 25.500, 2° anno CHF 16.900, più CHF 1.500 -- Versione B: al campus: 1° anno CHF 19.700, 2° anno 1° sem CHF 24.750 e 2° sem 24.950, più CHF 1.500 ; al camus e online: 1° anno CHF 19.700, 2° anno CHF 33.800, più CHF 1.500			Solo lezioni frontali al campus: da 1,5 a 2,5 anni - Lezioni frontali al campus + lezioni on-line: da 2 a 3 anni	Inglese	Versione A per professionisti con meno di 23 anni, una laurea nel settore e al massimo 2 anni di esperienza - Versione B per professionisti con massimo 24 anni, una qualsiasi laurea a nessuna esperienza nel settore	non indicato	6 mesi di internship	non indicato



# Dossier Alta Formazione ad Astino

MBA in International Hospitality and service industries management	Glion Institute of Higher education (Svizzera)	CHF 31.570,			Solo lezioni frontali al campus: 1 anno - Lezioni ibride, sia frontali al campus che online: 1,5 o 2 anni	Inglese	Dedicato a neo-laureati in materie attinenti e con almeno 2 anni di esperienza lavorativa - Disponibile in due versioni: solo lezioni al Campus o ibrido (con lezioni sia al campus che online)	non indicato	non indicato	non indicato
Postgraduate diploma in Hotel Management	Swiss Hotel Management School (Svizzera)	CHF 33.150			1 anno	Inglese		non indicato	Internship per un periodo compreso tra 4 e 6 mesi	non indicato
Postgraduate diploma in Hotel Operations Management	Swiss Hotel Management School (Svizzera)	CHF 33.150			1 anno	Inglese		non indicato	Internship per un periodo compreso tra 4 e 6 mesi	non indicato
Postgraduate diploma in event management	Swiss Hotel Management School (Svizzera)	CHF 33.150			1 anno	Inglese		non indicato	Internship per un periodo compreso tra 4 e 6 mesi	non indicato





# Dossier Alta Formazione ad Astino

Master of International Business in Hotel, Resort and Spa Management	Swiss Hotel Management School (Svizzera)	1° anno (corso postgraduate): CHF 33.150 + 2° anno (master): CHF 34.450		per ottenere il Master, aggiungere e 1 anno a un corso Postgraduate tra: Diploma in Hotel Management, Diploma in Hotel Operations Management, Diploma in event management	Inglese		non indicato	Internship per un periodo compreso tra 4 e 6 mesi	non indicato
Master of Science in International Hospitality Management	Swiss Hotel Management School (Svizzera)	CHF 36.650	riconosciuto dall'Università di Derby (UK)	1 semestre di lezioni al campus (5 mesi) e 6 mesi di studio individuale	Inglese		non indicato	no internship	non indicato



# Dossier Alta Formazione ad Astino

MSc in International Hospitality Management	Institut Paul Bocuse (Francia)	Per studenti europei: € 24.000 - per studenti stranieri: € 29.000 (a.a. 2015/2016)	In partnership con EMLYON Business School		16 mesi	Inglese	Il Professional Immersion Module viene svolto nelle strutture offerte dall'Istituto: Institut's Château, Hôtel Royal (5 stelle) con i loro ristoranti, bar cucine. Presenti anche il Living Lab nel Research Center e il Creativity Room nel New Business Incubator. Previsto 1 semestre a Shangai presso: EMLYON's Asian Campus and Institut Paul Bocuse's Restaurant School in Shanghai. Qui vengono tenuti anche corsi.	non indicato	tra 4 e 9 mesi di internship presso un'azienda privata del settore ospitalità	non indicato
---	--------------------------------	---	---	--	---------	---------	--	--------------	---	--------------





### Dossier Alta Formazione ad Astino

Postgraduate diploma in hospitality management	Les Roches (Svizzera)	1° semestre CHF 31.000, 2° semestre CHF 30.350, 3° semestre CHF 30.650			1,5 anni o 2 anni se MBA	Inglese		non indicato	internship tra 4 e 6 mesi	non indicato
MBA in Hospitality management	Les Roches (Svizzera)	1° semestre CHF 36.250, 2° semestre CHF 36.000			1 anno	Inglese		non indicato	no internship	non indicato
Master of science in Hospitality leadership	Les Roches (Svizzera)	1° e 2° semestre CHF 31.500 ciascuno			1 anno	Inglese		non indicato	no internship	non indicato

### ANALISI DELL'OFFERTA DI MASTER ITALIANI IN HOTEL MANAGEMENT

Master	Università	Costo	Collaborazione con altre università	Accreditamenti di enti	Durata	Lingua	Note	Ore lezione	Internship	Ore studio individuale
Master in Five stars Hotel Management	LUISS Roma	€ 16.800 (pagabili in 3 rate). Disponibili borse di studio per copertura parziale (dal 5% al 25%).		Forte Village Resort Sardegna	11 mesi: 5 didattica frontale e 6 mesi di stage	80% delle lezioni in lingua INGLESE	Max 30 partecipanti a corso -- Previsti 2 corsi presi dalla Cornell University: Cheese Business Game e Crase Business Game. Docenti della CORNELL e della HARVARD BUSINESS SCHOOL	non indicato	6 mesi di stage presso struttura a 5 stelle	non indicato



### Dossier Alta Formazione ad Astino

Master in Management Turistico Alberghiero	Università di Pisa (Pisa)	€ 3.500 per laureati - € 2.000 per uditori	1500 ore - 60 crediti	Federalberghi Toscana	10 mesi (da febbraio a dicembre 2016) - lezioni il giovedì pomeriggio e il venerdì mattina	non indicato	min. 5 max 40 partecipanti	non indicato	Tirocinio formativo (16 crediti) di 400 ore presso strutture ricettive alberghiere toscane di Federalberghi Toscana	non indicato
Master internazionale "Hospitality Management - Food & Beverage" (III edizione)	Università di Palermo (Palermo)	€ 3.800	Svolto insieme a Florida International University (USA) - università consorziata - e Alta Scuola Arces - Turismo, presso la cui sede avvengono le lezioni.		1 anno	INGLESE	min.15 max 30 partecipanti	360 ore d'aula e elearning (non specificato in che %)	Stage di almeno 700 ore entro ottobre e 400 ore di project work	400 ore
Master "Tourism and Hospitality Management"	Università degli studi di Napoli "Parthenope" (Napoli)	€ 3.500	Collaborazioni con numerose aziende ed enti, tra cui ASTOI Confindustria Viaggi e la Borsa Mediterranea del Turismo.		1 anno	Solo 1 modulo (Global scenario) svolto in inglese	min.14 max 25 partecipanti	480 ore d'aula frontali (da febbraio ad aprile 2016)	Stage di almeno 250 ore e massimo 6 mesi	non indicato





## ALLEGATO – ANALISI DELL'OFFERTA DI MASTER IN FOOD AND BEVERAGE

### ANALISI DELL'OFFERTA DI MASTER UNIVERSITARI ESTERI IN FOOD AND BEVERAGE

Master	Università	Costo	Collaborazione con altre università	Accreditamenti di enti	Durata	Lingua	Note	Ore lezione	Internship	Ore studio individuale
Master in Catering management	Campus de Turisme, Hoteleira i Gastronomia - Universitat de Barcelona (Spagna)	€ 5.400	In collaborazione con la Facoltà di Farmacia dell'Università di Barcellona.	Partnership con molte aziende private del settore	9 mesi (da ottobre 2014 a giugno 2015)	non indicato		non indicato	Previsto un practicum o market research (6 crediti)	non indicato

### ANALISI DELL'OFFERTA DI MASTER DI STRUTTURE NON UNIVERSITARIE ESTERE IN FOOD AND BEVERAGE

Master	Istituto	Costo	Collaborazione con altre università	Accreditamenti di enti	Durata	Lingua	Note	Ore lezione	Internship	Ore studio individuale
--------	----------	-------	-------------------------------------	------------------------	--------	--------	------	-------------	------------	------------------------



### Dossier Alta Formazione ad Astino

Master in Restaurant Innovation and management	Basque Culinary Center (Spagna)	€ 7.900	Mondragon Unibertsitatea	collaborazioni con ristoranti	1 anno	non indicato		non indicato	previsto stage in ristoranti	non indicato
Postgraduate diploma in food & beverage and restaurant management	Swiss Hotel Management School (Svizzera)	CHF 33.150			1 anno	inglese		non indicato	Internship per un periodo compreso tra 4 e 6 mesi	non indicato
Master of International Business in Food and Beverage and Restaurant Management	Swiss Hotel Management School (Svizzera)	CHF 34.450			1 anno	inglese	per ottenere il Master, aggiungere 1 anno al Postgraduate diploma in food & beverage and restaurant management. Prevede lezioni teoriche e moduli applicativi e workshop.	non indicato	Internship per un periodo compreso tra 4 e 6 mesi	non indicato
Master's in Culinary Leadership & Innovation	Institut Paul Bocuse (Francia)	€ 19.850	In partnership con Haaga-Helia University of Applied Sciences in Helsinki, Finland, che realizza il Master e University of Stavanger, Norway. Lezioni presso: Institut Paul Bocuse (Écully-France), Haaga-Helia University of Applied Sciences (Finland), University of Stavanger (Norway), Gastronomic Institute and House of Meals in Stavanger (Norway)		18 mesi	inglese		3 semestri	6 mesi di iternship	





# Dossier Alta Formazione ad Astino

## ANALISI DELL'OFFERTA DI MASTER ITALIANI IN FOOD AND BEVERAGE

Master	Università	Costo	Collaborazione con altre università	Accreditamenti di enti	Durata	Lingua	Note	Ore lezione	Internship	Ore studio individuale
Master of Management in Food & Beverage	Università Bocconi (Milano)	€ 28.000		In collaborazione con l'Associazione ALTAGAMMA. Molte aziende partner	1 anno full time (da gennaio a dicembre)	inglese		non indicato - lezioni dal lunedì al venerdì dalle 8.30 alle 13.30	metà settembre - dicembre 2016: Internships/Field Projects/Personal Business Projects	non indicato
MBA food and wine	BBS - Bologna Business School dell'Università di Bologna (Bologna)	€ 27.000		Accreditato EFMD - EPAS	1 anno full time (tot. 72 crediti)	inglese		518 ore d'aula	Internship di 500 ore successivo alle lezioni in aula, da svolgersi presso aziende in Italia o all'estero. Al termine deve essere steso un Final Report.	1.300 ore di lavori di gruppo e individuali
MASTER in business management / food & wine	BBS - Bologna Business School dell'Università di Bologna (Bologna)	€ 11.200			1 anno full time (60 crediti)	non indicato	min. 20 max 50 partecipanti	360 ore	600 ore internship	540 ore
Master di I livello in Food & wine communication	IULM (Milano)	€ 8.500 per studenti europei - per studenti stranieri € 10.200		Collaborazione con Gambero Rosso	60 crediti	non indicato	max 30 iscritti	490 ore	non indicato	non indicato
Master in Food Design	IULM (Milano)	per studenti europei € 13.000 - per i cittadini non	Con la Scuola Politecnica di Design	Partnership con importanti aziende alimentari	1 anno full time - 1500 ore	inglese		non indicato	Previsto uno stage in aziende, agenzie, studi di design operanti nel settore alimentare.	non indicato



# Dossier Alta Formazione ad Astino

		europei € 15.600								
Master Universitario di primo livello in Enologia e Marketing (MEM)	UNIVERSITA' CATTOLICA del Sacro Cuore (Piacenza)	gratuito		Ente di Formazione Fondazione Casa di Carità Arti e Mestieri ONLUS	7 mesi (da gennaio a luglio) - 60 crediti	non indicato		non indicato	280 ore	non indicato
Master in Food & Wine Business	LUISS Roma (Roma)	€ 10.000 più iva		Gambero Rosso- Masciarelli	11 mesi - 1500 ore, 60 crediti	non indicato	interessante il corso con attestato HACCP aggiunto	8 mesi d'aula - 3 gg a settimana dalle 9 alle 18	3 mesi	non indicato
Master in Cultura e marketing dell'enogastronomia e dell'ospitalità	Università di Macerata (Macerata)	€ 1.500		in collaborazione con l'Istituto di Istruzione Superiore "Einstein-Nebbia", con il finanziamento della Fondazione Cassa di Risparmio di Loreto	1 anno (1500 ore)	non indicato	vecchio - a.a. 2008/2009	222 ore aula + 144 ore laboratori	300 ore di stage	834 ore
MASTER COMET: Master di I livello in Cultura, Organizzazione e Marketing dell'Enogastronomia Territoriale (Dipartimento di Scienze degli Alimenti)	Università degli Studi di Parma (Parma)	€ 3.532			1 anno (1850 ore - 74 crediti)	non indicato		lezioni da gennaio a giugno (venerdì e sabato dalle 9 alle 18)	min. 500 ore di stage	non indicato
Master in Enogastronomia ed Ospitalità (Dipartimento di Sociologia e Diritto)	Università di Bologna (Bologna)	€ 3.000 in 2 rate (per gli uditori € 1.500)		Fondazione Alma Mater (FAM)	9 mesi (60 crediti)	non indicato	min. 15 max 40 partecipanti	non indicato	previsto stage (14 crediti)	non indicato





# Dossier Alta Formazione ad Astino

dell'Economia)										
Master I livello Cultura del cibo e del vino per la valorizzazione e la promozione delle risorse enogastronomiche	Universtia Ca' Foscari di Venezia	€ 5.000 in 2 rate			1 anno	italiano		400 ore (lezione da giovedì a sabato)	300 ore di stage	non indicato
Master program in Food Culture and Communications: representation, place and identity	Università degli studi di scienze gastronomiche (Pollenzo- Cuneo)	€ 16.500			14 mesi	non indicato		non indicato	Internship in ogni parte del mondo. Tra 4 e 8 settimane nel 2015 + tra 2 e 4 mesi nel 2016. Internship è la base per la tesi finale.	non indicato
Master program in Food Culture and Communications: High-quality products	Università degli studi di scienze gastronomiche (Pollenzo- Cuneo)	€ 16.500			14 mesi	non indicato		non indicato	Internship in ogni parte del mondo. Tra 4 e 8 settimane nel 2015 + tra 2 e 4 mesi nel 2016. Internship è la base per la tesi finale.	non indicato
Master program in Food Culture and Communications: Human ecology and sustainability.	Università degli studi di scienze gastronomiche (Pollenzo- Cuneo)	€ 16.500			14 mesi	non indicato		non indicato	Internship in ogni parte del mondo. Tra 4 e 8 settimane nel 2015 + tra 2 e 4 mesi nel 2016. Internship è la base per la tesi finale.	non indicato
Master of Gastronomy: Food in Italy	Università degli studi di scienze gastronomiche (Pollenzo- Cuneo)	€ 16.500			1 anno	non indicato		8 mesi lezioni	4 mesi internship	non indicato
Master of Gastronomy: Food in the world (I livello)	Università degli studi di scienze gastronomiche (Pollenzo- Cuneo)	€ 16.500			1 anno	non indicato		8 mesi lezioni	4 mesi internship	non indicato



### Dossier Alta Formazione ad Astino

Master in cultura del vino	Università degli studi di scienze gastronomiche (Pollenzo- Cuneo)	€ 16.500		Slow Food e Banca del Vino	1 anno	non indicato		non indicato - inclusi anche 3 viaggi di 5/6 gg	2 mesi di tirocinio tra gennaio e febbraio	non indicato
Executive Master in Cibo e Salute	Università degli studi di scienze gastronomiche (Pollenzo- Cuneo)	€ 7.000		Slow Food - Alcune società scientifiche: ADI, AMD, FADOI, Slow Medicine	1 anno	non indicato		non indicato	non indicato	non indicato
Master in Cucina Popolare Italiana di Qualità / Master in the Slow Art of Italian Cuisine	Università degli studi di scienze gastronomiche (Pollenzo- Cuneo)	€ 12.500			1 anno (il corso in italiano parte a settembre 2015 e quello in inglese a gennaio 2016) - 60 crediti	la versione è in inglese, è in lingua inglese		600 ore lezione	alternanza tra 2 mesi di lezioni (da settembre a dicembre e da marzo a maggio) e 3 mesi di lavoro pratico presso osterie e ristoranti (da dicembre a marzo e da maggio ad agosto)	non indicato





## ALLEGATO - INSEGNAMENTI PREVISTI DAI CORSI DI LAUREA ESTERI IN HOTEL MANAGEMENT

### INSEGNAMENTI PREVISTI DAI CORSI DI LAUREA UNIVERSITARI ESTERI IN HOTEL MANAGEMENT

Corso	Università	Insegnamenti
<p>Corsi Undergraduate - Corsi Undergraduate: 3 specializzazioni: Finance, Accounting, &amp; Real Estate (FARE), Hospitality Leadership Concentration (HOLD), Services Marketing and Operations Management (SMOM)</p>	<p>Cornell University - School hotel administration (USA)</p>	<p>Ci sono corsi obbligatori e corsi a scelta. Gli insegnamenti centrali sono i seguenti: Operations; Finance and accounting: Accountig; Real estate development; Managerial and organizational behaviour; Human resource management; Information systems; Facilities management; Planning and design; Marketing, tourism and strategy; Food and beverage management; Law. Previste anche 800 ore di pratica che aggiungono crediti. 1° anno Insegnamenti obbligatori: Organizational Behavior and Interpersonal Skills, Microeconomics for the Service Industry, Managerial Communication I, Business Computing, Introduction to Hotel Operations, Introduction to Food Service Operations, Financial Accounting, 2° anno insegnamenti obbligatori: Hospitality Quantitative Analysis, Human Resources Management, Managerial Accounting, Finance, Culinary Theory and Practice, Marketing Management for Services, Hospitality Development and Planning. 3° anno insegnamenti obbligatori: Service Operations Management, Restaurant Management, Principles of Hospitality Real Estate, Hospitality Facilities Management, Managerial Communication II, Business and Hospitality Law. 4° anno: Strategic Management ---- 3 specializzazioni: Finance, Accounting, &amp; Real Estate (FARE): Corporate Finance/Financial Consulting, General Financial Management, Hospitality Controllershship, Security Analyst/Investment Banking, Design, and Development), Hospitality Leadership Concentration (HOLD: Human Resources, Law, Managerial Leadership, and Entrepreneurship), Services Marketing and Operations Management (SMOM: Beverage Management, Corporate Food and Beverage Operations, Information Systems Management, Revenue Management, Services Marketing Management, and Specialty Operations). Ciasuna specializzaizone con corsi ad hoc.</p>
<p>Degree in Hotel management</p>	<p>UNIVERSITAT AUTÒNOMA DE BARCELONA (Spagna)</p>	<p>Insegnamenti base: Economia dell'impresa, Contabilità generale, Gestione risorse umane nell'industria alberghiera, Capacità informatica e di studio, Economia, Statistica applicata, Diritto, Alimentazione igiene e sicurezza alimentare, Prima lingua straniera I e II, Seconda lingua straniera I. -- Insegnamenti obbligatori: Fondamenti del settore turistico e alberghiero, Marketing, Direzione strategica e commerciale degli hotel, Gestione finanziaria dell'impresa alberghiera, Sistema di informazione e gestione nel settore alberghiero, Direzione e gestione della ristorazione I, Direzione e gestione della cucina I, Direzione e gestione degli alloggi I, Direzione e gestione della ristorazione II, Direzione e gestione della cucina II, Direzione e gestione degli alloggi II, Strategie di comunicazione e direttive per la gestione alberghiera, Geografia turistica ed economica, Prima lingua straniera III, Seconda lingua straniera II e III, Pratica, Tesi di Laurea. -- Insegnamenti opzionali: Prima lingua straniera IV, Terza lingua straniera I e II, Temi di direzione alberghiera, Marketing di hotel e ristoranti, Gestione delle vendite e revenue management, Pubblicità e relazioni pubbliche, Gestione degli acquisti approvvigionamenti e stock, Analisi di strutture hardware e mantenimento, Direzione internazionale di gruppi alberghieri, Direzione del eprsonale e rapporti di lavoro, Commercializzazione elettronica nel settore alberghiero, Metodi e tecniche di ricerca, Gestione corporativa, Creazione di imprese e innovazione, Ristorazione moderna, Gastronomia ed enologia, Collettività e catering, Direzine di imprese di ristorazione, Diritto dell'impresa alberghiera, Gestione e organizzazione di congressi ed eventi, Gestione di imprese di tempo libero, Parchi tematici su tempo libero e animazione, Gestione della qualità dell'ambiente, Sicurezza e prevenzione negli hotel, Organizzazione alberghiera e attenzione al cliente, Architettura e disegno di istituzioni alberghiere, Temi legati al turismo,</p>

## Dossier Alta Formazione ad Astino

		Pratiche nazionali e internazionali, Pratiche di ristorazione
Bachelor degree in Tourism with specialization in Hotel Management	Campus de Turisme, Hoteleira i Gastronomia - Universitat de Barcelona (Spagna)	Insegnamenti del settore Hotel e catering, incluse formule di pratica, affiancati a insegnamenti di business management (economia, finanza, marketing, gestione del personale), secondo alcuni processi chiave: sistemi di marketing, gestione delle vendite, gestione dei clienti in una prospettiva internazionale. Insegnamenti nel dettaglio: Accountancy in tourims company; Law in tourism; Economy in tourims; Geography in tourims; Research basic in tourims; Tourims and heritage; Communication in English in tourism I level; Introduction to the speciality: Hotel/tourims management; Global tourism; Economic and financial management in tourist companies; Market research; Strategicand operarional marketing; Tourism policy; Communication in English in tourism II level; Communication in a secodn foreign language; Analsys of tourist destinations; Tourist mobility; Practicum I: introduction; Communication in English in tourism III level; Tourist communication and marketing; Organization of tourist companies and people management; Practicum II: involvement; Accomodation management; Catering management; Hotel organization; Revenue management; Creation of tourist-cultural products; Tourist service companies; Tourist planning; Tourist destinations; Development of leadership and entrepreneurship competences in the tourism industries; Dtrattegic and financial management in tourism industry; Design of tourist organizations; Real estate management in tourims; International hospitality management; Management control in the caterign industry; Gastronomy; Operational management in the catering industry; E-marketing in the hotel industry; Sales management in the hotel industry; Customer relationship management in the hotel industry; Tourist projects management; Digital tools and tourist cartography; Urban tourism management; Local management and tourims policies; Cinema and literature in tourims; Tourist and cultural mediation; Eno-gastronomic tourism; Tansport companies management; Tourism intermediation; New types of tourism; Web design anda management in the hotel industry; Congresses and events organization; Urban tourism; Enhancing communication in a foreign language in tourism I; Enhancing communication in a foreign language in tourism II; Recordignition of credits in for tourist projects management; Recordignition of credits in for tourist companies and services management.
Corso Undergraduate in Hospitality Business Management	Manchester Metropolitan University (UK)	Insegnamenti 1° anno nel settore dell'hospitality e del management (lezioni teoriche e pratiche): Business Management, Contemporary Hospitality, Hospitality Operations, Technology and Innovation. Insegnamenti 2° anno sono approfondimenti di quelli del 1° ma con un taglio di supervisory/management: Hospitality Business Entrepreneurship, Hospitality Design and Feasibility, Managing Hospitality People and Service, The Synergy Unit. Il 3° anno prevede eseprienza diretta nell'industria dell'hospitality (anno sandwich). Insegnamenti 4° anno in "Hotel Operations Tactics & Strategy" (HOTS), un training dinamico tramite un simulatore a computer sul management. Insegnamenti anche in Responsible Hospitality Management , International Management and Leadership e la Dissertation finale. Ogni anno si può studiare una lingua straniera.
Events, Hospitality and Tourism degrees with a FOUNDATION YEAR	Manchester Metropolitan University (UK)	Insegnamenti previsti da questo Foundation Year: Academic Skills for Higher Education, Business Environment, English and Academic Practice (for International Students only), Services in Tourism, Hospitality and Events Management, Understanding the Consumer.



## Dossier Alta Formazione ad Astino

BSc (Honours) Hospitality Business Management	Sheffield Hallam University (UK)	Insegnamenti 1° anno: introduction to finance, introduction to marketing, contemporary business environment, the human side of organisations, professional and academic development, understanding food and beverage operations, understanding hospitality resources, corporate hospitality, appreciating food and wine. Insegnamenti 2° anno: operations and project management, management accounting, contemporary thinking in marketing, human resource management, research for industry, food and beverage operations management, managing hospitality resources; a scelta 2 corsi tra: European culinary arts and wines or small hospitality and tourism business management, hospitality events management or products and supply (food). 3° anno opzionale work placement. Insegnamenti 4° anno: strategic management, hospitality service and facilities management, hospitality management applications, project, career management and professional development (four year route only); a scelta 2 corsi tra: entrepreneurship and innovation and the hospitality industry or international hotel management, food supply chain management or international hospitality and tourism marketing planning.
FINAL YEAR in BSc (Honours) Hospitality Business Management (top up)	Sheffield Hallam University (UK)	Insegnamenti: strategic management, English for academic purposes or international hospitality and tourism marketing planning, international hotel management, hospitality service and facilities management, hospitality management applications, professional studies or project
FINAL YEAR in BSc (Honours) Hospitality Business Management with Conference and Events (top up)	Sheffield Hallam University (UK)	Insegnamenti: strategic management, international hospitality events management, English for academic purposes or entrepreneurship, innovation and the hospitality industry, hospitality service and facilities management, conference and meetings management, professional studies or project
BSc (Honours) International Hotel Management	Sheffield Hallam University (UK)	Ogni anno si può scegliere di imparare 1 lingua straniera tra Spanish, German, French, Portuguese and Chinese. Insegnamenti 1° anno: introduction to finance, introduction to marketing, contemporary business environment, the human side of organisations, professional and academic development, understanding food and beverage operations, understanding hospitality resources. 1 insegnamento a scelta tra: corporate hospitality, appreciating food and wine, foreign language. Insegnamenti obbligatori 2° anno: operations and project management, management accounting, contemporary thinking in marketing, human resource management, research for industry, food and beverage operations management, managing hospitality resources. 1 insegnamento a scelta tra: European culinary arts and wines, hospitality events management, products and supply (food), foreign language. 3° anno work placement. Insegnamenti obbligatori 4° anno: strategic management, hospitality service and facilities management, international hotel management, international culinary arts and wines, project, career management and professional development (four year route only). 1 insegnamento a scelta tra: international hospitality and tourism marketing planning, foreign language.
FINAL YEAR in BSc (Honours) International Hotel Management (top up)	Sheffield Hallam University (UK)	Insegnamenti: strategic management, international hospitality and tourism marketing planning, English for academic purposes or international culinary arts and wines, hospitality service and facilities management, international hotel management, professional studies or project.



## Dossier Alta Formazione ad Astino

BSc (Honours) Tourism and Hospitality Business Management (che dal 2016 diventa International Tourism and Hospitality Business Management)	Sheffield Hallam University (UK)	Insegnamenti obbligatori 1° anno: business analytics, marketing communications, food and beverage operations, academic and professional skills, international tourism business. Un insegnamento a scelta tra: consumer behaviour in tourism, understanding hospitality resources, English for academic purposes for overseas students. Insegnamenti obbligatori 2° anno: people and organisations, the international business environment, managing food and beverage operations, tourism industry experience. Un insegnamento a scelta tra: international tourism destination analysis, international adventure tourism, economics and philosophy of the restaurant, managing hospitality resources, digital tourism marketing, managing the visitor, foreign language. 3° anno work placement. Insegnamenti obbligatori 4° anno: strategic management for hospitality and tourism, contemporary challenges for tourism, project, hospitality business solutions, hospitality and tourism career planning and enterprise. Un insegnamento a scelta tra: critical approaches to hospitality marketing, tourism destination marketing, foreign language.
BSc (Honours) Tourism Management (top up)	Sheffield Hallam University (UK)	Insegnamenti: strategic management, sustainable tourism planning, contemporary challenges for tourism, English for academic purposes or tourist destination marketing, tourism and the media, professional studies or project
BA (Hons) Corporate Hospitality Management (da settembre 2016)	University of Derby (UK)	Insegnamenti 1° anno: Delivering the Client Experience, Finance, Academic Study Skills, Human Resource Management, The Corporate Hospitality Sector, Catering in a Corporate Environment. Insegnamenti 2° anno: Supervising the Client Experience, Facilities Management, Corporate Events Management, Marketing Corporate Hospitality, Business Development and Entrepreneurship, Research Skills. Insegnamenti 3° anno: Client Led Project (double module), Strategic Management, Contemporary Issues, Contract and Franchise Management, International Corporate Hospitality
BA (Hons) Hotel Management (Two Year)	University of Derby (UK)	Insegnamenti 1° anno: Academic study skills, Conference and banqueting management, Finance in the service industries, Delivering customer experience, Hospitality concepts, Human resource management for service industries, Planning and leading hotel operations, Room division operations. Insegnamenti 2° anno: Business development and entrepreneurship, Contemporary issues, Hospitality facilities management, Independent study, International resort management, Manage the hotel guest experience, Marketing in the service industries, Research skills, Strategic management.
International Hospitality Business Management (top up) BA (Hons) ONLINE	University of Derby (UK)	4 moduli obbligatori da 20 crediti ciascuno: Leadership and management in context, Management research project, Managing cultural issues in service delivery, Strategic hospitality operations management. 2 moduli a scelta tra i seguenti (da 20 crediti): Consumer behaviour, Delivering winning project, Digital and social media marketing, Enterprise innovation and strategy, Financial statement analysis, Managing service quality.
BA (Hons) International Hospitality Management (with work placement)	University of Derby (UK)	Insegnamenti 1° anno: Rooms division operations, Delivering the customer experience, Hospitality concepts, Academic study skills, Human resource management in service industries, Finance in the service industries. Insegnamenti 2° anno: International hotel management, Event catering management, Research skills Marketing in the service industries, Hospitality facilities management, Business development and entrepreneurship. Insegnamenti 3° anno: Contemporary issues, Independent study, Managing cultural issues in hospitality, Strategic management. 1 insegnamento a scelta tra: International resort management, Managing the customer experience.
BA (Hons) International Hospitality Management	University of Derby (UK)	Insegnamenti 1° anno: Food and Beverage Operations, Academic and Professional Development 1, Hospitality Concepts, Principles of International Business, Rooms Division Operations, Business Operations Management. Insegnamenti 2° anno: Event Catering Management, Academic and Professional Development 2, International Hotel Management, Applied Business Management, Trends in the Hospitality Industry, Business Development and Entrepreneurship. Insegnamenti 3° anno per il Diploma in Professional Practice: Contemporary Issues in the Workplace, Applied Professional Practice (in alternativa c'è il work placement). Insegnamenti per il 3° o 4° anno: Independent Study, Strategic Management, Managing Cultural Issues in Hospitality, Contemporary Issues. E, a scelta, 1 di questi: Managing the Customer Experience, International Resort Management.



## Dossier Alta Formazione ad Astino

FdA International Hospitality Management	University of Derby (UK)	Insegnamenti 1° anno: Academic study skills, Delivering the customer experience, Finance in the service industries, Hospitality operations, Human resource management for service industries, The hospitality sector. Insegnamenti 2° anno: Business development, Hospitality facilities management, Marketing in the service industries, Planning and leading hospitality operations, Research skills, Supervising the customer experience.
Bachelor Programme	Hotelschool The Hague, Netherlands (Olanda)	You learn to take initiative, to be proactive and think for yourself. You 'learn by doing'. Lecturers act as coaches, not teachers; you follow courses based on professional tasks and real life assignments. Corsi: Checking In @Hospitality Industry, Practical Education, Dealing with your International Guests, Running an International Business, Exploring and Structuring a Hospitality Business, Creating Business Value, Business English, Second Business Language 1, Improving my Performance, Professional Attitude, Practical Placement in an International Hotel Organisation, Annual Planning Cycle, Making Financial Decisions, Aligning Business & Information, Designing and Managing the Operation, Managing an Outlet, Quality Management, Revenue Management, Business English2, Second Business Language 2 (level 2 or 3), Second Business Language 3 (level 3 or 4), Dealing with stakeholders: Business Model Innovation, A New Beginning: Managing Change, Making things happen: Strategy Development, Business English 3, Launching Your Career. Electives: in phase 3 you can choose from a list of elective courses: Gastronomy, Wine studies, Consumer research, Managing Sales and Distribution, Communicating Challenging Messages, Cultural Diverse Staff, Training Staff, Corporate Social Responsibility, Creative Discovery & Innovation, Hospitality Real Estate & Investments, Trend analysis: future of hospitality, Contract catering tender, Wild card course, Strategic Relationship Management
International Hospitality Management - (da settembre 2016) - BSc (Hons) - single	Oxford School of Hospitality Management (UK)	core management disciplines, including human resources, finance, marketing and operations. You are encouraged to specialise in areas which reflect your career plans. There are optional foreign language modules available. 1° anno: Context of International Tourism, Management in International Hospitality and Tourism, Hospitality Operations (2 module credits), Operational Finance for Hospitality and Tourism, Personal and Professional Development, Choose 2 modules from List A. 2° anno: Compulsory Supervised Work Experience. 3° anno: Evaluating Professional Practice, People Management in Hospitality and Tourism, Methods of Enquiry for Hospitality and Tourism, Revenue Management and Pricing, Financial Management in Hospitality and Tourism, International Marketing of Hospitality & Tourism Services, Choose 2 modules from List B. 4° anno: Hospitality Events Management (2 honours module credits), Choose 2 honours modules from List C, Leadership and Professional Development (2 honours module credits), Choose 2 modules from Lists B or C. Lista A: Essential Information Skills, Foundations of Marketing, Global Business Communications, Planning a Successful Event, Or choose any available 1st year modules from across the university, including languages. Lista B: Creativity and Innovation, Customer Relationship Management, eMarketing for Service Businesses, Environmentally Sustainable Business, Ethics in Business, Festival and Cultural Events Management, Food, Drink and Culture, Managing Knowledge for Competitive Advantage, Tourism Impact Analysis, Tourist Behaviour, Plus language options. Lista C: Entrepreneurship and Creativity in Hospitality and Tourism, Financial Decision Making for Hospitality and Tourism, Independent Study, Intercultural Management for Hospitality and Tourism, International Business Strategies in Hospitality and Tourism, Research Project (2 honours module credits)
Third and Final Year Entry	Oxford School of Hospitality Management (UK)	



## Dossier Alta Formazione ad Astino

BSc (Hons) International Hospitality and Tourism Management	University of Surrey - School of hospitality and tourism management (UK)	1° anno insegnamento obbligatori: Developing Professionals, Business of Tourism, The Hospitality Business, Business Environment, Understanding Service Delivery, Marketing Principles, Destination Management, Business Impacts. 2° anno insegnamenti obbligatori: Tourism Policy and Development Professional Ethics, Business Finance, Operations Analysis, Technology and Media, Managing Organisations and Human Resources. 2 Insegnamenti a scelta tra: Aspects of Food, Economics for Leisure and Tourism, Services Marketing, Marketing Communications, Professional Development in Practice, Tourism Theory in Practice, Consumer Behaviour, Issues in International Event Management, Business Law, Current Issues in Hotel Development and Management. 3° anno insegnamenti obbligatori: International Business Strategy, Sustainable Operations. 6 insegnamenti a scelta tra: Entrepreneurship in the Hospitality and Tourism Industry, Hotel Revenue Management, International Hospitality Operations Management, Critical Tourism in Contemporary Society, Hospitality Events Management, Strategic Analysis of Hospitality Companies, Innovation and New Product Development, Tourism Innovation, Tourism and Hospitality Consultancy, Intercultural Management in the Hospitality Industry, Applied Research in Tourism and Hospitality, Hotel Investment.
---	---	---

### INSEGNAMENTI PREVISTI DAI CORSI DI LAUREA DI STRUTTURE NON UNIVERSITARE ESTERE IN HOTEL MANAGEMENT

Corso	Istituto	Insegnamenti
Undergraduate degree - Bachelor in Hospitality Management	Glion Institute of higher education (Svizzera)	Bachelor in Hospitality Management con specializzazioni in: 1) Business administration in hospitality management; 2) Luxury brand management; 3) Sustainable management in tourism; 4) Real estate, finance and revenue management; 5) Human resources; 6) Sales and marketing; 7) Event management // Insegnamenti in corrispondenza di ogni specializzazione: 1) Leadership, Integrative Business, planning & Presentation, Entrepreneurial Finance, legislation and Contractual Law, Economics for Hospitality, Tourism and Leisure; 2) Marketing of luxury goods and services, Luxury consumer behavior, Management of a luxury brand, Luxury communication and media planning, Building luxury design and strategy; 3) Community and Sustainable Development, International Tourism Planning and Development, System Analysis for the Hospitality and Tourism Industry, Transport Systems, Destination Marketing; 4) Corporate Finance, Hospitality Real Estate Finance, Portfolio Management, Property Asset Management, Cost, Price and Revenue Management; 5) Human Resources Strategy, Training & Career Development, Change Management, Organizational Behavior, International Human Resources Management; 6) Contemporary Issues in Marketing, Services Marketing, Essentials of Brand Management, Sales Management, International Marketing; 7) Managing Hospitality in Events, Conference and Exhibition Management, Managing Visitor Spaces for Tourism and Leisure, Operations Management in Tourism and Leisure, Planning & Financial Management for Events
Bachelor degree: Swiss Diploma in Hotel Operations Management (2 anni) o Swiss Higher Diploma followed by a Bachelor of Arts degree (3 anni)	Swiss Hotel Management School (Svizzera)	Insegnamenti 1° anno (5 mesi): Food and beverage management - Insegnamenti 2° anno (Diploma - 5 mesi): Rooms division management - Insegnamenti 3° anno (Higher diploma - 5 mesi) distinti tra due indirizzi: 1) Hospitality management 2) International Hospitality and Events Management . Per entrambe gli indirizzi: Strategie sfor yield management, Human resource management, Marketing management for the service industry, Independent research project, Managerial accounting, MICE markets and logistics, Management projects, Hospitality economics, Professional career development, lingua straniera (francese, spagnolo, tedesco o mandarino) . Nel caso dell'indirizzo 1): Intercultural communication, Facilities design and



## Dossier Alta Formazione ad Astino

		management. Nel caso dell'indirizzo 2): Event project planning, Event project organization
Bachelor of science in international hospitality management	Ecole Hoteliere Lausanne (Svizzera)	Anno di preparazione: corsi di tipo operativo con esperienze dirette di collaborazione nei vari settori (hotel, catering, cucina, enologia, ...); - 1° anno: corsi in accounting, economics, marketing, human behaviour, legal risk, operational management, lingue straniere; - 2° anno: stessi insegnamenti del 1° anno ma ad un livello avanzato; 3° anno: strategic management, case studies, corsi opzionali a scelta nelle materie di maggiore interesse
Bachelor's Degree (Hons) in International Hotel and Foodservice Management	Institut Paul Bocuse (Francia)	Insegnamenti fondamentali in hospitality management nei primi 3 anni: Company culture and environment, General management as it applies to the sector (marketing, human resources, finance, operations management, etc.), Strategic management in hotels and restaurants (revenue management, CRM, financial control, information management and e-reputation, etc.). Al 4° anno, a scelta la specializzazione tra le seguenti aree: Revenue Management & E-Distribution, International Wine and Beverage Management, Lifestyle Hospitality Management.
Undergraduate degree Hotel Management Diploma	Les Roches (Svizzera)	Insegnamenti 1° semestre: Catering and Banquets Operations - Service Craft-based Learning, Principles of Cleaning Science and Food Hygiene, Principles of Bar and Beverage Operations - Service Craft-based Learning, Fine Dining, Casual and Fast Food Operations - Service Craft-based Learning, Rooms Division Operations, Introduction to the World of Hospitality, General Education courses. Insegnamenti 2° semestre: Catering and Banquets Operations - Kitchen Craft Based Learning, Pastry and Bakery Operations - Craft-based Learning, Fine Dining, Casual and Fast Food Operations - Kitchen Craft-based Learning, Financial Accounting and Control Rooms Division Administration, Scientific Principles of Human Nutrition and Food, Organizational Behavior, General education courses. Insegnamenti 4° semestre: Rooms Division Management, Food and Beverage Management, Facilities Management, Hospitality Managerial Accounting, Hospitality Human Resources, Hospitality Marketing, Economics, Introduction to Psychology, 1 course from the following as required: French, German, Spanish, Italian or Mandarin.
Bachelor Degree in International Hotel Management	Les Roches (Svizzera)	Previsti insegnamenti in Service Room division (1° sem.), Kitchen e Room Division (2° sem.), Administration (4° sem.), Management (6° e 7° sem.). Previste 7 specializzazioni tra cui scegliere nei semestri 6 e 7: Entrepreneurship, Finance, Marketing, Innovation and sustainability, Culinary Business, Event Management, SPA and Health Management.
BBA in Global hospitality management	Les Roches (Svizzera)	1° sem: Room division e service; 2° sem: Service in Cina; 3° sem: Kitchen in Spagna; 5° e 7° sem: management.

## ALLEGATO - INSEGNAMENTI PREVISTI DAI CORSI DI LAUREA ESTERI IN FOOD AND BEVERAGE

### INSEGNAMENTI PREVISTI DAI CORSI DI LAUREA UNIVERSITARI ESTERI IN FOOD AND BEVERAGE

Corso	Università	Insegnamenti
Bachelor degree in Culinary and gastronomic sciences degree	Campus de Turisme, Hoteleira i Gastronomia - Universitat de Barcelona (Spagna)	<p>2 curriculum: 1- High Cuisine Management and Gastronomic Innovation; 2- Culinary Management and Innovation in the Food and Institutional Foodservice Industries. Insegnamenti 1° anno (60 crediti): Culture, Communication and Society (Anthropology and Psychology of Food and Gastronomy, History of Cooking and Gastronomy, Tourism, Gastronomy and Communication), Business Management (Economic and Financial Management Fundamentals, Applied Economy and Sustainability), Science and Technology (Physiology and Biochemistry of Nutrition, Principles of Nutrition and Dietetics, Food Chemistry, Physic and Physic-chemical bases of food and culinary processes), Cooking and gastronomy (Systems and Production processes in cooking, Culinary techniques and productions) -- Insegnamenti 2° anno 60 crediti): Culture, Communication and Society (Art and cuisine, Mediterranean cuisine and World's cuisine), Business Management (Legal business and environmental framework, Management and Development of individuals and teams), Science and Technology (Food safety and Legislation), Cooking and gastronomy ( Sweet Cooking: Techniques and Formulas, Animal origin products: Processed and non-processed, Vegetable origin products: Processed and non-processed, Genetic structure of culinary products, World's agro systems, Introductory training), Technical English for careers.</p> <p>Insegnamenti 3° anno (60 crediti): Business Management (Marketing and commercialization), Science and Technology (Food and health, Science and cooking), Cooking and gastronomy (Food production and beverage tasting, Traditional cuisine: from local to global, Planning and design of culinary spaces, Certified production and quality labels, Fishing and gastronomy). Nel 3° anno suddivisione nei 2 indirizzi con i seguenti insegnamenti: 1) Culinary production in commercial catering, Catering service processes, Management of culinary knowledge: the Bullipedia model, Production circuit optimization, Introductory training in High cuisine and gastronomic innovation; 2) Culinary productions in foodservice and food industries, Logistics and supply chain, Management of culinary knowledge: the Bullipedia model, Culinary organization and Operations management, Introductory training in Culinary management and Innovation in foodservice and food industries. Insegnamenti 4° anno: Business Management (Strategy and business entrepreneurship), Science and Technology (Culinary and gastronomic research, Product development and innovation), Advanced technological innovation (solo per l'indirizzo 2), Cooking and gastronomy (Creative process and contemporary culinary technology, Sensory analysis), 3 insegnamenti solo per l'indirizzo 1 (Culinary innovation in avant-garde technology, Culinary production management: planning and implementation, Further training in High cuisine and gastronomic innovation), 2 insegnamenti solo per indirizzo 2 (High volume culinary productions, Further training in Culinary management and Innovation in foodservice and food industries).</p>



## Dossier Alta Formazione ad Astino

BSc (Honours) Hospitality Business Management with Culinary Arts	Sheffield Hallam University (UK)	Insegnamento 1° anno: introduction to finance, introduction to marketing, contemporary business environment, the human side of organisations, professional and academic development, understanding food and beverage operations, understanding hospitality resources, corporate hospitality, appreciating food and wine. Insegnamenti obbligatori 2° anno: operations and project management, management accounting, contemporary thinking in marketing, human resource management, research for industry, food and beverage operations management, managing hospitality resources, European culinary arts and wines. 1 Insegnamento a scelta tra: ospitality events management e products and supply (food). 3° anno work placement. Insegnamenti 4° anno: strategic management, hospitality service and facilities management, food supply chain management, entrepreneurship and innovation in the hospitality industry, international culinary arts and wines, project, career management and professional development (four year route only).
FINAL YEAR in BSc (Honours) Hospitality Business Management with Culinary Arts (top up)	Sheffield Hallam University (UK)	Insegnamenti: strategic management, food supply chain management, English for academic purposes or entrepreneurship, innovation and the hospitality industry, hospitality service and facilities management, international culinary arts and wines, professional studies or project
BA (Hons) Culinary Arts (Top up)	University of Derby (UK)	Insegnamenti: Independent study, Contemporary issue, Food philosophy, Antropology of food, Strategic management
FdA Professional Culinary Arts	University of Derby (UK)	Insegnamenti 1° anno: Academic and Professional Development 1, The Professional Kitchen, Menu Design and Nutritional Considerations, Contemporary Catering Business, Food Science, Delivering the customer experience. Con questi 120 crediti si ottiene il Certificato di "Higher Education in Professional Culinary Arts". Insegnamenti 2° anno: Academic and Professional Development 2, Global Cuisine, Kitchen Planning and Management, Pastry and Bakery Techniques, Exploring the Meal Experience, Commercial Catering Systems. Completando i 240 crediti si ottiene il "Foundation Degree (Arts) in Professional Culinary Arts".
BA (Hons) Professional Culinary Management (with work placement)	University of Derby (UK)	Insegnamenti 1° anno: Academic study skills, Delivering the customer experience, Finance in the service industries, Human resource management for service industries, Introduction to culinary management, Professional kitchen 1. Insegnamenti 2° anno: Business development and entrepreneurship, Professional kitchen 2, Hospitality facilities management, Marketing in the service industries, Research skills, Supervising the customer experience. Insegnamenti 3° anno: Professional kitchen 3, Contemporary issues, Independent study, Managing the customer experience, Strategic management.
BA (Hons) Professional Culinary Management	University of Derby (UK)	Insegnamenti 1° anno: Academic study skills, Delivering the customer experience, Finance in the service industries, Human resource management for service industries, Introduction to culinary management, Professional kitchen 1. Insegnamenti 2° anno: Business development and entrepreneurship, Professional kitchen 2, Hospitality facilities management, Marketing in the service industries, Research skills, Supervising the customer experience. Insegnamenti 3° anno: Professional kitchen 3, Contemporary issues, Independent study, Managing the customer experience, Strategic management.
BA (Hons) Professional Culinary Management (Two Year)	University of Derby (UK)	Insegnamenti 1° modulo: Academic study skills, Delivering the customer experience, Finance in the service industries, Human resource management for service industries, Introduction to culinary management, Professional kitchen 1. Insegnamenti 2° modulo: Business development and entrepreneurship, Professional kitchen 2, Hospitality facilities management, Marketing in the service industries, Research skills, Supervising the customer experience. Insegnamenti 3° anno: Professional kitchen 3, Contemporary issues, Independent study, Managing the customer experience, Strategic management.

INSEGNAMENTI PREVISTI DAI CORSI DI LAUREA DI STRUTTURE NON  
UNIVERSITARE ESTERE IN FOOD AND BEVERAGE

Corso	Istituto	Insegnamenti
Bachelor's Degree in Culinary Arts and Restaurant Management	Institut Paul Bocuse (Francia)	Nei 5 semestri, insegnamenti nelle seguenti aree: E-communications and digital technologies, Sustainable development, Design, Health and wellbeing, Science and technology. Ultimo anno, specializzazione in una delle seguenti aree: Entrepreneurship and small business management, Foodservice management for large multi-national enterprises, Baking and pastry.
Degree in gastronomy and culinary art	Basque Culinary Center (Spagna)	Gli insegnamenti coprono i seguenti settori: Culinary Production and Development Systems, Business Management, People and Customer Management, Gastronomic Culture, Service and Customer Relations Systems, Scientific Basics Applied to Gastronomy. 3 aree tematiche tra cui scegliere al 3° anno: Culinary Avant-Garde; Innovation, Business and Entrepreneurship; Food Industry. Nel 4° anno si seguono solo lezioni della specializzazione scelta.



## ALLEGATO – INSEGNAMENTI PREVISTI DAI MASTER ESTERI IN HOTEL MANAGEMENT

### INSEGNAMENTI PREVISTI DAI MASTER UNIVERSITARI ESTERI IN HOTEL MANAGEMENT

Master	Università	Insegnamenti
Master of Management in hospitality	Cornell University - School hotel administration (USA)	Ci sono 3 corsi preliminari online, prima di iniziare i corsi obbligatori al campus, e sono: Financial Management, Financial Statements, Statistical decision making. Per ottenere il master servono 48 crediti (29 dai corsi obbligatori, 15 dai corsi a scelta, 4 da attività libere). Insegnamenti obbligatori: I sem: Corporate finance, Managerial accounting, Operations management, Marketing management for services, Leadership development program; II sem: concentration electives, Free electives, Distinguished lesson, Organizational behaviour, Properties development and planning, Management communication, Professional development; III sem: Concentration electives, Free electives, Competitive strategies for the hospitality industry, Human resources management. Per i corsi "specialistici" sono previsti 3 indirizzi tra cui scegliere: Marketing management, Operations and revenue management o Self-directed study, cioè un percorso creato personalmente in base al proprio profilo di carriera. E' previsto un Graduate Minor in Real Estate specifica per gli hotel. Tra la fine del I e l'inizio del II semestre è previsto il Leadership Development Program, che, attraverso seminari, workshop e lavori pratici, sia individuali che di gruppo, permette di essere valutati e di ricevere suggerimenti personali in merito alle proprie capacità di guida (rispetto a come si lavora con gli altri, se si presta ascolto, si prendono decisioni, si ascoltano le idee degli altri o si presentano proprie idee). Previsto un Externship: nella pausa invernale, tra il semestre invernale e quello primaverile, è prevista un'esperienza di minimo 2 settimane direttamente presso una struttura alberghiera, in cui toccare con mano quali e come le strategie vengono prese. Previsti programmi opzionali in aggiunta agli altri corsi: Master Class (seminari di 3 giorni presso strutture ricettive) o combinare il MMH con l'MBA organizzato dalla China Europe International Business School (CEIBS) di Shanghai
Master of Science (MS) e Doctor of Philosophy (PhD) in Hotel Administration	Cornell University - School hotel administration (USA)	Insegnamenti specifici per il mondo accademico nei seguenti settori: Hotel e Restaurant management, Research methodology, sviluppo di competenze in Teaching e Administrative. Gli studenti possono specializzarsi in una delle molteplici discipline previste dall'Università.
MBA in International Hospitality Management	Campus de Turisme, Hoteleira i Gastronomia - Universitat de Barcelona (Spagna)	Insegnamenti suddivisi in 5 aree: Fundamentals of management, Peculiarities of hotel business, Analytical basis, Management skills, Strategic vision of the organization. Dettagli insegnamenti: Asset Management, Business Intelligence, Customer Experience Management, Economic Management, Ethics & Corporate Social Responsibility, Events Management, Executive Personality, Financial Management, Globalization of Business Enterprise, Human Behaviour & Cross Cultural Management, Managing People and Organizations, Marketing Fundamentals, Marketing Strategy, Operational Marketing in Hospitality Industry, Quantitative Methods for Management & Research, Real Estate in Hotel Industry, Resorts, Spas & Casinos Management, Project Management, Creativity & Innovation Management, Final Project, Hotel Project, International Business Law, Operations Management in Hotel Industry, Problems and Business Decisions, Strategic Vision of the Organization, Entrepreneurship. Previste anche: 1 settimana alle Isole Canarie



## Dossier Alta Formazione ad Astino

		presso un hotel per pratica sul tema del management, 1 settimana di Crociera sul Mediterraneo per fare una pratica operativa, 1 settimana a Shangai con un focus sul management innovativo.
Master in Hotel Management	Campus de Turisme, Hoteleira i Gastronomia - Universitat de Barcelona (Spagna)	Insegnamenti obbligatori: Marketing Management (Marketing Strategies, Brand management, Revenue management, Sales Management: e-marketing and new trends), Managing people and organizations (Excellence in human resources: human capital management and service orientation, Ethics and Leadership, Change management and organizational behavior, Development of personal and professional skills), Financial Management (Financial management of the revenue and cost centers, Budget and management control, Fundamentals of Financial Analysis, Valuation of hotel investment and asset management), Strategic Management (Design and implementation of strategies in hotel, Development of business models adapted to the situation current hotel, Initiative and entrepreneurial spirit, Corporate Social Responsibility). Insegnamenti specialistici: Product Management (Management experience, Events management), Tourist accommodations management (Rooms division operations management, Cruises, an hotel product, Design and architecture of hotels), Practicum o market research.
Master in International Hospitality Management	Manchester Metropolitan University (UK)	Insegnamenti obbligatori: Financial Management (10 credits), Responsible Business (10 credits), Creativity, Innovation and Enterprise (10 credits), Leadership and Entrepreneurship (10 credits), Methods of Enquiry (10 credits), Developments in Strategic Management and Marketing (20 credits), Dissertation or Strategic Live Event Project Management (60 credits). Insegnamenti specialistici: Hospitality Management (20 credits), International Hospitality Management (20 credits), Hospitality Industry Live (10 credits). Per completare il corso: Dissertation (ricerca accademica con un supervisore) o Strategic Live Hospitality Project Management (da svolgere individualmente o in gruppo - riguarda la progettazione e implementazione di un progetto di hospitality).
Master in International Tourism and Hospitality Management	Manchester Metropolitan University (UK)	Insegnamenti obbligatori: Financial Management (10 credits), Responsible Business (10 credits), Creativity, Innovation and Enterprise (10 credits), Leadership and Entrepreneurship (10 credits), Methods of Enquiry (10 credits), Developments in Strategic Management and Marketing (20 credits), Dissertation or Strategic Live Tourism or Hospitality Project Management (60 credits) (option). Insegnamenti specialistici: Tourism & Destination Management or Hospitality Management (20 credits), International Tourism Management or International Hospitality Management (20 credits), Tourism Industry Live or Hospitality Industry Live (10 credits). Per completare il corso: Dissertation (ricerca accademica con un supervisore) o Strategic Live Hospitality Project Management (da svolgere individualmente o in gruppo - riguarda la progettazione e implementazione di un progetto di tourism o hospitality).
MSc International Hospitality Management (with optional work experience route)	Sheffield Hallam University (UK)	Insegnamenti obbligatori: Business and management strategy (30 credits), The global hospitality experience (15 credits), Leadership and management skills development (15 credits), Consumer behaviour, marketing and technology in hospitality (15 credits), Sales and revenue management (15 credits), Work-related learning (15 credits), Research methods (15 credits), Dissertation (45 credits). A scelta 1 insegnamento tra i seguenti: strategic resort hotel management (15 credits), managing innovation and change in hospitality (15 credits), hospitality project management (15 credits), hospitality management consultancy (15 credits), strategic financial analysis (15 credits), strategic use of ICT for hospitality (15 credits), hospitality service excellence (15 credits), managing profitable food and beverage operations (15 credits), managing the property asset (15 credits), talent management (15 credits), sales and revenue management (15 credits).
MSc International Hospitality and Tourism Management (with optional work experience route)	Sheffield Hallam University (UK)	Insegnamenti obbligatori: Business and management strategy (30 credits), Approaches to tourism and hospitality business management (15 credits), Enterprise and entrepreneurship in tourism and hospitality (15 credits), Work-related learning (15 credits), Research methods (15 credits). 2 insegnamenti a scelta (15 crediti) tra: Tourism planning and development, Leadership and management skills development, Consumer behaviour, marketing and technology in hospitality, Destination marketing. Inoltre, 1 a scelta tra: strategic resort hotel management, managing innovation and change in hospitality, hospitality project management, hospitality management consultancy, strategic financial analysis, strategic use of ICT for hospitality, hospitality service excellence, managing profitable food and beverage operations, managing the property asset, talent management, major event policy and practice, international cultural events, outdoor experiential events, destination marketing, sustainable tourism and



## Dossier Alta Formazione ad Astino

		hospitality in 21st century, contemporary issues in tourism, tourism and globalisation, visitor attraction management, tourism, culture and society, sales and revenue management.
MSc International Tourism Management	Sheffield Hallam University (UK)	Insegnamenti obbligatori: Business and management strategy (30 credits), Approaches to tourism and hospitality business management (15 credits), Enterprise and entrepreneurship in tourism and hospitality (15 credits), Work-related learning (15 credits), Research methods (15 credits), Dissertation (45 credits), Tourism planning and development (15 credits), Destination marketing. A scelta un modulo (15 crediti) tra: strategic resort hotel management, managing innovation and change in hospitality, hospitality project management, hospitality management consultancy, strategic financial analysis, strategic use of ICT for hospitality, hospitality service excellence, managing profitable food and beverage operations, managing the property asset, talent management, major event policy and practice, international cultural events, outdoor experiential events, destination marketing, sustainable tourism and hospitality in 21st century, contemporary issues in tourism, tourism and globalisation, visitor attraction management, tourism, culture and society, sales and revenue management.
MA International Hospitality Management ONLINE	University of Derby (UK)	4 moduli obbligatori da 20 crediti ciascuno: Leadership and management in context, Management research project, Managing cultural issues in service delivery, Strategic hospitality operations management. 2 moduli a scelta tra i seguenti (da 20 crediti): Consumer behaviour, Delivering winning project, Digital and social media marketing, Enterprise innovation and strategy, Financial statement analysis, Managing service quality.
MSc International Hospitality Management	University of Derby (UK)	Moduli solo per il Postgraduate Certificate: Operations and Project Management, Managing the International Hospitality Service Experience, Research Methodologies. Moduli da aggiungere per il Diploma: Strategic Directions, Integrated Business Management. Moduli da aggiungere per il Master: Independent scholarship.
MSc International Hospitality, Events and Tourism Management	Oxford School of Hospitality Management (UK)	Moduli obbligatori: Hospitality, Tourism and Events Synthesis, Tourist Consumer Behaviour and Marketing, Hospitality Operations Management, Contemporary Issues in International Hospitality, Events and Tourism Management, Research Methods, Dissertation, Mentoring and Leadership Development. 1 Modulo a scelta tra: Tourism Digital Distribution Strategies Events Management, Intercultural Leadership, and Revenue management. Other electives may also be available.
MSc International Hotel and Tourism Management	Oxford School of Hospitality Management (UK)	Strategic Financial Management, Managing People Across Cultures, Marketing Across Cultures, Corporate Governance and Risk Management in Tourism, Contemporary Issues in International Hospitality, Events and Tourism Management, Research Methods, Dissertation, Mentoring and Leadership Development. 1 modulo a scelta tra: Tourism Digital Distribution Strategies, Events Management, Intercultural Leadership, and Revenue Management. Other electives may also be available.

## Dossier Alta Formazione ad Astino

International Hospitality Management BSc (Hons) or Mbus	University of Surrey - School of hospitality and tourism management (UK)	1° anno insegnamenti obbligatori: Developing Professionals, Restaurant Operations, The Hospitality Business, Business Environment, Business Impacts, Restaurant Management, Marketing Principles, Introduction to Accounting. 2° anno insegnamenti obbligatori: Services Marketing, Professional Ethics, Applied Financial Management, Operations Analysis, Managing Organisation and Human Resources, Insegnamenti a scelta tra: Aspects of Food Economics for Leisure and Tourism, Marketing Communications, Professional Development in Practice, Business Law, Technology and Media, Consumer Behaviour, Current Issues in Hotel Development and Management, Rooms Division Management. 3° anno insegnamenti obbligatori: International Business Strategy, International Hospitality Operations Management, Sustainable Operations, Strategic Analysis of Hospitality Companies. Insegnamenti a scelta: Hotel Revenue Management, Entrepreneurship in the Hospitality and Tourism Industry, Hospitality Events Management, Innovation and New Product Development, Intercultural Management in the Hospitality Industry, Tourism and Hospitality Consultancy, Hotel Investment, Applied Research in Tourism and Hospitality Management, Innovation and Development in Restaurant Operations. 4° anno insegnamenti obbligatori: Research Methods, Hotel Investment and Finance, Strategic Marketing and Brand Management, Hotel Operations Analysis, Applied Research Methods, Applied Research Project (Dissertation).
International Hospitality Management (Euromasters) MSc	University of Surrey - School of hospitality and tourism management (UK)	1° anno insegnamenti obbligatori: Research Methods, Accounting and Finance for Business, Hospitality and Tourism Operating Systems, Strategic Management of International Hotel Companies, Hospitality Services Marketing, Organisational Behaviour. 2° anno insegnamenti a scelta tra: Revenue Management, Intercultural Management in the International Hospitality Industry, Ethics and Corporate Social Responsibility, Current Issues in Hotel Development and Management, Business Plan for Hospitality and Tourism, Innovation and New Product Development. 2° anno insegnamenti obbligatori: Start-up Ventures in Hospitality, Hotel Investment and Finance, Strategic Marketing and Brand Management, Strategic Human Resource Management, Dissertation.
International Hotel Management MSc	University of Surrey - School of hospitality and tourism management (UK)	Insegnamenti obbligatori: Research Methods, Hospitality and Tourism Operating Systems, Hospitality Services Marketing, Organisational Behaviour, Accounting and Finance for Business, Strategic Management of International Hotel Companies. 2° anno insegnamenti a scelta tra: Business Plan for Hospitality and Tourism, Consumer Behaviour, Revenue Management, Intercultural Management in the Hospitality Industry, Ethics and Corporate Social Responsibility, Current Issues in Hotel Development and Management.
Strategic Hotel Management MSc	University of Surrey - School of hospitality and tourism management (UK)	Insegnamenti obbligatori: Hotel Investment and Finance, Hotel Operations Analysis, Strategic Marketing and Brand Management, Research Methods, Strategic Management of International Hotel Companies, Strategic Human Resource Management. 2° anno insegnamenti a scelta tra: Revenue Management, Business Plan for Hospitality and Tourism, Event Operations Management, Innovation and New Product Development, Project Management



MBA in International Hospitality Management	Hotelschool The Hague, Netherlands (Olanda)	Hospitality in Perspective - Exploring Hospitality from different disciplines and cross cultural influences, Business Strategy - Directing growth and innovation within a fast changing international networked environment, Hospitality Audit - Assessing hospitality values in business context, Organisational Behavior - Making HR decisions in a behavioral perspective, Hospitality Experience Innovation- Designing new hospitality concepts and business models from a consumer centric approach (study trip abroad included!), Digital Technology - Dealing with disruptive technological developments in an organisational setting, Personnel Economics - Making HR decisions from an economic perspective, Financial Decisions - Generating investment proposals to finance hospitality innovation, Leading Hospitality Change - Managing implementation of hospitality concepts, Research Methodology and Consultancy Project Intake - Mastering research methodologies and designing a consultancy proposal, Consultancy Project - Mastering hospitality innovation in a real life setting: directing, designing, implementing, Leadership Journey - Exploring and developing your personal leadership potential
---	---	---

## INSEGNAMENTI PREVISTI DAI MASTER DI STRUTTURE NON UNIVERSITARIE ESTERE IN HOTEL MANAGEMENT

Master	Istituto	Insegnamenti
Master of Science HES-SO in Global Hospitality Business	Ecole Hoteliere Lausanne (Svizzera)	1° sem. (Losanna): finance and strategic decision making (185 ore) - 2° sem. (Hong Kong): operation management and strategic decision-making (196 ore) - 3° sem. (Houston): people, technology and strategic decision-making (205 ore) - programma Capstone per tutta la durata del corso --dettagli sui singoli insegnamenti nella brochure del corso--
Executive MBA in Hospitality Administration	Ecole Hoteliere Lausanne (Svizzera)	7 moduli: Hospitality Operations (83 ore) - Hospitality environment (55 ore) - Finance and asset management (120 ore) - Marketing, markets and customers (90 ore) - Strategic management and entrepreneurship (120 ore) - Management and development of people (60 ore) - Research and project management (70 ore include 30 ore di Capstone project)
Postgraduate Diploma in Hospitality Administration e Postgraduate Higher Diploma in Hospitality Administration	Glion Institute of Higher education (Svizzera)	Il 3° semestre prevede la scelta di una specializzazione tra: Human Resources Management, Financial Management, Marketing Management - a ciascun indirizzo corrisponde un gruppo di insegnamenti dedicato. Insegnamenti obbligatori dei semestri 1 e 2: Intro to Food & Beverage; Applied Learning (Restaurant & Kitchen or Rooms Division); Rooms Division; English for Academic Purposes - Advanced.
Master on Science in International Hospitality Management	Glion Institute of Higher education (Svizzera)	Insegnamento di preparazione: business computing - Insegnamenti base e comuni a tutti i profili: Business research methods, International managerial finance, Revenue management; Trends in financial innovation, Entrepreneurial wealth management, Financial leadership, Property and asset management, Financial strategy and planning - Insegnamenti "ponte" in base al titolo di studio precedente al master: Tourism, Fundamental of accounting, Introduction to hospitality business
MBA for executives	Glion Institute of Higher education (Svizzera)	Insegnamenti base: Strategies for on-line study in international hospitality management, Managing service operations, Human resources management, Managerial finance and accounting, Hospitality services and e-marketing, Business research methods, Global strategic management // Insegnamenti specialistici in 2 filoni: Finance (Trends in financial innovation, Entrepreneurial wealth management, Financial leadership, Revenue management); Entrepreneurship and Innovation (Leading organizational change, Risk management system in hospitality, New product and service development, Entrepreneurship and business planning)



## Dossier Alta Formazione ad Astino

Professional MBA in International Hospitality and service industries management: versione A e versione B	Glion Institute of Higher education (Svizzera)	Corsi di preparazione: Managerial Communication, Tourism, Economics for Business, Fundamentals of Accounting. Corsi obbligatori: Applied Business Project, Managing Service Operations, Human Resource Management, Business Research Methods, Managerial Finance and Accounting, Hospitality Services Marketing, Global Strategic Management. Entrambe le versioni (A e B) hanno la specializzazione in Marketing o Leadership.
MBA in International Hospitality and service Industries management	Glion Institute of Higher education (Svizzera)	Insegnamenti preparatori: Managerial Communication, Tourism, Economics for business, Fundamentals of accounting - Insegnamenti centrali: Applied business project or dissertation, Managing service operations, Human resources management, Business research methods, Managerial finance and accounting, Hospitality services marketing, Global strategic management - Insegnamenti specifici per la versione delle lezioni solo frontali al campus: Marketing, Leadership, Finance, Entrepreneurship and Innovation - Insegnamenti specifici per la versione ibrida (lezioni frontali e online): General management for service industries, Asset and revenue management, Marketing and innovation
Postgraduate diploma in Hotel Management	Swiss Hotel Management School (Svizzera)	Insegnamenti: Food and beverage service and production theory, Food and beverage management, Food and beverage cost control, Front office operations, Room division and spa management, Financial accounting, Marketing management for the service industry, Human resource management, Strategies for yield management, Business market research, Facilities design and management, Management projects, Professional career development, Lingua straniera (francese o tedesco)
Postgraduate diploma in Hotel Operations Management	Swiss Hotel Management School (Svizzera)	Insegnamenti: Food and beverage service and production theory, Food and beverage service practice, Food and beverage production practice, Food and beverage management, Food and beverage cost control, Wine and bar, Housekeeping management, Housekeeping operations, Rooms division and spa management, Front office operations, Banqueting and events, Human resource management, Professional career development, Lingua straniera (francese o tedesco)
Postgraduate diploma in event management	Swiss Hotel Management School (Svizzera)	Insegnamenti: Food and beverage service and production theory, Food and beverage management, Rooms division and spa management, Human resource management, Wine and bar, Banqueting and events, Management projects, Business market research, MICE markets and logistic for events, Strategies for yield management, Event project planning, Event project management, Professional career development, Lingua straniera (francese o tedesco)
Master of International Business in Hotel, Resort and Spa Management	Swiss Hotel Management School (Svizzera)	Aggiungendo l'anno con gli insegnamenti corrispondenti a un corso Postgraduate, si ottiene il titolo di Master. Insegnamenti: Swiss hospitality touch, Current trends, Developing business Leadership skills, Managing cultural diversity, Operations and project management, Hospitality e-marketing, Spa financial and retail management, Spa operations management, Wellness and spa management, Resort and spa project
Master of Science in International Hospitality Management	Swiss Hotel Management School (Svizzera)	Insegnamenti: Operational leadership (Operational management, Project management, Developing skills for business leadership), Contemporary trends (Sustainable management system, Managing social media, Strategic revenue management), Business strategy (Strategic directions, Strategic design of the service experience), Managerial decision making (Advanced methods of enquiry for business, Managing risk and uncertainty), Independent study (Integrated business project or Independent scholarship)
MSc in International Hospitality Management	Institut Paul Bocuse (Francia)	Modulo "Professional Immersion" che include i seguenti corsi: Introduction to kitchen and culinary arts, Service Techniques, Coffee and tea appreciation, Wine & Beverage Tastings, Arts de la table. Insegnamenti base nei settori: marketing, human resources management, operations management and finance, Basics of Macro/Micro-Economics for Managers, Introduction to Cost Accounting, Marketing Intelligence, Innovation Management. Corsi specializzati nei seguenti settori: creation, lifestyle hospitality management, brand design and innovation management, Sustainable Facilities Management, Food and Beverage Management, Interpreting Hospitality Financial Data, Hospitality Marketing Management, Revenue Management, Hospitality Operations Management. Corsi svolti nel semestre a Shangai: CRM and the Electronic Marketplace, Hospitality Brand Design, Organizational Leadership and Change Management, Hospitality Financing and Business Models.



## Dossier Alta Formazione ad Astino

Postgraduate diploma in hospitality management	Les Roches (Svizzera)	1° semestre: Hospitality Finance, Services marketing, Rooms division operations, Food and beverage operations management, Food production and service operations, Business English, 1 lingua a scelta tra francese (1 o 2), tedesco, spagnolo, mandarino. 2° semestre: Rooms division management, Human resources, Yield and revenue management, Events management, Food production management, 1 a scelta tra Entrepreneurship e Sustainable facilities management. 3° semestre se si vuole MBA, 6 insegnamenti a scelta tra: Managing Across Cultures, Leadership and Development, Strategic Hospitality Management, Sustainability, Trends in Tourism and Hospitality, Data Analysis and Decision Making, Strategic Operational Management, Hospitality Financial Management and Budgeting, Business Economics, Strategic Management, Revenue and Pricing Management, Tourism Destination and Event Planning, Six Sigma and a Comparative Overview of Quality System.
MBA in Hospitality management	Les Roches (Svizzera)	Insegnamenti obbligatori 1° sem: Managing across cultures, Leadership and development, Strategic hospitality marketing, Sustainability, Trends in tourism and hospitality, Data analysis and decision making, Strategic operational management, Hospitality financial management and budgeting. Insegnamenti obbligatori 2° semestre: Business economics, Strategic management, Revenue and pricing management, Tourism destination and event planning, Applied research project. 3° semestre corsi a scelta in base alla specializzazione scelta, in Finance (Hospitality real estate, Corporate finance, Investment strategies for financial markets and assets management, dissertation) o Marketing (Consumer behaviour, Brand marketing, E-marketing, Dissertation).
Master of science in Hospitality leadership	Les Roches (Svizzera)	1° semestre: Introduction to hospitality leadership, Strategic operational management, Culture and organization, Hospitality financial management, Research methods. 2° semestre: Innovation and creativity, Strategic management, Conflict and negotiation, Leading organization, Applied research project in hospitality leadership.

### INSEGNAMENTI PREVISTI DAI MASTER ITALIANI IN HOTEL MANAGEMENT

Master	Università	Insegnamenti
MASTER IN FIVE STARS HOTEL MANAGEMENT	LUISS Roma (Roma)	4 macro aree di insegnamenti: 1) General management: organizzazione aziendale, accounting e finance, strategia commerciale, marketing and product development, diritto societario delle imprese turistiche, tourism management; 2) Personale development: leadership e team building, public speaking, ICT, sistemi informativi gestionali alberghieri, business english, teatro; 3) Hospitality management: moduli della Cornell University (CHES= simulazione virtuale di gestione di un albergo; CRASE=simulazione virtuale nella gestione di un ristorante), international sales, marketing alberghiero, revenue management, comunicazioni e PR, luxury & design, health & safety, amministrazione e reporting, housekeeping, room division management, food&beverage, MICE, SPA management, gestione risorse umane, cucina, franchising and management, design e progettazione di hotel, reception and concierge, sport and entertainment management, international Butler academy; 4) Practical area: settimane di training on the job nei vari reparti del Forte Village Resort, al termine delle lezioni frontali.



## Dossier Alta Formazione ad Astino

Master in Management Turistico Alberghiero	Università di Pisa (Pisa)	Insegnamenti Modulo 1) Accoglienza e Comunicazione: Front office e ricevimento: ruolo, competenze, mansioni, operatività, Comunicazione (comunicazione telefonica, in presenza e l'importanza della corrispondenza), Public speaking, La gestione del reclamo, Business english, ICT nel turismo (nuove tecnologie e programmi di prenotazione o ricerca del cliente). Modulo 2) Marketing, promozione e vendita: Sociologia del turismo, Legislazione turistica, Le logiche dei mercati emergenti e i dati del turismo internazionale, Marketing turistico e territoriale, Social media marketing, Tecniche di vendita, Il prodotto "Albergo" da star rating a Guest Rating, La vendita dei servizi turistici (turismo e meeting, F&B, spa ...), Comunicazione commerciale, Fidelizzazione della clientela, Brand reputation e lovemarks. Modulo 3) Food & beverage. Modulo 4) Housekeeping. Modulo 5) Gestione economico-amministrativa: Revenue management ed Yield Management, Internet pricing e posizionamento sito web, Controllo di gestione, Le determinanti della redditività ed i principali margini: reddito operativo, margine operativo lordo, Margine di contribuzione, Educazione finanziaria e pianificazione del bisogno finanziario, Rischio di impresa: come valutare la struttura finanziaria, Accesso a fondi e finanziamenti, Certificazioni ambientali, sociali e sulla sicurezza: sgravi, finanziamenti ed opportunità. Modulo 6) Gestione e Sviluppo risorse umane: Il ruolo e le competenze dell'HR, Il CCNL del Turismo: aspetti fiscali del lavoro, La selezione del personale (teorie e tecniche). La formazione. L'analisi dei fabbisogni, L'analisi del clima organizzativo e lo studio del potenziale: team building, Le relazioni sindacali, Ristrutturazione e riorganizzazione aziendale: funzionalità e risparmio.
Master internazionale "Hospitality Management - Food & Beverage" (III edizione)	Università di Palermo (Palermo)	360 ore d'aula (nei mesi di aprile - maggio e novembre - dicembre 2015). Insegnamenti Modulo 1) Management, finance and marketing: hotel management, food&beverage management, training & management of human resources, communication and public relations. Modulo 2) Seminars and training: Small-scale production of high-quality local food and biodiversity; Enogastronomy, Mediterranean Diet and Regional Cuisine; Wine & Liquors: Wineries & the Routes of wines; On farm hospitality and agriturismo; Anthropology, Geography and Culture-related Tourism; Cruising, shipping, brokerage and charter. Modulo 3) Hospitality Tourism Service Operations Analysis: Hospitality tourism service operations analysis; case studies in hospitality management; Hospitality law seminar, Organizational behavior in the hospitality industry; Strategic management for hospitality and tourism; Financial management for hospitality industry; Hospitality enterprise technologies
Master "Tourism and Hospitality Management"	Università degli studi di Napoli "Parthenope" (Napoli)	Modulo di General Management: Fondamenti di management, Fondamenti di Organizzazione, Gestione delle risorse umane, Talent management e Team Building, Personal Branding, Management Accounting and Control, I sistemi informatici, Business Planning, Finanziamenti pubblico-privati, Crowdfunding, Imprenditorialità e Start up. Modulo di Business English: General English, Business English, Tourism & Hospitality language, Careers in Tourism and Hospitality, Business Communication, Public Speaking, Business & Tourism Language Lab. Modulo di Global Scenario (Co-progettato con Università Straniere - in Inglese): Lo scenario Globale, I processi di internazionalizzazione, Cross-Cultural Management e turismo, Le statistiche del turismo, L'industria turistica intern. (UNWTO), I mercati emergenti, Il turismo nell'area mediterranea, Lo scenario italiano, I key player pubblici e private, La legislazione turistica. Modulo di Tourism Marketing: Il piano marketing, Le ricerche di marketing, Cluster Analysis e comportamento del turista, Il piano di comunicazione, Brand Management, Customer satisfaction, Customer Relationship Management, Il sales management, Il booking. Modulo di Social Media Marketing & Web Reputation: Sharing economy e web 2.0, Social media marketing, Web Reputation, E-tourism, News making e social media, Search Engine Optimization (SEO). Modulo di Hospitality Management: Le imprese ricettive: aspetti giuridici, strategici, manageriali e organizzativi, L'organizzazione e le formule gestionali delle imprese alberghiere, Imprese, Catene e Gruppi alberghieri, Marketing and Communication, Hotel Management, Front Office Management, Food & Beverage Management, L'analisi economica dei Reparti Operativi, Il sales management, Il booking, Il Revenue Management e la determinazione dei prezzi nelle imprese alberghiere, Luxury Hotels. Modulo di Tour Operators and Retail Management (Co-progettato con ASTOI): Tour operator e agenzie di viaggio: aspetti giuridici, manageriali e organizzativi, Tour operator Management, Tour operator Mass market e di nicchia, Travel Agency Management, Travel network, I sistemi di Booking, I



		<p>canali distributivi, Marketing mix &amp; Communication. Modulo di Event Management &amp; MICE Industry: Event Management, Meeting, Incentive, Congress, Exhibition, Event Experience design. Modulo di Destination Management &amp; Place Branding LAB (Co-progettato con Trentino School of Management): Destination governante, Destination Management e Marketing, Smart destination, Place Branding, Co-branding, Start up Destination. Modulo di Special Interest Tourism: Sustainable tourism, Slow tourism e slow city, B&amp;B e Alberghi diffuse, Cruise Management, Spa and Wellness, Sport tourism. Modulo di Digital Culture &amp; Creativity Tourism LAB: Culture, Creativity &amp; turismo, Cultural-Led regeneration, Gli eventi Culturali e creative, I siti dell'UNESCO, Il Cine-turismo, Digital Culture and Creativity. Modulo di Food and Wine Tourism LAB: Standardizzazione versus autenticità, Turismo enogastronomico e sviluppo locale, Food design e creatività, Gli Itinerari enogastronomici italiani ed internazionali.</p>
--	--	---

ALLEGATO - INSEGNAMENTI PREVISTI DAI MASTER IN FOOD AND BEVERAGE

INSEGNAMENTI PREVISTI DAI MASTER UNIVERSITARI ESTERI IN FOOD AND BEVERAGE

Master	Università	Insegnamenti
Master in Catering management	Campus de Turisme, Hoteleira i Gastronomia - Universitat de Barcelona (Spagna)	60 crediti in totale. Insegnamenti obbligatori (25 crediti): Marketing management (E-marketing strategies, Brand management Revenue management, Sales Management: e-marketing and new trends), Management of people and organizations (Excellence in human resources: the management of human capital and service orientation, Ethics and leadership The management of change and organizational behaviour, Development of personal and professional skills), Economic and financial management (Financial management of the revenue and cost centres, Budget and management control, Fundamentals of the financial analysis, Assessment of hotel investment and asset management), Strategic Management (Design and implementation of strategies for hoteliers, Development of business models adapted to the current hotel, Initiative and entrepreneurial spirit, Corporate social responsibility). Insegnamenti specifici (18 crediti): Restaurants and catering management (Food and beverage management, Catering and restaurant management, Design and architecture of restaurants), Product Management (Technical planning of macro events, Experience management). Practicum and Market Research (6 crediti).

INSEGNAMENTI PREVISTI DAI MASTER DI STRUTTURE NON UNIVERSITARIE ESTERE IN FOOD AND BEVERAGE

Master	Istituto	Insegnamenti
Master's in Culinary Leadership & Innovation	Institut Paul Bocuse (Francia)	3 semestri con i seguenti insegnamenti: marketing, human resources management, operations management and accounting and finance, culinary trends, service design, sensorial exploration, research and development, food science, food design, concept development, restaurant revenue management, e-marketing, and brand design.
Master in Restaurant Innovation and management	Basque Culinary Center (Spagna)	4 moduli: Business management, Kitchen, Customer service, Sommeliers and beverages management
Postgraduate diploma in food & beverage and restaurant management	Swiss Hotel Management School (Svizzera)	Insegnamenti: Food and beverage service and production operation, Banqueting and events, Food and beverage cost control, Current trends in food & beverage and restaurant concepts, Wine and spirits, Bar and beverage management, Principles of management, Human resource management, Facilities management, Lingua straniera (francese o tedesco)
Master of International Business in Food and Beverage and Restaurant	Swiss Hotel Management School (Svizzera)	Aggiungendo 1 anno al corso postgraduate in food & beverage and restaurant management, si ottiene il titolo di Master. Insegnamenti: Advanced food & beverage service and production management, Events catering Project management, Food & beverage and restaurant management, Wine production and cellar management, Restaurant business plan, Strategic service marketing, Food & beverage service facilities and service design, Food & beverage service quality management



## Dossier Alta Formazione ad Astino

Management		
------------	--	--

### INSEGNAMENTI PREVISTI DAI MASTER ITALIANI IN FOOD AND BEVERAGE

Master	Università	Insegnamenti
Master of Management in Food & Beverage	Università Bocconi (Milano)	A gennaio 2016: welcome week. Insegnamenti obbligatori 1° modulo (fino a settembre): Warm-up Module, Business Modeling, Italian Excellence, Creative Entrepreneurship, Costs & Performance Management, Planning & Control, Supply Chain Management, Tourism Management, Brand Management & Communication, International Development, Excellence in Service Management 1, Excellence in Service Management 2, Innovation Management, Sales & Retail Management, Managing People; seminari: Presentation Skills, Natural & Sustainable (Key Forces in the Industry), Cultural Diversity; Business game (Business-Food Strat); company presentation e company visit. Da settembre a dicembre 2016: Internships/Field Projects/Personal Business Projects. Previsto un Coaching Program, per valorizzare le potenzialità di leadership.
MBA food and wine	BBS - Bologna Business School dell'Università di Bologna (Bologna)	Insegnamenti fondamentali sul Management 1° semestre (da settembre a dicembre dopo 1 settimana di accoglienza): Corporate Finance, Corporate Strategy, Financial and Managerial Accounting, International Finance, Marketing Management, Cross-cultural Management, Organizational Analysis: Leading People and Organizations. Insegnamenti specifici 2° e 3° semestre (da gennaio a maggio 2016): International Production and Logistics, International Production and Logistics, Brand Communication and Reputation Management, Food and Wine Cultures, Food and Wine Distribution and Retail, Sustainability Agriculture and Tourism, Management and Creativity in the Restaurant Industry, Business Development Laboratory.
MASTER in business management / food & wine	BBS - Bologna Business School dell'Università di Bologna (Bologna)	Insegnamenti: Amministrazione e controllo, Comunicazione d'impresa, Digital Marketing, Economia e management delle imprese agroalimentari, Finanza aziendale, Food and wine management, Marketing, Marketing e comunicazione per il food and wine, Marketing research, Supply chain management
Master di I livello in Food & wine communication	IULM (Milano)	3 macro aree per 490 ore di docenza: Comunicazione e marketing di settore, Organizzazione e gestione degli eventi, Cultura Enogastronomica. Queste aree sono suddivise in 8 moduli: Il Sistema Enogastronomico ed Agroalimentare, Food, Wine e Mass Media, Food & Wine Marketing, Food Advertising: teorie e tecniche della Pubblicità nel settore Food & Wine, Editoria e Critica, Enogastronomica, Gli eventi Enogastronomici e il ruolo delle Pubbliche Relazioni, Storia e Cultura enogastronomica, Il mondo del Vino. 3 laboratori. Gli insegnamenti riguardano: le tecniche di base della comunicazione, del marketing e gli aspetti specifici del settore enogastronomico, lo studio della storia e dell'antropologia della gastronomia italiana e internazionale, con approfondimenti sugli aspetti culturali, psicosociali ed economici, la conoscenza delle merceologie e delle tecniche di degustazione del vino.



Master in Food Design	IULM (Milano)	<p>Insegnamenti modulo 1: IL SISTEMA AGROALIMENTARE: Il sistema agroalimentare, L'industria agroalimentare, Il sistema della distribuzione nel settore alimentare, Mangiare fuori casa: struttura e attori dell'industria della ristorazione, I distretti agroalimentari e i network territoriali (consorzi, associazioni, presidi Slow Food), La sostenibilità e il concetto di "sovranià alimentare", Il rapporto tra food, cultura e territorio per la progettazione dell'accoglienza. Insegnamenti modulo 2: FOOD SCIENCE: Principi di nutrizione umana, La struttura e la composizione del cibo, Analisi sensoriale del cibo, Tecnologie e biotecnologie del cibo, Le proprietà degli alimenti e la definizione della qualità nutrizionale di alimenti e loro derivati, Ideazione/progettazione di prodotti innovativi e/o con valenza nutrizionale, L'influenza degli alimenti sul benessere e sulla prevenzione delle malattie. Insegnamenti modulo 3: CULTURA ENOGASTRONOMICA: Storia dell'enogastronomia, La cultura del cibo nel mondo, L'enogastronomia italiana e la dieta mediterranea, Le tradizioni culinarie, Nouvelle cuisine, cucina creativa, cucina fusion, cucina molecolare e cucina vegetariana. Insegnamenti modulo 4: FOOD MARKETING &amp; COMMUNICATION: Aspetti semiotici e simbolici del cibo, I comportamenti alimentari dei consumatori, Principi di estetica enogastronomica, Comunicazione e marketing enogastronomico e dei prodotti agroalimentari, Tecniche di promozione nel comparto del food, Nuove strategie di marketing nel comparto alimentare: il ruolo del "viral" marketing, Food blogger e social media communication, L'organizzazione degli eventi enogastronomici, Neuromarketing applicato al comparto food, La tecnica di web communication, La comunicazione giornalistica enogastronomica, Arte e cibo. Insegnamenti modulo 5: FOOD EXPERIENCE: La costruzione dell'esperienza: principi e modelli generali, Modelli esperienziali nel settore della ristorazione e della distribuzione, Retail experience: la "bottega" esperienziale, Living kitchen: il progetto dell'esperienza domestica del cibo, Dalla "guida gastronomica" alla realtà aumentata: nuovi strumenti per la food experience. Insegnamenti modulo 6: FOOD DESIGN: Il design nel settore agroalimentare, Elementi di food design, Storia del design dei prodotti, legati al cibo, La progettazione dell'esperienza enogastronomica, Food e design-driven innovation. Insegnamenti modulo 7: FOOD DESIGN: IL PROGETTO DEL CIBO E DEGLI OGGETTI: Il progetto del cibo e l'architettura del cibo, Il cibo come "materia plastica": aspetti formali, aspetti sensoriali e percettivi, Gli oggetti del cibo - project work, Gli oggetti del cibo: utensili e oggetti per la tavola e la cucina, La progettazione delle tecnologie per la cucina e gli elettrodomestici, Il progetto del cibo - project work. Insegnamenti modulo 8: FOOD DESIGN: I LUOGHI DEL CIBO, I luoghi del cibo: spazi di vendita e concept store, La progettazione degli spazi espositivi, Il design della ristorazione e degli ambienti di consumo, La progettazione di soluzioni "street food", Gli spazi della distribuzione - project work, Gli spazi della ristorazione - project work. Insegnamenti modulo 9: FOOD DESIGN: IL PACKAGING, Elementi di packaging design, La progettazione del packaging del cibo, Il packaging sostenibile, Soluzioni per un packaging "intelligente", Il design del packaging - project work. Insegnamenti modulo 10: FOOD SERVICE DESIGN: Elementi di service design, Customer experience e progettazione dei servizi nel settore del food, Food service design - project work. Insegnamenti modulo 11: FOOD DESIGN E TURISMO: L'enogastronomia come patrimonio culturale per il territorio, Territorialità del gusto, Prodotti tipici e turismo, Food experience e progettazione dell'accoglienza, Narrazione e narritività dei territori turistici: la cookery experience, Vie del vino e cantine d'autore, Strategie di integrazione tra sistema turistico, cultura ed enogastronomia.</p>
Master Universitario di primo livello in Enologia e Marketing (MEM)	UNIVERSITA' CATTOLICA del Sacro Cuore (Piacenza)	<p>Insegnamenti: Società dell'informazione, Enologia I, Enologia II, Viticoltura, Analisi sensoriale e controllo qualità, Igiene e nutrizione, Diritto, Tecniche di comunicazione, marketing, economia e logistica, Stage, Rielaborazione stage, Prova finale</p>
Master in Food & Wine Business	LUISS Roma (Roma)	<p>3 moduli: 1) MANAGEMENT: a) Export management: strategie competitive di crescita, supply chain management, analisi paese e strategie di ingresso, ricerca e sviluppo, soft skills; b) Marketing e PR: customer care, marketing dei servizi, packaging e labelling, digital marketing; c) Planning e control: accounting, performance measurement, finanza, controllo di gestione; 2) FOOD: selezione dei fornitori, food costo control, menu engineering, marketing dei prodotti agroalimentari, brand management, gestione della distribuzione, restaurant e kitchen layout; 3) WINE: selezione dei fornitori, wine costo control, wine list engineering, marketing del vino, brand management, gestione della distribuzione, wine cellar layout;</p>



## Dossier Alta Formazione ad Astino

Master in Cultura e marketing dell'enogastronomia e dell'ospitalità (a.a. 2008/2009)	Università di Macerata (Macerata)	Mercato dei prodotti alimentari; Geografia del turismo enogastronomico mediterraneo; Storia dell'enogastronomia; Cultura, consumi e società; Semiologia del cibo/turismo enogastronomico; Marketing enogastronomico; Marketing del territorio; Sociologia relazionale e del turismo; Alimentazione; Arte e gastronomia - Cibo come arte; IT&C per l'enogastronomia e il turismo; Inglese; Francese; Tecniche dell'accoglienza; Tecnica dei servizi; Tecnica della ristorazione.
MASTER COMET: Master di I livello in Cultura, Organizzazione e Marketing dell'Enogastronomia Territoriale (Dipartimento di Scienze degli Alimenti)	Università degli Studi di Parma (Parma)	Propone un percorso completo che coniuga aspetti di natura scientifico-culturale alla gestione di strumenti professionali operativi. 5 moduli: 1. Modulo base (ha una funzione propedeutica al Corso ed è diviso in due percorsi a scelta, uno pensato per chi proviene da corsi di laurea attinenti alle scienze degli alimenti, uno per chi proviene da corsi di lauree di altro indirizzo), 2. Modulo Food & Wine Science, 3. Modulo Food & Wine Project, 4. Modulo Food & Wine Marketing, 5. Modulo Food & Wine Management
Master in Enogastronomia ed Ospitalità (Dipartimento di Sociologia e Diritto dell'Economia)	Università di Bologna (Bologna)	Metodologia di valutazione della ristorazione e dell'ospitalità, L'enogastronomia nella web society, Sociologia e economia del turismo, Sociologia dei consumi, Enologia e Marketing del vino, Storia del cibo e della sua organizzazione sociale, Seminari e workshop
Master I livello Cultura del cibo e del vino per la valorizzazione e la promozione delle risorse enogastronomiche	Università Ca' Foscari di Venezia (Venezia)	400 ore di aula: Il sistema agroalimentare, Storia e cultura dell'agricoltura e del cibo, Conoscere i prodotti agroalimentari tipici, Marketing strategico e comunicazione delle risorse enogastronomiche, Strumenti e tecniche di comunicazione enogastronomica, Ristorazione, Turismo enogastronomico.
Master program in Food Culture and Communication s: rapresentation, place and identity	Università degli studi di scienze gastronomiche (Pollenzo - Cuneo)	Insegnamenti nelle seguenti aree: anthropology, history, ecology, food policy, agronomy, economics, food and sensory sciences, tasting sessions, communications, tecnologia, antropologia, diet, nutrition, salute, food policy, diritto, food economy e marketing. Il master 1) si focalizza da un lato su food history, anthropology, and sociology, e dall'altro lato su communication and media in vari ambiti (writing, photography, documentary film, and video). Il master 2): esamina e fa assaggiare molti prodotti, tra cui olio, pasta, formaggio, vini, ecc, e analizza anche la relazione del prodotto con il territorio locale. Il master 3): si focalizza sulla sostenibilità sociale, economica, ambientale nel sistema di produzione e di consumo del cibo, insegnamenti in sustainability, human ecology, environmental studies e ethnobiology, il ruolo della donna.
Master program in Food Culture and Communication s: High-quality products	Università degli studi di scienze gastronomiche (Pollenzo - Cuneo)	
Master program in Food Culture and Communication s: Human ecology and sustainability.	Università degli studi di scienze gastronomiche (Pollenzo - Cuneo)	

## Dossier Alta Formazione ad Astino

Master of Gastronomy: Food in Italy	Università degli studi di scienze gastronomiche (Pollenzo – Cuneo)	450 ore di lezione con materie generali in gastronomia per entrambi i master e materie specifiche per i due indirizzi. Insegnamenti generali: Food Policy, Food History, Food Economics, Food and the Environment, Food and Media, Food Anthropology, Sustainable Agriculture, Traditional Food Knowledge, Food Philosophy, Food Sociology and Multiculturalism, Food and Social Movements, Food and Public Health, Biodiversity and Food Sovereignty, Animal Welfare Bio-Scientific Fundamentals of Taste, Sensory Analysis. Materie specifiche per Food in Italy: Italian Food Regions, Agriculture, Landscape, Water, and Environmental Sustainability, Food, Mobility, and Tourism, Food and Gender, The Italian Food Industry, Food, Migration, and Cultural and Religious Diversity, Global Consumption of Italian Cuisine, Representations of Italian Gastronomy in Art, Literature, Film, TV, and Design. Materie per Food in the world: the gastronomic systems of: Central and Northern Europe, The Mediterranean and Middle East, South and Southeast Asia, East Asia, Sub-Saharan Africa North America and the Caribbean, South America, Oceania.
Master of Gastronomy: Food in the world (I livello)	Università degli studi di scienze gastronomiche (Pollenzo – Cuneo)	
Master in cultura del vino	Università degli studi di scienze gastronomiche (Pollenzo – Cuneo)	Insegnamenti: Viticoltura, Ampelografia e Gestione dei suoli; Enologia e tecniche di degustazione; Botanica e Entomologia; Geografia dei Terroir; Analisi sensoriale; Degustazione di Terroir; Filologia, letteratura e storia del vino; "Epistenologia". Saper sul vino, sapere col vino; Storia dell'Italia e dell'arte italiana; Antropologia del vino; Principi di gastronomia olistica; Esperienze di Sommellerie; Economia del vino e delle aziende; Diritto e Legislazione; Scrivere e comunicare di vino; Sociologia dei consumi.
Executive Master in Cibo e Salute	Università degli studi di scienze gastronomiche (Pollenzo – Cuneo)	8 moduli di lezione, 16 laboratori di dietetica gastronomica, 2 viaggi didattici. Modulo 1: Health, Nutrition, and Gastronomy (Storia del rapporto tra cibo e salute, Antropologia ed estetica, La transizione nutrizionale e le ricadute in salute individuale e collettiva, La cultura salutogenica e i determinanti di salute). Modulo 2: Dietetica e Nutrizione (Chimica e fisiologia del gusto, Analisi sensoriale, Nutrizione clinica preventiva, La dieta mediterranea, le diete tradizionali). Modulo 3: Health and Sustainability (Food globalization, Slow Food: la tutela della biodiversità, Etnobotanica e saperi tradizionali, Progetti ed esperienze nazionali e internazionali). Modulo 4: Stili di vita e di consumo (Metodi di ricerca e analisi, Attività fisica: teoria e pratica, Tendenze e stili di consumo, Focus su alcool e salute). Modulo 5: Economia, Legge e Salute pubblica (Legge e salute pubblica, Salute pubblica e fasce deboli, Il food labelling, Policies nazionali ed europee). Modulo 6: Mood and Food (Fame, sazietà, comportamenti alimentari, Health coaching, Un approccio "mindful", Le medicine complementari e l'alimentazione). Modulo 7: Food Security and Insecurity (Tendenze e policies, Life-cycle nutrition, Food safety and food security, Allergie e intolleranze). Modulo 8: Ristorazione Collettiva (Aspetti nutrizionali, Logistica e organizzazione, Esperienze innovative).
Master in Cucina Popolare Italiana di Qualità / Master in the Slow Art of Italian Cuisine	Università degli studi di scienze gastronomiche (Pollenzo – Cuneo)	600 ore di lezione (inclusi i laboratori). Materie base: Cucina (tecniche di base, coltelli, apparecchiature...), Chimica, Microbiologia, Storia della cucina italiana e dei ricettari, Tecnologie alimentari, Foraging, Diritto (marchi, legislazione...), Management aziendale, Nutrizione, Analisi sensoriale, Sistemi di ristorazione, Sociologia, Antropologia, Comunicazione: guide, blog, web, Corso di HACCP, Condivisione esperienze tirocini, Introduzione al Vino e alle tecniche di degustazione. Didattica dei prodotti.



## ALLEGATO - CESTIT – CENTRO STUDI PER IL TURISMO E L'INTERPRETAZIONE DEL TERRITORIO



*Università degli Studi di Bergamo*  
**CENTRO STUDI  
PER IL TURISMO E  
L'INTERPRETAZIONE  
DEL TERRITORIO**

**(CeSTIT)**

Il Centro Studi per il Turismo e l'Interpretazione del Territorio (CeSTIT) è stato istituito nel giugno 1999.

Il centro ha sede, ai fini organizzativi ed amministrativi, presso il centro studi del territorio "Lelio Paganì" dell'Università degli Studi di Bergamo.

### **1. LA "MISSION"**

Il Centro si configura come luogo di elaborazione culturale, ricerca teorica e applicata, formazione, consulenza e scambi interculturali nazionali ed internazionali nell'ambito delle *problematiche del territorio, dei beni e delle attività culturali e delle attività turistiche*, con specifico riferimento alla:

- interpretazione dei fenomeni in atto;
- previsione delle tendenze future;
- condizioni gestionali e operative;
- interpretazione delle condizioni di sviluppo e di competitività territoriale;
- organizzazione dei servizi.

Il Centro nasce e continuerà a muoversi in una dimensione internazionale con costante attenzione alle realtà, alle problematiche e alle prospettive della Comunità Europea, coerentemente con il know-how, le potenzialità delle risorse e gli orizzonti culturali della Facoltà di Lingue e Letterature Straniere.

### **2. ATTIVITÀ**

#### **2.1 Ricerca applicata**

Il Centro ha come compito quello di promuovere ed elaborare ricerche e consulenze afferenti ai due temi di riferimento- il turismo e l'interpretazione del territorio- con particolare attenzione alla integrazione tra le due componenti, quale caratteristica peculiare di un segmento crescente della domanda turistica attuale.

Il Centro opera dunque per:

- elaborare studi e ricerche di natura teorica e metodologica;
- costruire banche dati e diffonderne le elaborazioni;
- effettuare ricerche e consulenze per conto di committenti pubblici e privati;
- sviluppare relazioni con studiosi italiani e stranieri
- attivare e gestire osservatori del fenomeno turistico.

### 2.2 Divulgazione

- Quaderni di viaggi e turismo

I *Quaderni di viaggi e turismo* del CeSTIT sono sin dalla fondazione lo strumento agile e tempestivo, creato per offrire al mondo della formazione superiore (universitaria e postuniversitaria) conoscenze e materiali didattici innovativi, anche a partire da occasioni di confronto con il mondo dell'impresa e delle professioni turistiche. I testi pubblicati si caratterizzano per la ricerca di un orizzonte culturale ampio e multidisciplinare, nel quale interpretare e insegnare il turismo, e per la varietà delle voci invitate di volta in volta a intervenire, nella forma consueta del contributo scientifico o del saggio, ma anche del seminario, del dibattito, dell'intervista o della testimonianza professionale.

Dal 2014, la Collana si rinnova per ospitare la Serie *Nuovi Orizzonti* (peer reviewed), diretta da Rossana Bonadei e da Roberta Garibaldi. La Collana è accreditata AIDEA. I volumi della Serie includono studi sottoposti a referaggio. Ospiteranno inoltre ricerche inedite e approfondimenti, dedicati all'ambito specifico di segmenti di consumo diventati tendenza culturale. I nuovi orizzonti riguardano in particolare l'innovazione, gli sviluppi del turismo cosiddetto "creativo" ed "esperienziale", e le ormai numerose nicchie del consumo turistico sostenibile e responsabile dove prioritaria è l'interazione con la comunità ospitante. La Serie include anche contributi in lingua inglese.

*Il Comitato Scientifico è composto da:*

Manuela De Carlo (IULM – Milano), Roberta Garibaldi (Università di Bergamo), Mara Manente (CISSET – Università di Venezia), Cristiano Oddi (Università del Molise), Greg Richards (Università di Tilburg – Netherlands), Lanfranco Senn (Università Bocconi – Milano).

- Convegni

Il Centro si pone come riferimento per incontri e confronti sul territorio, organizzando periodicamente convegni locali, nazionali ed internazionali sui temi attinenti il turismo. Tra i numerosi eventi organizzati nel corso degli anni, si ricorda l'appuntamento con il Convegno sul Turismo Culturale Europeo, giunto nel 2015 alla sua terza edizione.

- Altri strumenti

Lo sviluppo a cui stiamo assistendo, offre l'opportunità anche al CeSTIT di essere maggiormente presente in rete. Per questo motivi, si ritiene oggi importante divulgare informazioni, ricerca e know how attraverso strumenti quali:

- il nostro sito internet- attivo dalla fondazione del Centro- riferimento per news aggiornate, curiosità, attività e iniziative nazionali e internazionali di tutti i nostri partner.
- una newsletter, che affronta gli argomenti di interesse e le novità per il settore turismo, ma anche comunica le attività e iniziative in corso sul nostro territorio e sul territorio dei nostri partner;



- attività di social network, con la presenza sui principali social al fine di intercettare anche altri gruppi di interesse

### 2.3 Formazione

Il Centro ha attivato negli anni, e può attivare:

- corsi di formazione post laurea (master, ecc.)
- corsi brevi di aggiornamento per operatori e tecnici
- corsi per lo sviluppo dell'imprenditorialità nel settore

### 2.4 Progettazione europea

Il Centro Studi presta particolare attenzione ai bandi di finanziamento italiani ed europei in ambito turistico, intessendo collaborazioni con soggetti pubblici e privati.

I Bandi rappresentano non solo un'opportunità di sviluppo e concretizzazione di idee progettuali, ma anche: 1) permettono di mantenere e implementare i rapporti sia a livello locale che a livello internazionale, 2) permettono di costruire reti di ricerca e sviluppare progetti innovativi e creativi di respiro internazionale, 3) consentono ai nostri giovani ricercatori di mettersi alla prova con idee e pratiche scientifiche di eccellenza. Siamo attivi nel proporci come referenti italiani di progetti europei dedicati alle tematiche del turismo e dello sviluppo territoriale.

## 3. LA RETE

Il Centro si avvale di una rete di collaborazioni nazionali ed internazionali alla quale partecipano Università, centri di studio, associazioni, dipartimenti aziendali e singoli studiosi con i quali in questi anni sono maturati rapporti di collaborazione operativa. Intrattiene organici rapporti con i seguenti enti: Acta (Milano), Atlas, Aiest, Centro Studi sul Mediterraneo (Lugano), Certet, Università Bocconi, ERSAF Lombardia, Gruppo Clas, Igcat, Sistor, etc.

Si avvale della collaborazione di docenti o manager dei seguenti Istituti internazionali:

Berlin Tourismus, Fachschule di Monaco (D), Harstad College (N), Interpret Europe, NHTV di Breda (NL), University of Bournemouth (UK), Università di Gottingen (D), Università di Jyväskylä (SF), Università di Malta (MT), Université Paris V (F), University of Plymouth (UK), Université de Quimper (F), Università di Tartu (ES), University of Wales (UK), Università di Innsbruck (A)

## 4. STRUTTURA ORGANIZZATIVA

La struttura organizzativa:

1. *Coordinatore*: Roberta Garibaldi
2. *Board*: Rossana Bonadei, Lorenzo Canova, Ettore Castagna, Francesca Forno, Andrea Macchiavelli, Roberto Peretta
3. *Junior researchers*: Daniela Desperati, Sanya Iguman, Andrea Pozzi, Marta Soligo, Marta Torriani, Elena Viani
4. *Experts*: Federica Frediani, Anna Pedronceli, Greg Richards e altri docenti stranieri Unibg che si stanno contattando

## 5. PROFILI COLLABORATORI

### 5.1 Coordinatore

- Roberta Garibaldi

Senior Lecturer in Marketing and Marketing for Tourism at the University of Bergamo.

## Dossier Alta Formazione ad Astino

Currently involved in Italian and international research projects for institutions, local administrations, and private enterprises.

Her research interests include the tourism labour market, and marketing strategies for museums, food tourism and new trends in cultural tourism.

Member of the Società italiana di scienze del turismo (Sistur).

### 5.2 Board

- Rossana Bonadei

Professor of English Studies and Cultural Studies.

President of the MA Planning and Management of Tourism Systems, where she teaches Cultural Studies in Tourism and Heritage Studies

Member of the Directing Board of Sistur (Società italiana di scienze del turismo).

Member of the Scientific Board of the CST (Centro Studi del Territorio "Lelio Pagani") at the University of Bergamo.

Scientific Editor of "Scienze del Turismo" series published by Hoepli, Milano.

Her area studies include Travel literature, Travel Theory, Cultural Studies in Tourism, Heritage Studies, Landscape and Urban Studies.

Among her recent publications: *Naturaleartificiale. Il palinsesto urbano*, 2010; *I sensi del viaggio*, 2007.

- Lorenzo Canova

A sociologist, he's been a member of the Association International d'Experts Scientifiques du Tourisme (AIEST) since 1993, and of the Società italiana di scienze del turismo (Sistur) since 2010.

He's been teaching in Master Courses related to Tourism Planning in several universities (Roma, Milano, Cosenza, Camerino, Catania), and regularly presents papers at Italian and international conferences.

Canova is among the founders and Presidents of ACTA, a Milan-based association specialising in sustainable tourism planning.

He's been working on experimental programs with a number of DGs of the European Commission, and the past Vice-President (now senior adviser) of ECOTRANS, a European network promoting research and good practices in sustainable tourism.

Since 1998 he has cooperated as an external expert with the Dipartimento per lo Sviluppo e Coesione Economica of the Italian Ministero dello Sviluppo Economico, committed on projects of local development, tourism, culture, environment and integrated territory planning; he coordinates the Segreteria Tecnica of the "Sensi Contemporanei" program, being scientific responsible of the concept and monitoring of audio-visual products, visual arts, design, local development and tourism.

- Ettore Castagna

Ettore Castagna, antropologo. Dalla metà degli anni '90 ha dedicato particolare attenzione all'antropologia del turismo, con particolare riferimento all'impatto del fenomeno turistico sulle comunità locali di alcune aree del Mediterraneo (Baleari, Calabria, Macedonia Greca). Nella stessa fase ha partecipato e coordinato l'animazione



territoriale e la progettazione nell'ambito di varie attività di valorizzazione delle culture locali nel quadro del L.E.A.D.E.R. La più rilevante di queste esperienze riguarda l'Area Grecanica (Provincia di Reggio Calabria). In linea generale, significativa la sua esperienza nell'Antropologia Visiva di ricerca "sul campo" e di documentarista con la Coop. "R.L.S." - Med Media sin dai primi anni '80; quella, variamente articolata, nel mondo della comunicazione, del giornalismo e dei media e l'attività didattica nell'Università (Bergamo, Cosenza, Siviglia), nelle scuole statali, nell'Accademia di B.A. ed in varie tipologie di corsi professionali, seminari, stages, etc. Importante infine, dal 1979 al 2001, l'esperienza di musicista nell'ambito etno-acustico con il gruppo Re Niliu.

- Andrea Macchiavelli

Senior Lecturer in Tourism Economics at the University of Bergamo.

Former Director of the Centro Studi per il Turismo e l'Interpretazione del Territorio (CeSTIT).

Former Director of the EU-funded Master in Tourism Management and Cultural Mediation at the University of Bergamo.

Currently involved in Italian and international research projects for institutions, local administrations, and the private sector.

Member of the Association International d'Experts Scientifiques du Tourisme (AIEST).

Member of Scientific Board of the Turistica quarterly of tourism management.

Macchiavelli is an expert in Mountain Tourism.

- Roberto G. Peretta

A baby boomer from 1951, he graduated in Philosophy in Milano, and has been lecturing in Bergamo since the PGST / PMTS Master's Degree was established.

He's been a reporting journalist since 1977, and a writer since 1983, contributing to the Rough Guides, Time Out, the Italian publishers Electa, Mondadori, Hoepli, Zanichelli, De Agostini, and the Touring Club of Italy (TCI).

He was the TCI resident consultant on digital communication from 1999 to 2009, and consulted a number of times for research centers, cultural museums and local authorities.

He writes for the TCI, and manages several web presences.

Peretta has been a member of the International federation for information technology and travel and tourism (Ifitt) since 2000, and of the Società italiana di scienze del turismo (Sistur) since 2010.

His contributions on eTourism, mobile eTourism and gamification have been published by AlmaTourism, FrancoAngeli, Hoepli, McGraw-Hill, and the Université de Limoges.

- Francesca Forno

Assistant Professor of Sociology at the University of Bergamo. PhD in Politics at the Strathclyde University, UK.

Co-director and co-founder of the CORES LAB at the University of Bergamo, a research group on Consumption, Networks and Practices of Sustainable Economies.

Associate Editor of Partecipazione e Conflitto, the first Italian-International academic journal specializing in social and political participation.

Her area studies include Collaborative Consumption, Sharing Economy, New Forms of Collective Action and Citizens' Participation, Alternative and P2P Tourism.

She has published on citizen participation and new forms of community actions, researched on political consumerism and collaborative consumption, and recently coedited a special issue of the Journal of Consumer Culture on "Consumerist Culture and Social Movements".

With Roberta Garibaldi, she has conducted a pioneer research on collaborative consumption in tourism, analysing the growing phenomenon of House Swapping.

### 5.3 Experts

- Federica Frediani
- Anna Pedroncelli

### 5.4 Junior Researchers

- Sanja Iguman
- Daniela Desperati
- Andrea Pozzi
- Marta Soligo
- Marta Torriani
- Elena Viani

## 6. FINANZIAMENTO

Per la realizzazione delle proprie iniziative, il Centro Studi instaura rapporti di collaborazione con istituti di ricerca e formazione, associazioni di categoria, enti pubblici e operatori privati che siano interessati allo studio e allo sviluppo del settore turistico, nonché con ogni altro soggetto pubblico e privato a vario titolo coinvolto nel settore.

Oltre al tradizionale sguardo locale, si presterà particolare attenzione alle fonti di finanziamento comunitarie, che permettono di sviluppare progetti internazionali.

## 7. ATTIVITÀ E SERVIZI DEL CENTRO NEGLI ANNI

### ATTIVITA' DI RICERCA APPLICATA

ANNO	RICERCA	PARTECIPANTI
2001	Prospettive turistico-culturali della Valle Imagna attraverso la valorizzazione della ex-cascina di S.Tomè.  Il lavoro è stato effettuato per conto del G.A.L. Valle Imagna Antenna Europea del Romanico e prevedeva, in questa prima fase, un'analisi delle risorse turistiche e culturali della Valle Imagna.	Andrea Macchiavelli e Martina Vitale Ney
2001	Prospettive operative per la gestione della ex-cascina di S.Tomè. Sempre per conto del G.A.L. Valle Imagna Antenna Europea del Romanico, la seconda fase del lavoro prevedeva indicazioni operative per la valorizzazione e l'utilizzo della	Andrea Macchiavelli e Sandro Chierici (esperto esterno)



## Dossier Alta Formazione ad Astino

	cascina	
2005	<p>Programma per il riconoscimento del Sistema Turistico della Provincia di Bergamo.</p> <p>Dopo la definizione dei sistemi turistici della Lombardia, la Provincia di Bergamo ha affidato al CeSTIT la predisposizione del sistema turistico della Provincia, a cui sono seguiti quelli delle aree specifiche del territorio</p>	Andrea Macchiavelli e A. Lombardo (esterno)
2005	<p>Studio per la valorizzazione turistica del comune di Valtorta</p> <p>Per iniziativa del comune di Valtorta, un gruppo di laureandi hanno sviluppato un'analisi e proposte di valorizzazione turistica</p>	<p>Diretti da Andrea Macchiavelli hanno collaborato: Cazzaniga Giulia,</p> <p>Franchini Selena, Solimando Letizia, Villa Ileana, Zanardi Simone</p>
2006	<p>Programma per il riconoscimento del Sistema Turistico della città di Bergamo e della pianura</p> <p>Il lavoro è stato effettuato per il Comune di Bergamo (attraverso il Consorzio turistico della Città di Bergamo) e consta di analisi e linee di programmazione secondo quanto disposto dalla Legge Regionale 8/2004</p>	Diretto da Andrea Macchiavelli è stato condotto in collaborazione con Roberta Garibaldi e con Tatiana Cini (esperto esterno)
2006	<p>La Liguria oggi nello sguardo degli stranieri</p> <p>Ricerca interdipartimentale con l'obiettivo di effettuare un'analisi storica dell'immagine della Liguria, con particolare attenzione alla ricostruzione della fortuna turistica internazionale di Alassio.</p>	Vi hanno partecipato nell'ambito del CeSTIT, Rossana Bonadei e Matilde Dillon
2006	<p>Servizi avanzati per la localizzazione dei beni culturali. Progetto Sealspaw</p> <p>Un progetto per la gestione di terminali mobili turistici georiferiti, diretto da ACSE SpA e finanziato dalla Regione Sicilia, svolto fra 2006 e 2007.</p> <p>La sigla significa Servizi avanzati per la localizzazione di beni culturali e turistici sparsi in modalità senza fili o wireless.</p> <p>Il progetto è stato finalizzato alla realizzazione di una piattaforma tecnologicamente avanzata basata su un'architettura integrata e distribuita per l'erogazione di servizi innovativi.</p>	Diretta da Roberto Peretta, vi hanno collaborato Rossana Bonadei, Federica Frediani, Elena Negro e Francesca Pagni
2006-07	<p>Redazione del PICS (Piano Integrato per la Competitività del Sistema) della Val di Scalve</p> <p>Si tratta di uno strumento di programmazione territoriale richiesto dalla Regione Lombardia. Il CeSTIT ha fornito alla Comunità Montana un supporto metodologico, informativo e gestionale alla ricerca ed elaborazione di un modello di sviluppo turistico sostenibile per la Valle di Scalve finalizzato alla redazione del Piano Integrato, tra 2006 e 2007</p>	Diretto da Lorenzo Canova è stato redatto con la collaborazione di Francesca Conti (esterna)

## Dossier Alta Formazione ad Astino

2006	<p><b>Learning Area in Provincia di Bergamo</b></p> <p>Per conto della Commissione Europea e nell'ambito del network Ecotrans è stata operata una sperimentazione in provincia di Bergamo per la predisposizione di un manuale per la realizzazione delle Learning areas nel settore turistico. La Commissione Europea si dota di un metodo inter-settoriale, fondato sul coinvolgimento di differenti stakeholder e finalizzato al miglioramento del sistema formativo per lo sviluppo del settore turistico locale e regionale. Area (PLA).</p>	<p>ACTA partner italiano di Ecotrans ha richiesto la collaborazione del CeSTIT per la sperimentazione sul territorio. Vi hanno collaborato Lorenzo Canova, Rossana Bonadei e in misura diversa tutti i collaboratori di CeSTIT</p>
2006	<p><b>La percezione della qualità nella ristorazione</b></p> <p>Promossa da Confesercenti - MPS Research, Bergamo, l'indagine svolta sul territorio di Bergamo e Provincia presso un campione di ristoranti. L'obiettivo è stato quello di costruire una mappatura dei rapporti tra qualità totale, qualità percepita e relativi costi, prevedendo la raccolta degli elementi strategici, delle aree di capitalizzazione e di opportunità costitutive della "qualità", della sua comunicazione e nel percepito del suo "costo", arrivando a definire gli standard di qualità per ogni tipologia di ristorazione individuata. I risultati di questo lavoro sono stati pubblicati sulla rivista scientifica Turistica nel numero 3 del 2006.</p>	<p>L'indagine è stata curata dalla Prof. Roberta Garibaldi</p>
2007	<p><b>Polo formativo per le professioni turistiche</b></p> <p>Su richiesta della Regione Lombardia (Agenzia Formazione Lavoro) all'interno delle attività del Polo Formativo sul turismo si è svolta un'attività di ricerca sui profili professionali intermedi del turismo lombardo tra il 2006 e 2007.</p>	<p>La ricerca è stata svolta da un team composto da collaboratori dell'Università di Bergamo, dell'Università Cattolica, dell'Università Bicocca. Per il CeSTIT, diretti dalla Prof. Roberta Garibaldi, hanno partecipato Francesca Pugni, Ettore Castagna e Andrea Macchiavelli</p>
2007	<p><b>Profilo passeggeri Low Cost Orio</b></p> <p>E' stata effettuata un'analisi delle caratteristiche dei passeggeri dei voli low cost atterrati tra il 2004 e 2005 all'aeroporto di Orio al Serio, 2006</p> <p>L'indagine è stata possibile grazie ad un database fornito dall'Ufficio Italiano Cambi e tratto dall'Indagine sul Turismo Internazionale svolta annualmente dall'ente.</p>	<p>Sotto la direzione del Prof. Andrea Macchiavelli, vi hanno partecipato le studentesse del Corso di Laurea Specialistica, Lara Cinesi e Elena Diani</p>
2007	<p><b>Progetto Ingegno. Il turismo low cost in Lombardia</b></p> <p>Nell'ambito del progetto Ingegno promosso dalla Regione Lombardia il CeSTIT ha partecipato con questa ricerca volta a individuare le caratteristiche di comportamento dei turisti low cost in Lombardia. Nell'ambito della ricerca è stata effettuata un'indagine diretta su un campione di 800 passeggeri dell'aeroporto di Orio.</p>	<p>L'indagine è stata diretta da Andrea Macchiavelli e vi hanno collaborato le ricercatrici CeSTIT: Elena Diani, Lara Cinesi, Francesca Pugni e Paola Caratti</p>
2007	<p><b>Beni sparsi dell'Alto Sebino</b></p> <p>Laboratorio di ricerca sui terminali mobili georiferiti, in convenzione con il Circolo Giovanni Ruffini di Lovere. Il laboratorio ha utilizzato il navigatore satellitare Touring T-370 e tecnologia originale sviluppata nel quadro del progetto di</p>	<p>Sotto la direzione del Prof. Peretta, vi ha partecipato Francesca Pugni</p>



## Dossier Alta Formazione ad Astino

	ricerca Sealspaw, rimanendo con questo in stretta connessione.	
2008	<p>Il turismo culturale a Bergamo. Indagine diretta sui visitatori di Città Alta</p> <p>Indagine con questionario su un campione di circa 400 visitatori di Città Alta, svolta in collaborazione con Atlas, network internazionale attivo nel settore del turismo culturale</p>	Sotto la direzione di Andrea Macchia velli, vi hanno partecipato gli studenti del Corso di Laurea Specialistica in Progettazione e Gestione dei Sistemi Turistici: Davide Conti, Silvia Riva e Alessandro Vedovello
2008	<p>Turismo dei voli low cost e domanda di abitazioni turistiche</p> <p>Per iniziativa del CeSTIT è stata svolta una ricerca sul turismo del volo low cost e la propensione all'acquisto di immobili turistici da parte di stranieri. La ricerca ha comportato un'indagine diretta presso un campione di 600 agenzie immobiliari in territori con attrazioni turistiche e aeroporti serviti da voli low cost.</p>	La ricerca è stata effettuata da Andrea Macchiavelli e Lara Cinesi ed ha dato luogo ad un paper dal titolo low cost tourism e real estate demand contenuto nella seguente pubblicazione: Keller P., Bieger T., Real Estate and Destination Development in Tourism, Erich Schmidt Verlag, Berlin 2008
2008-09	<p>Indagine diretta sul Festival Donizettiano a Bergamo</p> <p>Obiettivo dell'indagine è quello di verificare in che misura il Festival Donizettiano costituisce anche un'attrazione turistica e mobilità quindi turisti verso la città. A tal fine è stato predisposto un questionario che è stato inviato, con la collaborazione del teatro, a tutti i gruppi partecipanti al Festival</p>	La ricerca è stata effettuata da 3 laureande del Corso di laurea in PGST, in collaborazione con il Comune di Bergamo e il Teatro Donizetti.
2009	<p>Laboratorio sull'Ecomuseo della Val Taleggio</p> <p>Nell'ambito delle attività di laboratorio previste dall'attività didattica, è stato sviluppato uno studio per la valorizzazione dell'Ecomuseo della Val Taleggio, i cui risultati sono stati presentati a Taleggio il 4 giugno 2010</p>	Vi hanno partecipato 9 studenti, coordinati da Andrea Macchiavelli e Ettore Castagna. Nel corso del lavoro vi è stato un importante incontro con Huges de Varine, il maggior teorico degli Ecomusei a livello mondiale.
2009	<p>Valorizzazione di habitat urbano: l'orto botanico di Bergamo come risorsa turistica</p> <p>Nell'ambito delle attività di laboratorio previste dall'attività didattica, è stato sviluppato un progetto per la elaborazione di un audioguida da utilizzare presso l'Orto Botanico. Nel corso dei lavori è stato elaborato un video sull'attività svolta. I lavori sono stati presentati il 10 giugno presso la Sala Viscontea dell'Orto Botanico di BG.</p>	Il progetto è stato coordinato da Rossana Bonadei, Roberto Peretta e Francesca Pagni e vi hanno partecipato 12 studenti.
2009	<p>Ricerca su un intervento di riduzione della povertà attraverso lo sviluppo di servizi e professionalità turistiche in Perù (Regione di Ancash - Cordillera Blanca).</p> <p>Oggetto della ricerca è stato il progetto promosso da Organizzazione Mato Grosso a Marcarà nella Cordillera Blanca peruviana, grazie al quale sono state formate 19 guide di montagna, realizzati 5 rifugi e un Centro di Andinismo con hotel, ristorante e agenzia di viaggi. Dalla ricerca è scaturito un paper che è stato presentato al Convegno ATEST del 2010 in Sud Africa</p>	La ricerca diretta da Andrea Macchiavelli, è stata possibile grazie a Michele Gotti, laureato del Corso di Laurea Specialistica in PGST, che è rimasto sul posto 2 mesi ed ha effettuato un'indagine diretta sia alle guide, sia ai turisti.

## Dossier Alta Formazione ad Astino

2009	<p>Turisti per scambio. Prima analisi su una nuova tipologia di turisti</p> <p>E' ancora poco studiato è il profilo dei "turisti per scambio", ovvero di quel tipo di turista che decide di intraprendere una vacanza scambiando la propria casa. "Turisti per scambio" è la prima analisi approfondita sul profilo di questo nuovo tipo di turista e nasce dalla collaborazione tra il CeSTIT dell'Università di Bergamo e Homelink Italia.</p>	La ricerca è coordinata da Francesca Forno e Roberta Garibaldi in collaborazione con Francesca Milani.
2010	<p>Indagine sul profilo e il comportamento dei turisti alberghieri nella città di Bergamo.</p> <p>Il turismo alberghiero della città di Bergamo è significativamente mutato nell'ultimo decennio: da turismo quasi esclusivamente d'affari è diventato in buona parte un turismo leisure, grazie ai flussi soprattutto stranieri indotti dall'aeroporto di Orio. Obiettivo della ricerca è quello di verificarne le caratteristiche attuali, attraverso un'indagine diretta presso i turisti che alloggiano negli alberghi.</p>	La ricerca è coordinata da Andrea Macchiavelli e vi partecipano: Sara Nocenti, Sara Serra, Ana Clavè e Giuseppina Cambareri.
2010	<p>Difesa e valorizzazione dell'architettura rurale a rischio scomparsa delle valli Taleggio, Brembana e Imagna</p> <p>La ricerca è stata richiesta dall'Associazione Ecomuseo della Val Taleggio, nel quadro di un progetto di recupero di edifici rurali, anche ad uso turistico.</p>	La ricerca è diretta da Andrea Macchiavelli ed è stata svolta da Marta Torriani.
2011	<p>Assistenza al comune di Bergamo per uniformare il sistema informativo sul profilo dei turisti che si rivolgono agli uffici IAT.</p> <p>L'apporto consulenziale è stato richiesto dal Comune di Bergamo, ma interessa tutti gli uffici IAT della provincia, in quanto l'obiettivo ultimo è quello di uniformare il sistema di rilevazione dati per tutti gli uffici.</p>	La consulenza è stata svolta da Roberta Garibaldi con la collaborazione di Andrea Pozzi
2011	<p>Profilo e comportamento degli utenti del Bergamo Film Meeting</p> <p>La ricerca, realizzata in collaborazione con l'Associazione Bergamo Film Meeting, ha permesso di disporre per la prima volta di elementi conoscitivi riguardo il profilo, il comportamento e la soddisfazione degli utenti che hanno partecipato alla 29ª edizione. I risultati hanno dato modo agli organizzatori di predisporre azioni per rispondere alle esigenze emerse e di vincere il Bando Cariplo "Promuovere la buona gestione nel campo della cultura", finalizzato alla razionalizzazione e al miglioramento dell'offerta culturale.</p>	La ricerca è stata diretta da Lorenzo Canova. Vi hanno partecipato Anna Pedroncelli e Elena Viani
2011	<p>Indagine su: La domanda turistica nell'area dei Laghi</p> <p>Per conto della Provincia di Bergamo- Settore Turismo, il CeSTIT in collaborazione con il CASI (Centro Analisi Statistiche e Indagini Campionarie) dell'Università di Bergamo, ha svolto un'indagine</p>	La direzione è stata di Andrea Macchiavelli, il coordinamento del campo e l'elaborazione dei dati di Sara Nocenti.



## Dossier Alta Formazione ad Astino

	sulla domanda turistica dell'area del Lago bergamaschi	
2011	<p>Analisi delle caratteristiche dei passeggeri dell'aeroporto di Orio</p> <p>Per conto della Provincia di Bergamo- Settore Turismo, il CeSTIT in collaborazione con il CASI (Centro Analisi Statistiche e Indagini Campionarie) dell'Università di Bergamo sta svolgendo uno studio sul profilo e il comportamento dei passeggeri dell'aeroporto di Orio al Serio e quindi sulle implicazioni che i flussi turistici dell'aeroporto hanno sul territorio bergamasco. L'analisi si basa sui dati provenienti dall'Indagine sul turismo internazionale della Banca d'Italia, appositamente estratti; essendo stati elaborati anche i dati di anni passati, l'analisi consente un'interpretazione della evoluzione del fenomeno turistico indotto da Orio.</p>	Lo studio è diretto da Andrea Macchiavelli, che si avvale della collaborazione di Andrea Pozzi
2010-12	<p>Progetto Vetta: analisi della domanda di escursionismo montano</p> <p>Il CeSTIT è stato chiamato da ERSAV, società della Regione Lombardia, a partecipare all'analisi della domanda di escursionismo alpino nell'ambito del progetto transfrontaliero Italia Svizzera, denominato "Vetta", della durata di due anni. Oggetto delle analisi sono la frequentazione delle attività sportive in montagna da parte della popolazione, il rapporto dei giovani e la montagna e le modalità e il comportamento dei frequentatori della montagna. Al progetto partecipano: il Canton Ticino, il Cantone dei Grigioni, la Provincia Autonoma di Bolzano, la Regione Piemonte, l'Università di Torino, la Regione Lombardia e Ersav-Lombardia.</p> <p>Nel corso del 2012 l'équipe è stata soprattutto impegnata nella effettuazione della Conjoint Analysis presso scuole superiori della provincia di Sondrio, di Lecco e di Milano e nell'analisi dell'attività escursionistica del CAI effettuata attraverso Focus Group presso le sezioni delle tre province citate. E' stata avviata inoltre la stesura definitiva dei capitoli di un volume che uscirà nella collana dei quaderni CeSTIT</p>	La ricerca è diretta da Andrea Macchiavelli ed esprime una collaborazione interfaccoltà che ha visto impegnate le pro.sse Biffignandi (Economia), Forno e Garibaldi. Partecipa con ruolo attivo Andrea Pozzi, laureato del corso di laurea di PGST.
2012	<p>Assistenza al comune di Bergamo per uniformare il sistema informativo sul profilo dei turisti che si rivolgono agli uffici IAT.</p> <p>L'apporto consulenziale è stato richiesto dal Comune di Bergamo, nello scorso anno e rinnovato nell'anno in corso ma interessa tutti gli uffici IAT della provincia, in quanto l'obiettivo ultimo è quello di uniformare il sistema di rilevazione dati per tutti gli uffici.</p>	Il lavoro è stato svolto da Andrea Pozzi, con la supervisione di Andrea Macchiavelli
2012	<p>Profilo e comportamento degli utenti del Bergamo Film Meeting</p> <p>La ricerca, realizzata in collaborazione con l'Associazione Bergamo Film Meeting, ha permesso di disporre per la prima volta di elementi conoscitivi riguardo il profilo, il comportamento e la soddisfazione degli utenti che hanno partecipato alla 29<sup>a</sup> edizione. I risultati hanno dato modo agli organizzatori di predisporre azioni per rispondere alle esigenze emerse e di vincere il Bando Cariplo "Promuovere la buona gestione nel campo della cultura", finalizzato alla razionalizzazione e al miglioramento dell'offerta culturale. Anche in questo caso si è trattato di un rinnovo di un</p>	La ricerca è stata diretta da Lorenzo Canova. Vi ha partecipato Anna Pedroncelli e Elena Viani

## Dossier Alta Formazione ad Astino

	precedente incarico	
2012	<p>Indagine su: La clientela alberghiera estiva nell'area delle Orobie</p> <p>Per conto della Provincia di Bergamo- Settore Turismo, il CeSTIT in collaborazione con il CASI (Centro Analisi Statistiche e Indagini Campionarie) dell'Università di Bergamo, ha svolto un'indagine diretta sulla clientela alberghiera estiva dell'area delle Orobie bergamasche</p>	La direzione è stata di Andrea Macchiavelli, il coordinamento del campo e l'elaborazione dei dati di Andrea Paleni Interviste di Andrea Paleni e Giulia Rota, laureandi del Corso di PGST
2012	<p>Piano Territoriale Regionale per le Aree Alpine</p> <p>E' stato richiesto da parte del CST un contributo di esperti CeSTIT per la predisposizione dei materiali relativi al PTR, relativamente alle implicazioni turistiche. Il progetto è stato commissionato al CST dell'Università di Bergamo da parte della Regione Lombardia, Assessorato all'Urbanistica.</p>	Ha operato nel gruppo di lavoro Andrea Macchiavelli
2013	<p>Linee di marketing turistico per la città di Bergamo</p> <p>Per conto del comune di Bergamo, il CeSTIT è impegnato, in collaborazione con altre società di consulenza, a delineare le linee di marketing turistico territoriale per la città, in vista soprattutto di Expo 2015 e della Candidatura della città a Capitale Europea della cultura.</p>	Il lavoro viene sviluppato da Andrea Macchiavelli con la collaborazione di Andrea Pozzi.
2015	<p>Progetto European Region of Gastronomy – Lombardia Orientale 2017</p> <p>Il progetto coinvolge l'area delle quattro province di Bergamo, Brescia, Cremona e Mantova nella valorizzazione integrata e sistemica dei temi legati al food e alla sostenibilità e vede la Lombardia Orientale ottenere il titolo per l'anno 2017. Il progetto è sviluppato in partnership tra 10 enti: Regione Lombardia, Università di Bergamo, quale coordinatore scientifico, Comune di Bergamo, Brescia, Cremona e Mantova, Camera di Commercio di Bergamo, Brescia, Cremona e Mantova. Il titolo rappresenta un'occasione di visibilità e integrazione delle risorse per raggiungere due obiettivi principali che i territori coinvolti si sono posti: valorizzare dell'offerta enogastronomica e integrazione nel palinsesto turistico; promuovere un sistema locale di cibo sostenibile.</p>	Coordinamento scientifico di Roberta Garibaldi; segreteria tecnico- organizzativa Elena Viani.

### 8. ATTIVITA' DI FORMAZIONE EXTRA-CURRICOLARE

DATA	TITOLO/TEMA	PARTECIPANTI
1999-2006	<p>Corso di Perfezionamento in Mediazione Culturale e Gestione del turismo</p> <p>Per 7 edizioni consecutive si è svolto per iniziativa del CeSTIT e con il contributo del FSE un corso di perfezionamento di circa 250</p>	Al corso hanno dato il loro apporto tutti i membri del CeSTIT, affiancati da esperti esterni, sia italiani che stranieri. Il corso è stato diretto nelle prime 3 edizioni da Rossana Bonadei e nelle successive da



## Dossier Alta Formazione ad Astino

	ore, finalizzato alla preparazione di laureati sia interni che esterni.	Andrea Macchiavelli
2001	<p>Turismo tra informazione e promozione. Corso di formazione per operatori dell'APT di Bergamo.</p> <p>Il corso di 30 ore è stato sollecitato dall'Azienda di Promozione Turistica della Provincia di Bergamo e finalizzato ai propri dipendenti</p>	E' stato coordinato da Roberta Garibaldi e vi hanno partecipato diversi docenti dell'Università.
2001-2003	<p>Corso di preparazione e aggiornamento per guide turistiche</p> <p>Promosso in collaborazione con ALLIUB e finalizzato al superamento dell'esame di guide turistiche nella provincia di Bergamo.</p>	Il corso è stato inizialmente diretto da Andrea Macchiavelli e successivamente da Roberta Garibaldi ed ha coinvolto docenti dell'Università.
2002 2003	<p>Progetto di Formazione alla cultura turistica.</p> <p>Visite tecniche a località alpine di eccellenza</p> <p>L'iniziativa promossa dalla Provincia di Bergamo ha previsto l'organizzazione, l'accompagnamento e la valorizzazione di 4 visite tecniche di 3 giorni ciascuna in Vallese-Savoia, Tirolo, Carinzia e Svizzera centrale. Destinatari gli operatori turistici bergamaschi.</p>	L'intervento è stato diretto da Andrea Macchiavelli e vi ha partecipato Roberta Garibaldi
2013-2014	<p>Attività di supporto e formazione per le Guide Turistiche abilitate della Provincia di Bergamo</p> <p>Le attività hanno previsto l'organizzazione di tre incontri seminariali rivolti a tutte le guide abilitate, finalizzati al miglioramento del servizio offerto, cercando di definire un'immagine coordinata della città, influenzando sull'organizzazione attuale e gestione del servizio offerto. Il referente scientifico è Lorenzo Canova, in collaborazione con ACTA e CeSTIT supportando l'ideazione, organizzazione e gestione delle attività di formazione finalizzate al miglioramento del servizio alla luce delle evoluzioni della domanda L'iniziativa è stimolata dal Comune di Bergamo, con l'intento di supportare le alle guide turistiche abilitate per Bergamo e Provincia.</p>	L'intervento è stato diretto da Lorenzo Canova. Vi hanno partecipato Anna Pedroncelli, Elena Viani.

## 9. PUBBLICAZIONI

AUTORI	TITOLO	EDIZIONE
Visentin C. (a cura di)	Guida al Turismo Scolastico in Lombardia. Itinerari per la scuola di base	Regione Lombardia, 2001
Visentin C. (a cura di)	Guida al Turismo Scolastico in Lombardia. Itinerari per la scuola superiore	Regione Lombardia, 2001

## Dossier Alta Formazione ad Astino

Macchiavelli A., Garibaldi R.	Turismo e culture del Territorio 1. Strumenti per la valorizzazione: i musei etnografici e la promozione di grandi eventi	Franco Angeli, Quaderni del CeSTIT, 2001
Macchiavelli A., Garibaldi R.	Turismo e culture del Territorio 1. Turismo termale e Industry Tourism	Franco Angeli, Quaderni del CeSTIT, 2001
Visentin C., Frediani F.	La Lombardia vista dagli altri. L'immagine della Lombardia nelle guide turistiche internazionali	Franco Angeli, 2001
Macchiavelli A. (a cura di)	Il turismo della neve. Condizioni per operare in un contesto competitivo	Franco Angeli, Quaderni del CeSTIT, 2004
Macchiavelli A. (a cura di)	Il turismo montano tra continuità e cambiamento,	Franco Angeli, Quaderni del Cestit, 2006
Garibaldi R.	Lo sviluppo organizzativo per il futuro dell'impresa turistica	Franco Angeli 2006
Garibaldi R.	I villaggi turistici. Analisi di settore	Franco Angeli, Quaderni del Cestit, 2006
Bonadei R.	I sensi del viaggio	Franco Angeli, 2007
Bonadei R., Peretta R.	<b>Travelling across Disciplines. The Tourist Practice in Theory</b> ; "Una miriade di forme"	In De Stasio & Palusci (a cura di), "The Languages of Tourism. Turismo e mediazione", Unicopli, 2007
Garibaldi R. (a cura di)	Economia e gestione delle imprese turistiche	Hoepli 2008  Al volume hanno collaborato Andrea Macchiavelli e Roberto Peretta, che ne hanno curato specifiche parti
Garibaldi R., (a cura di)	Professioni del turismo tra tendenze e mutamenti	Franco Angeli. Quaderni del CeSTIT 2008  Al volume hanno collaborato anche Francesca Forno, Elena Andreotti, Paola Caratti
Macchiavelli A., Andreotti E.,	L'innovazione nelle destinazioni turistiche alpine	Franco Angeli. Quaderni del Cestit. 2008
Rossana Bonadei (a cura di)	NaturaleArtificiale. Il palinsesto urbano	Lubrìna Editore, 2009
Garibaldi R. (a cura di)	Facebook in tourism. Destinazioni turistiche e Social Network	Franco Angeli. Quaderni del Cestit. 2011
Macchiavelli (a cura di)	Le abitazioni di vacanza nella funzione turistica territoriale: diffusione, problematiche ed esperienze di	Franco Angeli. Quaderni del Cestit, 2011



## Dossier Alta Formazione ad Astino

	gestione.	
Garibaldi R. (a cura di)	Il turismo culturale europeo. Prospettive verso il 2020.	Franco Angeli. Quaderni di viaggi e turismo, 2012
Garibaldi R. (a cura di)	Il turismo culturale europeo Città ri-visitate. Nuove idee e forme di turismo culturale.	Franco Angeli. Quaderni di viaggi e turismo, 2014
Garibaldi R. (a cura di)	Economia e gestione delle imprese turistiche. Seconda edizione	Hoepli. 2015

### 10. CONVEGNI E SEMINARI PROMOSSI DAL CESTIT

DATA	TITOLO/TEMA	PARTECIPANTI
25 Maggio 2000	Quale futuro per il turismo della neve?  1^ Giornata di studio  Giornata di studio organizzata esclusivamente dal CeSTIT, che ha dato il via ad una presenza stabile del CeSTIT su queste tematiche	La giornata è stata organizzata da Andrea Macchiavelli e da Franco Brevini e vi hanno partecipato esperti italiani e stranieri.
5 Luglio 2001	1° Incontro sulla Formazione Superiore nel Turismo  La giornata ha radunato i maggiori esperti italiani di formazione universitaria in tema di turismo per un momento di riflessione sulle prospettive future.	Hanno partecipato:  Guido Martinotti - Università Milano Bicocca  Magda Antonioli - Università Bocconi - Milano  Rossana Bonadei - Università di Bergamo  Attilio Gardini - Università di Bologna - Rimini  Cleofe Guardigli - CST- Università di Perugia - Assisi  Mara Manente - Ciset- Università di Venezia  Alberto Sessa - Scuola Internazionale di Studi Turistici - Roma  Lanfranco Senn - Università Bocconi - Milano
22 Maggio 2002	Il turismo della neve: condizioni per operare in un contesto competitivo  2^ Giornata di studio  Nell'intento di dare continuità alla riflessione avviata due anni prima, il Convegno è stato promosso dal CeSTIT e organizzato da ASCOM Bergamo, con il patrocinio della	Vi hanno partecipato esperti e operatori italiani e stranieri, con il coordinamento di Andrea Macchiavelli e Franco Brevini.

## Dossier Alta Formazione ad Astino

	Provincia.	
8-9 Ottobre 2004	<p>Il turismo montano tra continuità e cambiamento</p> <p>3^ Giornata di studio</p> <p>In questa occasione il convegno è stato organizzato in collaborazione con Alta Quota, rassegna fieristica del settore che si tiene annualmente alla Fiera di Bergamo</p>	Come nelle precedenti occasioni, dopo la relazione introduttiva di Andrea Macchiavelli, si sono succeduti interventi di esperti italiani e stranieri.
Febbraio 2001	Partecipazione alla BIT di Milano nell'ambito di un'area riservata alle proposte formative e di ricerca.	
Febbraio 2005	Partecipazione alla BIT di Milano nell'ambito dello stand dell'Università di Bergamo, per promuovere la formazione nel turismo.	
30 Novembre 2005	<p>Terminali mobili e turismo. Tattiche innovative nella comunicazione digitale</p> <p>Comunicazione di Roberto Peretta nell'ambito di un Seminario del Touring Club Italiano</p>	Roberto Peretta
25/26 Maggio 2006	<p>Cultural Heritage and Tourism: Assesment ad Orientations</p> <p>Riflessione di 2 giorni sul tema dell'Heritage e della sua gestione, con la partecipazione di un noto esponente olandese</p>	F. Schouten (Breda), R.Carpano, R.Albergoni, R.Ferlinghetti, C.Valsecchi, GL Costa, R.Bianchi, P.Venturini, E.Castagna, A.Pedroncelli, R.Peretta, A.Pezzano.S.Ghislotti, M.Meneguzzo, M.Negri.
22 Gennaio 2007	<p>I turisti low cost all'aeroporto di Orio al Serio: caratteristiche e comportamento di spesa</p> <p>Presentazione di una ricerca CeSTIT in collaborazione con la Presidenza della Provincia</p>	Bettoni V., I.Testa, Rondi T., Suardi R, Cinesi R., Alivernini A.
20 Novembre 2007	<p>Tecnologie digitali e turismo. A quali esigenze deve (può oggi) rispondere la tecnologia?</p> <p>Comunicazione di Roberto Peretta nell'ambito di un Seminario del Touring Club Italiano</p>	Roberto Peretta
16 aprile 2007	<p>The Destination Management: models and conditions</p> <p>Seminario di Studio al quale è stato invitato uno studioso norvegese, esperto del tema</p>	Arvid Flagestad
25 luglio 2007	<p>Osservatorio Turistico della Provincia di Bergamo. Rapporto annuale</p> <p>Il rapporto annuale è stato redatto con la collaborazione di alcuni studenti della Laurea specialistica e sotto la supervisione del Prof.Macchiavelli</p>	Andrea Macchiavelli, Manuela Rondi, Valerio Bettoni
26-27 ottobre	<p>Economia del lago: segni, sogni e prospettive</p> <p>Convegno promosso dal Circolo Ruffini di Lovere in</p>	Interventi di Ferlinghetti, Pagni e Francesca Conti. Collaborazione di Peretta e Bonadei



## Dossier Alta Formazione ad Astino

2007	collaborazione con CeSTIT e CST	
11-12 giugno 2008	Settimana alpina 2008 "Innovare (nel)le Alpi Iniziativa promossa da CIPRA, Convenzione delle Alpi e altri partners a l'Argentière (F) l'11-12 giugno 2008	Al Convegno è stato invitato Andrea Macchiavelli a tenere una relazione dal titolo "Ambivalenza dell'Innovazione: il turismo del XX secolo nell'arco alpino"
8-11 settembre 2008	Convegno annuale Aiest 2008 Convegno annuale tenutosi a Whistler in Canada per iniziativa dell' Association Internationale d'Experts Scientifiques du Tourisme (Aiest)	Al convegno Andrea Macchiavelli ha presentato un paper, in collaborazione con Lara Cinesi, ricercatrice CeSTIT, dal titolo "Low cost tourism and real estate demand"
8-9 ottobre 2008	Workshop "Clima e Turismo: quali prospettive per le Alpi? Costruzione di scenari di sostenibilità" Workshop ad inviti per un numero limitato di partecipanti, svoltosi a Bolzano per iniziativa di CIPRA e di EURAC reaserch	Al convegno è stato invitato Andrea Macchiavelli, direttore del CeSTIT
17 e 24 ottobre 2008	Acque: dolci e ospitali Nuove idee per il turismo sui laghi ai convegni di Tremezzo il 17 e di Lovero il 24 ottobre 2008,	Sono intervenuti - fra gli altri - con interventi: Rossana Bonadei, Ettore Castagna, Renato Ferlinghetti, Federica Frediani, Marco Sirtori.
15-16 novembre 2008	Workshop Ecomusei Si è tenuto a Bienno (Valle Canonica) il primo workshop degli Ecomusei, promosso dalla rete Ecomusei della Lombardia	Al convegno Andrea Macchia velli, direttore del CeSTIT ha tenuto una delle relazioni, accanto a Huges de Varine, padre-fondatore degli ecomusei, a Pina Sardella, vicepresidente ATR, a Marco Magnifico, direttore generale del FAI, e a Marco Vitale, economista d'impresa.
3 dicembre 2008	Intercultural Dialogue on European Awareness Si è tenuta in aula 4 Salvecchio la giornata su "Unione Europea e cittadinanza attiva: principi ed espressioni a sostegno del dialogo interculturale". Il tema è stato Comunicare l'Europa.	La giornata è stata organizzata in collaborazione con l'Unione Europea, la Regione Lombardia e il Polo Mediterraneo Jean Monnet Sono intervenuti studiosi, giornalisti e professionisti della comunicazione. Rossana Bonadei e Cosimo Notarstefano hanno coordinato le attività della giornata.
14 marzo 2009	A Salerno, FareTurismo Ha avuto luogo sabato 14 marzo a Salerno, nell'ambito della sesta edizione di FareTurismo, il quarto incontro dei presidenti dei Corsi di Laurea in Turismo	Ha partecipato Rossana Bonadei. Nel corso delle giornate è stata presentata anche l'attività del CeSTIT, in particolare della ricerca e delle attività convegnistiche. Sono inoltre state diffuse le pubblicazioni del CeSTIT e dei suoi membri
15 aprile 2009	Bossico (BG)- Forum del turismo A Bossico si è svolto il Forum del Turismo, per iniziativa della Provincia di Bergamo, in collaborazione con il comune di Tossico. Il direttore del CeSTIT ha tenuto la relazione principale.	
12 ottobre 2009	Milano - Il Sole 24 Ore Alla tavola rotonda su "La tecnologia al servizio dei nuovi obiettivi di efficienza del sistema alberghiero " promossa dal Sole 24 Ore nella propria sede di Via Montarosa Milano ha partecipato il direttore del CeSTIT, Andrea Macchiavelli	La tavola rotonda si è svolta nell'ambito del Convegno su "L'Uso delle Tecnologie nell'Ospitalità Alberghiera: Scenari e Modelli di Business"



## Dossier Alta Formazione ad Astino

23-24 ottobre 2009		La giornata del 23 è stata coordinata, per il CeSTIT da Lorenzo Canova
13-15 novembre 2009	Vercurago – Workshop Ecomusei  Si è tenuto presso l'Ecomuseo della Valle San Martino il 2° Workshop degli Ecomusei promosso dalla Rete Ecomusei Lombardi al quale hanno partecipato più esponenti del CeSTIT	Andrea Macchiavelli ha coordinato la tavola Rotonda dal titolo "Da Biennio 2008 a Vercurago 2009 - Dal turismo consumistico al turismo consapevole: quale turismo per quali Ecomusei" alla conclusione della quale è intervenuto il Ministro del Turismo, Michela Vittoria Brambilla.  Rossana Bonadei ha presentato la progettualità didattica sul tema degli Ecomusei, nella quale l'Università di Bergamo è attivamente impegnata.
3 dicembre 2009	Seminario mobilità e low cost – Bergamo  Organizzato dal Cestit in collaborazione con il Comune di Bergamo, si è svolto presso l'Urban Center il Seminario su "La mobilità, l'aeroporto, il turismo: è tutto low cost?"	Al Seminario sono intervenuti i docenti del CeSTIT, Rossana Bonadei, Roberta Garibaldi, Andrea Macchiavelli e Roberto Peretta, il Rettore dell'Università di Bergamo, Stefano Paleari, la Coordinatrice del Corso di Laurea di PGST, Emanuela Casti, i Direttori di Confindustria e di Confcommercio, il Direttore finanziario di SACBO e i professori Baccelli e Baggio dell'Università Bocconi.
11 dicembre 2009	Seminario Urban Center  Nel quadro della collaborazione con il Comune di Bergamo, si è svolto all'Urban Center, per iniziativa del CeSTIT e con la collaborazione di Actanet, il seminario "Luoghi e spazi della creatività: Politiche, strumenti e modalità cooperative"	Il Seminario è stato coordinato, per il CeSTIT da Lorenzo Canova ed è stato sviluppato con la metodologia partecipativa creativa OST. Hanno portato le loro esperienze: Tommaso Fabbri, Alberto Cottica, Laura Tommaselli.
14 Novembre 2010	Media Pianura Lombarda. Identità culturale e valorizzazione turistica  Dal 2009 il direttore del CeSTIT partecipa, su mandato del Rettore dell'Università di Bergamo al comitato scientifico dell'associazione Pianura da Scoprire, con sede a Treviglio, finalizzata alla promozione turistica del territorio della media pianura lombarda. In questa veste ha tenuto una relazione al primo Convegno	Relazione di Andrea Macchiavelli
29 Novembre 2010	Seminario Urban Center  <i>Facebook in Tourism. Social network e territori turistici. Esperienze turistiche</i>	Il seminario è stato proposto dal Cestit, in collaborazione con il Comune, la Provincia di Bergamo e Turismo Bergamo. E' stato coordinato da Roberta Garibaldi e Roberto Peretta. Hanno portato le loro esperienze: Luisa Mich, Alessandro Inversini, Andrea Rossi.
4 aprile 2011	Il turismo degli anni 2010	Claude Origet du Cluzeau, consulente del Governo Francese, introdotta da Andrea Macchiavelli
6 Giugno 2011	Seminario sulla ricerca turistica negli Atenei italiani  Ospitato dal CeSTIT presso la sala riunioni della Facoltà di Lingue e L.S.	Il seminario è stato proposto da Rossana Bonadei in qualità di responsabile ricerca della SISTUR e sono stati invitati tutti i membri della Commissione ricerca della Sistur, oltre ai membri del CeSTIT
12 dicembre 2011	La web reputation delle destinazioni turistiche	Luisa MICH con l'introduzione di Roberto Peretta



30 Marzo 2012	Seminario di studio: "Il turismo internazionale dall'aeroporto di Orio al Serio. Analisi e prospettive" Urban Center	<p>Iniziativa promossa in collaborazione con la Provincia di Bergamo, in occasione della presentazione di un Rapporto di analisi sulle caratteristiche e le dinamiche dei turisti in arrivo all'aeroporto di Orio e sulle implicazioni per il territorio bergamasco.</p> <p>Hanno partecipato Il Rettore, prof. Paleari, il Presidente della Provincia, Ettore Pirovano, il Presidente di Sacbo, Miro Radici.</p> <p>La presentazione dello studio CeSTIT è stata effettuata da Andrea Macchiavelli</p>
18 Aprile 2012	Nell'ambito di Unibergamorete il CeSTIT ha proposto un seminario dal titolo. "Profili di turismo in territorio bergamasco"	<p>Introdotte da Rossana Bonadei si sono succedute relazioni attinenti a studi ed analisi in ambito turistico in corso per conto di alcuni committenti locali e non. In particolare sono stati presentati:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- I risultati di un'analisi sui partecipanti al Bergamo Film Festival (Lorenzo Canova in collaborazione con l'Associazione Bergamo Film Meeting)</li> <li>- Uno studio sulla Bergamo Card (Roberta Garibaldi in collaborazione con il Comune di Bergamo)</li> <li>- Un'analisi sui giovani lombardi e il rapporto con la Montagna (Silvia Biffignandi in collaborazione con ERSAV-Regione Lombardia)</li> <li>- Uno studio sui turisti all'aeroporto di Orio (Andrea Macchiavelli in collaborazione con la Provincia di Bergamo)</li> </ul>
4 Maggio 2012	In collaborazione con il Comune di Bergamo, presentazione del rapporto "I visitatori degli uffici di accoglienza turistica della città di Bergamo."	Con l'introduzione del Sindaco, è stata presentata presso l'Urban Centre l'analisi effettuata su un nutrito campione di visitatori che si sono recati presso gli uffici di accoglienza turistica della città. La presentazione è stata effettuata da Roberta Garibaldi.
15-16 novembre 2012	In collaborazione con la Società Italiana di Studi Turistici (SISTUR) e l'Associazione Città d'Arte della Pianura Padana e il Comune di Bergamo si è svolto il Convegno Internazionale su "Il Turismo culturale europeo: prospettive verso il 2020"	<p>Ospitato nella sala Funi della Banca Popolare di Bergamo, il Convegno ha visto nella prima giornata il succedersi delle relazioni di studiosi provenienti da molte Università Italiane, introdotti da tre keynote speaker: Will Munster (Zuyd University - NL) su "Lo sviluppo del Turismo Culturale in Europa"</p> <p>-Claude Origet du Cluzeau (F) su "Il turista culturale verso il 2020" e Terry Stevens (GB) su "Reati contro il consumatore: riproduzione seriale e necessità di innovazione per lo sviluppo futuro del turismo culturale nelle destinazioni"</p> <p>Il convegno è stato introdotto, dal Sindaco e dal Presidente Associazione città d'arte della Pianura Padana ed è stato concluso dal Rettore.</p>
13- 14 marzo 2014	L' Università degli studi di Bergamo, il Comune di Bergamo e il Circuito Città d'Arte della Pianura Padana promuovono e organizzano il convegno internazionale:	Il convegno, tenutosi presso l'Università di Bergamo, con il supporto scientifico del CeSTIT (Centro Studi sul Turismo e l'Interpretazione del Territorio dell'Università di Bergamo) e il patrocinio di SISTUR (Società Italiana di

	<b>"Città ri-visitate. Nuove idee e forme del turismo culturale"</b>	Scienze del Turismo) e Ifitt Italy (International Federation for Information Technologies in Travel and Tourism, Italian Chapter), affronta il tema delle nuove pratiche del turismo culturale urbano e delle implicazioni che queste determinano sul territorio. Una sessione dedicata ad EXPO 2015: gli assessori al turismo delle città della Pianura Padana presentano le strategie adottate in funzione del grande evento.
<b>11 dicembre 2015</b>	<b>L'Università degli studi di Bergamo, il Comune di Bergamo e il Circuito Città d'Arte della Pianura Padana promuovono e organizzano il convegno internazionale: "Città d'arte e cibo ad arte"</b>	Il convegno, avente sede l'Università di Bergamo, con il supporto scientifico del CeSTIT (Centro Studi sul Turismo e l'Interpretazione del Territorio dell'Università di Bergamo) e il patrocinio della Commissione Europea, di SISTUR (Società Italiana di Scienze del Turismo), Ifitt Italy (International Federation for Information Technologies in Travel and Tourism, Italian Chapter), e della Lombardia Orientale Regione Europea della Gastronomia 2017, affronta il tema dell'enogastronomia, che può ormai essere considerata un fatto culturale, ed analizza il comportamento dei turisti enogastro-culturali. Tramite il confronto con attori internazionali, il convegno offre un'opportunità di confronto sulla situazione attuale e sulle sfide di questo segmento turistico emergente quanto a conoscenza, tendenze dei consumatori, gestione dello sviluppo degli eventi e comunicazione.



## ALLEGATO - CURRICULUM VITAE ROBERTA GARIBALDI

### INFORMAZIONI PERSONALI

Roberta Garibaldi

[roberta.garibaldi@unibg.it](mailto:roberta.garibaldi@unibg.it)

### POSIZIONI RICOPERTE

- Professore aggregato per gli insegnamenti di Marketing ed Economia e gestione imprese turistiche, settore SECS P08, Economia e gestione delle imprese presso l'Università degli studi di Bergamo
- Direttore del Cestit - Centro di Studi sul turismo e interpretazione del territorio dell'Università degli studi di Bergamo
- Research partner dell'Osservatorio CORES su consumi, reti e pratiche di economie sostenibili dell'Università degli studi di Bergamo
- Delegato per la Lombardia per la Sistor - Società Italiana di Scienze del Turismo
- Membro Atlas - Association for Tourism and Leisure Education
- Membro Aiest - Association Internationale d'Experts Scientifiques du Tourisme
- Associate partner dell'advisory board della School of Hospitality and Tourism Management dell'Università del Surrey, Regno Unito
- Membro del comitato editoriale Collana Quaderni di viaggi e turismo del CeSTIT - Centro Studi sul turismo e interpretazione del territorio dell'Università degli studi di Bergamo
- European Region of Gastronomy, delegata per l'Italia
- Direttore della collana di turismo "Nuovi orizzonti" del Centro Studi sul turismo ed interpretazione del territorio dell'Università di Bergamo, edita da Franco Angeli editore

### ISTRUZIONE E FORMAZIONE

- Luglio 1988 - Liceo scientifico E. Fermi

Diploma maturità scientifica

- 1993 - Università degli Studi di Bergamo

Laurea in Economia e Commercio con una tesi in marketing dal titolo: "Comunicazione integrata d'impresa: situazione e prospettive"

- 1994/1995 - Università Commerciale L. Bocconi di Milano

Corso di perfezionamento in "Borse valori e altri mercati regolamentati"

- Ottobre 1997 - SDA Bocconi, Milano

### Corso "Marketing turistico"

- Ottobre 1999/Maggio 2000 - Università Commerciale L. Bocconi di Milano

### Corso "Apprendere come insegnare" 1° e 2° livello

- Gennaio 2000/Maggio 2000 - SDA Bocconi Milano

### Corso "Fare formazione"

### LINGUE STRANIERE

- Inglese
- Capacità di lettura: buona; Capacità di scrittura: buona; Capacità di espressione orale: buona, *perfezionata* in corsi per stranieri presso: - Wall Street Institute, Bergamo, I, 2004; - London School, Londra, GB, 2001; - University of California San Diego, USA, 1988; - University of Cambridge, Cambridge, GB, 1985; - University of Reading, Reading, GB, 1984; - Institute of Saint Marcellina, Londra, GB, 1983

### ATTIVITA' DIDATTICA PRESSO ATENEI

- A.A. 1993 - 1994: Università degli Studi di Bergamo, Facoltà di Economia e Commercio, Corso "Tecnica Industriale e Commerciale" (tit. Prof. Alberto Dessy), cultore della materia, collaboratore didattico e tutoring
- A.A. 1994 - 1995: Università degli Studi di Bergamo, Facoltà di Economia e Commercio, Corso "Tecnica Industriale e Commerciale" (tit. Prof. Alberto Dessy), cultore della materia, collaboratore didattico e tutoring
- A.A. 1995 - 1996: Università degli Studi di Bergamo, Facoltà di Economia e Commercio, Corso "Economia e gestione delle imprese industriali" (tit. Prof. Alberto Dessy), Cultore della materia, collaboratore didattico e tutoring
- A.A. 1996 - 1997: Università degli Studi di Bergamo, Facoltà di Economia e Commercio, Corso "Organizzazione delle aziende industriali" (tit. Prof. Rossella Dal Maso), Cultore della materia, collaboratore didattico e tutoring
- A.A. 1996-1997: Università degli Studi di Bergamo, Facoltà di Lingue e Letterature Straniere, Corso "Economia dell'arte e della cultura" (tit. Prof. Andrea Macchiavelli), Collaboratore didattico e cultore della materia
- A.A. 1997- 1998: Università degli Studi di Bergamo, Facoltà di Economia e Commercio, Corso "Organizzazione delle aziende industriali" (tit. Prof. Rossella Dal Maso), Cultore della materia, collaboratore didattico e tutoring
- A.A. 1997-1998: Università degli Studi di Bergamo, Facoltà di Lingue e Letterature Straniere, Corso "Economia dell'arte e della cultura" (tit. Prof. Andrea Macchiavelli), Collaboratore didattico e cultore della materia
- A.A. 1997-1998: Università degli Studi di Bergamo, Facoltà di Lingue e Letterature Straniere, Corso "Economia e gestione delle imprese turistiche" (tit. Prof. Andrea Macchiavelli), Collaboratore didattico e cultore della materia
- A.A. 1998-1999: Università degli Studi di Bergamo, Facoltà di Lingue e Letterature Straniere, Corso "Economia dell'arte e della cultura" (tit. Prof. Andrea Macchiavelli), Collaboratore didattico e cultore della materia
- A.A. 1998-1999: Università degli Studi di Bergamo, Facoltà di Lingue e Letterature Straniere, Corso "Economia e gestione delle imprese turistiche" (tit. Prof. Andrea Macchiavelli), Collaboratore didattico e cultore della materia
- A.A. 1998-1999: Università degli Studi di Bergamo, Facoltà di Lingue e Letterature Straniere, Corso di perfezionamento "Mediazione culturale e gestione del turismo", Docenza
- A.A. 1998-1999: Università degli Studi di Torino, Diploma in Economia e gestione delle imprese turistiche (tit. Prof. Alessandro Magnanensi), Corso di "Psicologia della comunicazione", Collaboratore didattico e cultore della materia



- A.A. 1999-2000: Università degli Studi di Bergamo, Facoltà di Lingue e Letterature Straniere, Corso "Economia dell'arte e della cultura" (tit. Prof. Andrea Macchiavelli), Collaboratore didattico e cultore della materia
- A.A. 1999-2000: Università degli Studi di Bergamo, Facoltà di Lingue e Letterature Straniere, Corso "Economia e gestione delle imprese turistiche" (tit. Prof. Andrea Macchiavelli), Collaboratore didattico e cultore della materia
- A.A. 1999-2000: Università degli Studi di Bergamo, Facoltà di Lingue e Letterature Straniere, Corso di perfezionamento "Mediazione culturale e gestione del turismo", Docenza
- A.A. 1999-2000: Università degli Studi di Torino, Diploma in Economia e gestione delle imprese turistiche (tit. Prof. Alessandro Magnanensi), Corso di "Psicologia della comunicazione", Collaboratore didattico e cultore della materia
- A.A. 2000-2001: Università degli Studi di Bergamo, Facoltà di Lingue e Letterature Straniere, Corso "Economia e gestione delle imprese turistiche" (tit. Prof. Andrea Macchiavelli), Collaboratore didattico e cultore della materia
- A.A. 2000-2001: Università degli Studi di Bergamo, Facoltà di Lingue e Letterature Straniere, Corso "Economia dell'arte e della cultura" (tit. Prof. Andrea Macchiavelli), Collaboratore didattico e cultore della materia
- A.A. 2000-2001: Università degli Studi di Bergamo, Facoltà di Lingue e Letterature Straniere, Corso di perfezionamento "Mediazione culturale e gestione del turismo", Docenza
- A.A. 2001-2002: Università degli Studi di Bergamo, Facoltà di Lingue e Letterature Straniere, Corso "Economia dell'arte e della cultura" (tit. Prof. Andrea Macchiavelli), Collaboratore didattico e cultore della materia
- A.A. 2001-2002: Università degli Studi di Bergamo, Facoltà di Lingue e Letterature Straniere, Corso "Economia e gestione delle imprese turistiche" (tit. Prof. Andrea Macchiavelli), Collaboratore didattico e cultore della materia
- A.A. 2001-2002: Università degli Studi di Bergamo, Facoltà di Lingue e Letterature Straniere, Corso di perfezionamento "Mediazione culturale e gestione del turismo", Docenza
- Settembre 2002: Fondazione CUOA, Vicenza, Corso "consulente turistico e culturale", Docenza di marketing turistico
- Ottobre 2002: Università Pablo Olavide di Siviglia, Seminario: Turismo Sostenibile y Desarrollo Local, Coordinamento dell'area economico aziendale del corso di formazione organizzato per studenti dell'Università di Siviglia sui temi del turismo sostenibile
- A.A. 2002-2003: Università degli Studi di Bergamo, Facoltà di Lingue e Letterature Straniere, Corso di perfezionamento "Mediazione culturale e gestione del turismo", Docenza
- A.A. 2003-2004: Università degli Studi di Bergamo, Facoltà di Lingue e Letterature Straniere, Corso "Economia e gestione delle imprese turistiche", Titolare di cattedra
- A.A. 2003-2004: Università degli Studi di Bergamo, Facoltà di Lingue e Letterature Straniere, Corso di perfezionamento "Mediazione culturale e gestione del turismo", Docenza
- A.A. 2004-2005: Università degli Studi di Bergamo, Corso di formazione "Leonardo da Vinci" Progetto TECXT Italia "Tourism Environment and cultural Exchange Trainings", Docenza
- A.A. 2004-2005: Università degli Studi di Bergamo, Facoltà di Lingue e Letterature Straniere, Corso "Economia e gestione delle imprese turistiche", Titolare di cattedra
- A.A. 2004-2005: Università degli Studi di Bergamo, Facoltà di Lingue e Letterature Straniere, Corso di perfezionamento "Mediazione culturale e gestione del turismo", Docenza
- A.A. 2004-2005: Università Statale di Milano, Facoltà di Lettere e Filosofia, laurea magistrale in Scienze umane dell'ambiente, del territorio e del paesaggio, Corso "Economia delle organizzazioni", Titolare di cattedra
- A.A. 2005-2006: Università degli Studi di Bergamo, Corso di formazione "Leonardo da Vinci" Progetto TECXT Italia "Tourism Environment and cultural Exchange Trainings", Docenza
- A.A. 2005-2006: Università Statale di Milano, Facoltà di Lettere e Filosofia, laurea magistrale in Scienze umane dell'ambiente, del territorio e del paesaggio, Corso "Economia delle organizzazioni", Titolare di cattedra
- A.A. 2005-2006: Università degli Studi di Bergamo, Facoltà di Lingue e Letterature Straniere, Corso "Economia e gestione delle imprese turistiche", Titolare di cattedra
- A.A. 2006-2007: Università degli Studi di Bergamo, Corso di formazione "Leonardo da Vinci" Progetto TECXT Italia "Tourism Environment and cultural Exchange Trainings", Docenza



- A.A. 2006-2007: Università Statale di Milano, Facoltà di Lettere e Filosofia, laurea magistrale in Scienze umane dell'ambiente, del territorio e del paesaggio, Corso "Economia delle organizzazioni", Titolare di cattedra
- A.A. 2006-2007: Università degli Studi di Bergamo, Facoltà di Lingue e Letterature Straniere, Corso "Economia e gestione delle imprese turistiche", Titolare di cattedra
- A.A. 2006-2007: Università Statale di Milano, Facoltà di Lettere e Filosofia, laurea magistrale in Scienze umane dell'ambiente, del territorio e del paesaggio, Corso "Marketing turistico e territoriale", Titolare di cattedra
- A.A. 2007-2008: Università degli Studi di Bergamo, Corso di formazione "Leonardo da Vinci" Progetto TECXT Italia "Tourism Environment and cultural Exchange Trainings", Docenza
- A.A. 2007-2008: Università degli Studi di Bergamo, Facoltà di Lingue e Letterature Straniere, Corso "Economia e gestione delle imprese turistiche", Titolare di cattedra
- A.A. 2007-2008: Università degli Studi di Bergamo, Facoltà di Lingue e Letterature Straniere, Corso "Marketing", Professore aggregato
- A.A. 2007-2008: Università Statale di Milano, Facoltà di Lettere e Filosofia, laurea magistrale in Scienze umane dell'ambiente, del territorio e del paesaggio, Corso "Economia delle organizzazioni", Titolare di cattedra
- A.A. 2007-2008: Università Statale di Milano, Facoltà di Lettere e Filosofia, laurea magistrale in Scienze umane dell'ambiente, del territorio e del paesaggio, Corso "Marketing turistico e territoriale", Titolare di cattedra
- A.A. 2008-2009: Università degli Studi di Bergamo, Facoltà di Lingue e Letterature Straniere, Corso "Economia e gestione delle imprese turistiche", Titolare di cattedra
- A.A. 2008-2009: Università degli Studi di Bergamo, Facoltà di Lingue e Letterature Straniere, Corso "Marketing", Professore aggregato
- A.A. 2008-2009: Università Statale di Milano, Facoltà di Lettere e Filosofia, laurea magistrale in Scienze umane dell'ambiente, del territorio e del paesaggio, Corso "Marketing turistico e territoriale", Titolare di cattedra
- A.A. 2009-2010: Università degli Studi di Bergamo, Facoltà di Lingue e Letterature Straniere, Corso "Marketing", Professore aggregato
- A.A. 2009-2010: Università degli Studi di Bergamo, Facoltà di Lingue e Letterature Straniere, Corso "Marketing turistico", Professore aggregato
- A.A. 2009-2010: Università Statale di Milano, Facoltà di Lettere e Filosofia, laurea magistrale in Scienze umane dell'ambiente, del territorio e del paesaggio, Corso "Marketing turistico e territoriale", Titolare di cattedra
- A.A. 2010-2011: Università degli Studi di Bergamo, Facoltà di Lingue e Letterature Straniere, Corso "Marketing", Professore aggregato
- A.A. 2010-2011: Università degli Studi di Bergamo, Facoltà di Lingue e Letterature Straniere, Corso "Marketing turistico", Professore aggregato
- A.A. 2011-2012: Università degli Studi di Bergamo, Facoltà di Lingue e Letterature Straniere, Corso "Marketing", Professore aggregato
- A.A. 2011-2012: Università degli Studi di Bergamo, Facoltà di Lingue e Letterature Straniere, Corso "Marketing turistico", Professore aggregato
- A.A. 2011-2012: Università degli Studi di Bergamo, Facoltà di Lingue e Letterature Straniere, Corso "Business Marketing", Responsabile del corso, visiting professor Peter Keller
- A.A. 2011-2012: Università degli Studi di Bergamo, Facoltà di Lingue e Letterature Straniere, Corso "Tourism Marketing Management", Responsabile del corso, visiting professor Terry Stevens
- A.A. 2012-2013: Università degli Studi di Bergamo, Facoltà di Lingue e Letterature Straniere, membro Commissione giudicatrice per il conferimento di n. 1 assegno di ricerca sc 10/L1 - ssd L-LIN/10
- A.A. 2012-2013: Università degli Studi di Bergamo, Facoltà di Lingue e Letterature Straniere, membro commissione giudicatrice per il conferimento di n. 1 assegno per il progetto di ricerca denominato ITALY@ - Azione Giovani in Ricerca anno 2013
- A.A. 2013-2014: Università degli Studi di Bergamo, Facoltà di Lingue e Letterature Straniere, Corso "Business and Marketing", Responsabile del corso, visiting professor Greg Richards
- A.A. 2013-2014: Università degli Studi di Bergamo, Facoltà di Lingue e Letterature Straniere, Corso "Marketing", Professore aggregato
- A.A. 2013-2014: Università degli Studi di Bergamo, Facoltà di Lingue e Letterature Straniere, Corso "Marketing turistico", Professore aggregato



## Dossier Alta Formazione ad Astino

- A.A. 2014-2015: Università degli Studi di Bergamo, Facoltà di Lingue e Letterature Straniere, Corso "Business and Marketing", Responsabile del corso, visiting professor Greg Richards
- A.A. 2014-2015: Università degli Studi di Bergamo, Facoltà di Lingue e Letterature Straniere, Corso "Marketing", Professore aggregato
- A.A. 2014-2015: Università degli Studi di Bergamo, Facoltà di Lingue e Letterature Straniere, Corso "Marketing turistico", Professore aggregato

### ATTIVITA' DIDATTICA PRESSO ALTRI CENTRI

- 1997: C.R.I.F.U., Milano, Corso "Didattica per la cultura" e "Orientatore e informatore settore scuola e formazione", Docenza
- 1997: C.R.I.F.U., Milano, Corso FSE "Orientatore e informatore settore scuola e formazione", Tutoraggio e docenza
- 1997: Istituto Tecnico Superiore Statale Betti Ambiveri, Ponte S. Pietro (Bg), Materie economico-aziendali, Insegnamento in qualità di supplente
- 1997: Università della Terza Età, Milano, Corso "Esperto in didattica della cultura", Docenza
- 1998: Cediss, Palazzago (Bg), Corso "Guida controllo e motivazione dei collaboratori", Docenza
- 1998: Cediss, Palazzago (Bg), Corso per Sinnea "Formazione struttura associativa - sviluppo di competenze manageriali", Docenza
- 1998: Cefris, Milano, Corso "Gestione del personale" e "Tecniche dell'organizzazione e della gestione alberghiera", Docenza
- 1998: Comunità Sol.co., Boario Terme (Bs), Progetto ADAPT Turismo, Docenza
- 1998: Cooperativa Sociale Il Cantiere, Bergamo, Corso "Management per l'impresa sociale", Docenza
- 1998: Fondazione Clerici, Milano, Corso per operatori turistici, Docenza
- 1998: ISFOA, Potenza, Master per "manager dei Sistemi Locali di Offerta del turismo culturale e ambientale", Docenza
- 1998: Lega delle cooperative, Rimini, Corso "La customer satisfaction per i dipendenti delle cooperative", Docenza
- 1999: Banca Popolare di Intra, Corsi di formazione all'intera struttura (dai vice direttori generali agli operatori di sportello) nell'ambito dello sviluppo organizzativo, Docenza
- 1999: Bergamo Formazione, Bergamo, Corso "2000 e oltre...: esperto nell'organizzazione dell'accoglienza turistica", Docenza
- 1999: Bergamo Formazione, Bergamo, Corsi "Albero dei valori", "Il mercato, i consumatori, le strategie" e "Qualità dell'accoglienza e della vendita", Docenza
- 1999: Bergamo Formazione, Bergamo, Corso "Come ottimizzare il rapporto con la clientela", Docenza
- 1999: Bergamo Formazione, Bergamo, Progetto Leader II Corso "Formazione di operatori occupati dell'accoglienza e del turismo gastronomico, rurale, naturalistico e culturale e degli operatori della filiera del latte per la fase di commercializzazione: guida turistica della valle", Docenza
- 1999: Bergamo Formazione, Bergamo, Progetto Leader II Corso "Formazione di operatori occupati dell'accoglienza e del turismo gastronomico, rurale, naturalistico e culturale e degli operatori della filiera del latte per la fase di commercializzazione: impresa e mercato competitivo", Docenza
- 1999: Cediss Sas, Corsi "Sviluppo e persona", Docenza
- 1999: Celit, Pavia, Corso "Corso per addetti alle vendite", Docenza
- 1999: Corso "Tecnico per la gestione dei parchi - operatore in promozione di prodotti ecologici", Docenza
- 1999: Fondazione Clerici, Milano, Corso regionale "2000 e oltre - Bed & Breakfast"
- 1999: Sinnea International, Bologna, Corso per Lega Nazionale delle cooperative e mutue "Formazione struttura associativa - sviluppo di competenze manageriali", Docenza
- 2000: Banca Popolare di Intra, Corsi di formazione all'intera struttura (dai vice direttori generali agli operatori di sportello) nell'ambito dello sviluppo organizzativo, Docenza
- 2000: CE.SVI.P., Piacenza, Corso "Fare impresa nel settore del turismo", Docenza
- 2000: Fondazione Luigi Clerici, Milano, Corso "Operatore commerciale import/export da e verso l'area UE e i paesi extracomunitari", Docenza
- 2000: Sinnea, Bologna, Corso "Esperto in organizzazione e gestione di servizi per l'accoglienza turistica", Docenza
- 2001: Confesercenti, Bergamo, Corso "Gestione dei collaboratori", Docenza
- 2001: Confesercenti, Bergamo, Corsi "Marketing e tecniche di vendita", Docenza

## Dossier Alta Formazione ad Astino

- 2001: Progetto Uomo, Banca Popolare di Intra, Corsi di formazione all'intera struttura organizzativa, Docenza
- 2001-2002: Unione Agricoltori, Milano, Corso di formazione professionale "Creazione, sviluppo e gestione del turismo enogastronomico", Docenza
- 2002: Azienda di Promozione Turistica, Bergamo, Corso "La promozione di un territorio", Docenza
- 2002: Banca Popolare di Bergamo, Corso di formazione "Impostare e condurre il gioco di squadra", Docenza
- 2002: Confesercenti, Bergamo, Corso "Comunicazione telefonica", Docenza
- 2002: Confesercenti, Bergamo, Corso "Esperto di marketing e sviluppo commerciale per le imprese che erogano servizi", Docenza
- 2002: Confesercenti, Bergamo, Corso "Gestione collaboratori", Docenza
- 2002: Confesercenti, Bergamo, Corso "Gestione del tempo" e "Marketing dei servizi", Docenza
- 2002: Confesercenti, Bergamo, Corso "Tecniche di vendita", Docenza
- 2002: Confesercenti, Bergamo, Corso "Teleselling", Docenza
- 2002: Confesercenti, Bergamo, Corsi REC, Docenza
- 2002: EFESO, Bologna, Corso "Efeso", Docenza
- 2002: Enaip, Bergamo, Corso di "Tecnico superiore" per futuri operatori di agenzie di viaggio, Docenza
- 2002: Kuoni Gastaldi Tours, Milano, Corso "Tecniche di Vendita" e Corso "comunicazione telefonica", Docenza
- 2002: Reale Mutua Assicurazioni, Milano, Corso "Tecniche di vendita per le gestioni patrimoniali", Docenza
- 2003: Confesercenti, Bergamo, Corso Public Speaking, Docenza
- 2003: Confesercenti, Bergamo, Corso "Tecniche di vendita e qualità del servizio nelle imprese commerciali", Docenza
- 2003: Confesercenti, Bergamo, Corsi REC, Docenza
- 2003: Global Management, Bergamo, Corso "Riqualificazione professionale del gioielliere", Docenza
- 2003: Multimediamente, Milano, "Financial Planner: esperto/a per lo sviluppo di clientela nel settore finanziario e previdenziale", Docenza
- 2003: Provincia di Bergamo, Bergamo, Corso per operatori turistici della montagna, Docenza
- 2004: Agenzie Winterhur Moretti, Sam e Orlando Albani di Bergamo, Corso "Formazione informatica e comportamentale per il personale femminile assicurativo", Docenza
- 2004: Comservizi, Bergamo, Corsi di formazione "Customer Satisfaction", Docenza
- 2004: Comuni di San Pellegrino Terme, San Giovanni Bianco e Serina (Bg), Corso Fse D2 "La cultura del servizio al cliente per la pubblica amministrazione", Docenza
- 2004: Confesercenti, Bergamo, Corso "Formazione professionale abilitante all'attività di somministrazione e bevande e al commercio di prodotti alimentari", Docenza
- 2004: Confesercenti, Bergamo, Corso REC, Docenza
- 2005: Seek & Partners, Pordenone, Corso "Crescita professionale per i dipendenti di consulenti del lavoro", Docenza
- 2006: Seek & Partners, Pordenone, Corso "Crescita professionale per i dipendenti di consulenti del lavoro", Docenza

### COORDINAMENTO DI INIZIATIVE IN CAMPO DIDATTICO E SCIENTIFICO PRESSO ATENEI

- 1998: Università degli Studi di Bergamo, Facoltà di Lingue e Letterature Straniere, Corso di perfezionamento post-laurea "Mediazione culturale e gestione del turismo", Coordinamento area economico-aziendale
- 1999: Università degli Studi di Bergamo, Corso di formazione permanente "Alla scoperta di Bergamo e provincia. Corso per guide turistiche e non....", Progettazione e coordinamento, direzione di un'edizione del corso per la formazione di nuove guide turistiche per la Provincia di Bergamo
- 1999: Università degli Studi di Bergamo, Facoltà di Lingue e Letterature Straniere, Corso di perfezionamento post-laurea "Mediazione culturale e gestione del turismo", Coordinamento area economico-aziendale
- 2000: Università degli Studi di Bergamo, Corso di formazione permanente "Alla scoperta di Bergamo e provincia. Corso per guide turistiche e non....", Progettazione e coordinamento, direzione di un'edizione del corso per la formazione di nuove guide turistiche per la Provincia di Bergamo



- 2000: Università degli Studi di Bergamo, Facoltà di Lingue e Letterature Straniere, Ciclo di seminari "Turismo e culture del territorio", Coordinamento dei 4 seminari sui temi delle terme, turismo industriale, musei etnografici e grandi eventi
- 2000: Università degli Studi di Bergamo, Facoltà di Lingue e Letterature Straniere, Corso di perfezionamento post-laurea "Mediazione culturale e gestione del turismo", Coordinamento area economico-aziendale
- 2000: Università degli Studi di Bergamo, Facoltà di Lingue e Letterature Straniere, Corso di storia dell'arte per guide turistiche, Direzione e progettazione
- 2001: Università degli Studi di Bergamo, Corso di formazione permanente "Alla scoperta di Bergamo e provincia. Corso per guide turistiche e non....", Progettazione e coordinamento, direzione di un'edizione del corso per la formazione di nuove guide turistiche per la Provincia di Bergamo
- 2001: Università degli Studi di Bergamo, Corso "Web manager PMI", Progettazione del corso di formazione superiore
- 2001: Università degli Studi di Bergamo, Facoltà di Lingue e Letterature Straniere, Corso "Promotore turistico culturale", Progettazione del corso di formazione superiore
- 2001: Università degli Studi di Bergamo, Facoltà di Lingue e Letterature Straniere, Corso "Turismo e internet", Progettazione del corso di formazione superiore
- 2001: Università degli Studi di Bergamo, Facoltà di Lingue e Letterature Straniere, Corso di perfezionamento post-laurea "Mediazione culturale e gestione del turismo", Coordinamento area economico-aziendale
- 2001: Università degli Studi di Bergamo, Facoltà di Lingue e Letterature Straniere, Seminario internazionale "European Heritage Interpretation", Coordinamento
- 2002: Università degli Studi di Bergamo, Corso di formazione permanente "Alla scoperta di Bergamo e provincia. Corso per guide turistiche e non....", Progettazione e coordinamento, direzione di un'edizione del corso per la formazione di nuove guide turistiche per la Provincia di Bergamo
- 2002: Università degli Studi di Bergamo, Facoltà di Lingue e Letterature Straniere, Corso di perfezionamento post-laurea "Mediazione culturale e gestione del turismo", Coordinamento area economico-aziendale
- 2002: Università degli Studi di Bergamo in collaborazione con Ascom, Provincia di Bergamo e Camera di Commercio, Giornata di studio "Il turismo della neve: condizioni per operare in un contesto competitivo", Coordinamento
- A.A. 2002/2003: Università degli Studi di Bergamo, Cestit - Centro Studi sul turismo, Corso "Winter mountain management - Corso di formazione per operatori delle stazioni alpine ed invernali", Progettazione.
- A.A.2002/2003: Università degli Studi di Bergamo, Progetto "Formazione alla cultura turistica", Coordinamento viaggio di formazione a Zillertal - Tirolo - Austria da parte di assessori ed operatori turistici della provincia di Bergamo
- 2003: Università degli Studi di Bergamo, Corso di formazione permanente "Alla scoperta di Bergamo e provincia. Corso per guide turistiche e non....", Progettazione e coordinamento, direzione di un'edizione del corso per la formazione di nuove guide turistiche per la Provincia di Bergamo
- 2003: Università degli Studi di Bergamo, Facoltà di Lingue e Letterature Straniere, Corso di perfezionamento post-laurea "Mediazione culturale e gestione del turismo", Coordinamento area economico-aziendale
- 2004: Università degli Studi di Bergamo, Corso di formazione permanente "Alla scoperta di Bergamo e provincia. Corso per guide turistiche e non....", Progettazione e coordinamento, direzione di un'edizione del corso per la formazione di nuove guide turistiche per la Provincia di Bergamo
- 2004: Università degli Studi di Bergamo, Corso di preparazione psico-pedagogica per i partecipanti al Progetto Leonardo da Vinci "TECXT Italia - Tourism Environment and cultural Exchange Trainings", Direzione e progettazione del corso rivolto agli studenti della laurea specialistica
- 2004: Università degli Studi di Bergamo, Facoltà di Lingue e Letterature Straniere, Corso di perfezionamento post-laurea "Mediazione culturale e gestione del turismo", Coordinamento area economico-aziendale
- 2005: Università degli Studi di Bergamo, Corso di preparazione psico-pedagogica per i partecipanti al Progetto Leonardo da Vinci "TECXT Italia - Tourism Environment and cultural Exchange Trainings". Direzione e progettazione del corso rivolto agli studenti della laurea specialistica
- 2005: Università degli Studi di Bergamo, Facoltà di Lingue e Letterature Straniere, Corso di perfezionamento post-laurea "Mediazione culturale e gestione del turismo", Coordinamento area economico-aziendale (sette edizioni)

## Dossier Alta Formazione ad Astino

- A.A.2005/2006: Università degli Studi di Bergamo, Responsabile laboratori per laurea specialistica PGST (Progettazione e gestione sistemi Turistici)
- 2006: Università degli Studi di Bergamo, Corso di preparazione psico-pedagogica per i partecipanti al Progetto Leonardo da Vinci "TECXT Italia - Tourism Environment and cultural Exchange Trainings", Direzione e progettazione del corso rivolto agli studenti della laurea specialistica
- A.A.2006/2007: Università degli Studi di Bergamo, Responsabile laboratori per laurea specialistica PGST (Progettazione e gestione sistemi Turistici)
- A.A.2006/2007: Università di Bergamo - Università Cattolica di Brescia - Università Bicocca di Milano per la Regione Lombardia, Polo formativo sul turismo, Coordinatore del progetto
- 2007: Università degli Studi di Bergamo, Corso di preparazione psico-pedagogica per i partecipanti al Progetto Leonardo da Vinci "TECXT Italia - Tourism Environment and cultural Exchange Trainings", Direzione e progettazione del corso rivolto agli studenti della laurea specialistica
- A.A.2007/2008: Università degli Studi di Bergamo, Responsabile laboratori per laurea specialistica PGST (Progettazione e gestione sistemi Turistici)
- 2008: Università degli Studi di Bergamo, Corso di preparazione psico-pedagogica per i partecipanti al Progetto Leonardo da Vinci "TECXT Italia - Tourism Environment and cultural Exchange Trainings", Direzione e progettazione del corso rivolto agli studenti della laurea specialistica
- A.A.2008/2009: Università degli Studi di Bergamo, Responsabile laboratori per laurea specialistica PGST (Progettazione e gestione sistemi Turistici)
- 2009: Università di Bergamo - Comune di Bergamo, Convegni Bergamo e turismo presso Urban center del Comune di Bergamo, Referente del progetto
- 2009: Università degli Studi di Bergamo, Corso di preparazione psico-pedagogica per i partecipanti al Progetto Leonardo da Vinci "TECXT Italia - Tourism Environment and cultural Exchange Trainings", Direzione e progettazione del corso rivolto agli studenti della laurea specialistica
- A.A.2009/2010: Università degli Studi di Bergamo, Facoltà di Lingue e Letterature Straniere, Laboratorio "Le fiere come strumento di comunicazione e promozione", Coordinatore Scientifico
- A.A.2009/2010: Università degli Studi di Bergamo, Responsabile laboratori per laurea specialistica PGST (Progettazione e gestione sistemi Turistici)
- 2010: Università di Bergamo - Comune di Bergamo, Convegni Bergamo e turismo presso Urban center del Comune di Bergamo, Referente del progetto
- A.A.2010/2011: Università degli Studi di Bergamo, Responsabile laboratori per laurea specialistica PGST (Progettazione e gestione sistemi Turistici)
- A.A.2011/2012: Università degli Studi di Bergamo, Facoltà di Lingue e Letterature Straniere, Laboratorio "Il marketing per i musei", Coordinatore Scientifico
- A.A.2011/2012: Università degli Studi di Bergamo, Facoltà di Lingue e Letterature Straniere, Laboratorio "L'arte contemporanea. Laboratorio di gestione di un evento culturale", Coordinatore Scientifico
- A.A.2011/2012: Università degli Studi di Bergamo, Responsabile laboratori per laurea specialistica PGST (Progettazione e gestione sistemi Turistici)
- 2012: Università di Bergamo, Sistur, Circuito Città d'Arte della Pianura Padana, Il turismo culturale europeo - Nuove prospettive verso il 2020, Responsabile Scientifico e Organizzativo del convegno
- A.A.2012/2013: Università degli Studi di Bergamo, Responsabile laboratori per laurea specialistica PGST (Progettazione e gestione sistemi Turistici)
- A.A.2013/2014: Università degli Studi di Bergamo, Responsabile laboratori per laurea specialistica PGST (Progettazione e gestione sistemi Turistici)
- A.A.2013/2014: Università degli Studi di Bergamo, Convegno "Il turismo culturale europeo verso il 2020. Città ri-visitate", Referente del progetto
- A.A.2014/2015: Università degli Studi di Bergamo, Responsabile della serie di incontri "Conversazioni sul turismo" per laurea specialistica PGST (Progettazione e gestione sistemi Turistici)

### COORDINAMENTO DI INIZIATIVE IN CAMPO DIDATTICO E SCIENTIFICO PRESSO ALTRI CENTRI

- 1998: Fondazione Clerici, Milano, Progettazione corsi di formazione
- 1999: Antologia, Burago di Molgora (Mi), Corso "Il servizio al cliente", Progettazione corso di formazione per i dipendenti
- 1999: Fondazione Clerici, Milano, Corso formazione superiore "2000 e oltre - Bed & Breakfast", Progettazione, coordinamento, selezione



## Dossier Alta Formazione ad Astino

- 1999/2000: Banca Popolare di Intra, Verbania, Corsi di formazione all'intera struttura sui temi dello sviluppo organizzativo e il cambiamento di cultura aziendale, Coordinamento
- 1999/2000: Pfizer Farmaceutica, Roma, Corsi di formazione "La comunicazione medico paziente", Coordinamento di 450 corsi e docenza rivolto a medici di base
- 1999/2001: Progetto Uomo, Milano, Formazione aziendale
- 2000: Sinnea, Bologna, Corso "Esperto in organizzazione e gestione di servizi per l'accoglienza turistica", Progettazione corso futuri operatori
- 2000/2008: Global Management, Bergamo, Società di consulenza e formazione aziendale, accreditata a svolgere attività formative dalla Regione Lombardia, certificata UNI EN ISO 9001, Direttore didattico
- 2001: Confesercenti, Bergamo, Corso per Bed & Breakfast, Progettazione corso per futuri operatori
- 2001: OBI, Milano, Corso "Customer satisfaction nei punti vendita OBI", Progettazione corso di formazione per i dipendenti
- 2002: Azienda di Promozione Turistica, Bergamo, Corso "La promozione di un territorio", Coordinamento corso di formazione per i dipendenti
- 2002: Banca Popolare di Bergamo, Bergamo, Corso di formazione "Impostare e condurre il gioco di squadra", Progettazione corso di formazione per i dipendenti
- 2002: Confesercenti, Bergamo, Corso "Esperto di marketing e sviluppo commerciale per le imprese che erogano servizi", Progettazione
- 2002: Enaip, Bergamo, Corso "Tecnico dell'intermediazione turistica in Italia", Progettazione
- 2002: Enaip, Bergamo, Corso di "Tecnico superiore", Progettazione
- 2002: Fineco e Mediolanum, Bergamo, Corsi per financial planner, Progettazione corso di formazione per i dipendenti
- 2003: Consorzio Oro Gioiello, Bergamo, Corso "Riqualificazione professionale del gioielliere", Progettazione, direzione
- 2003: Multimediamente, Milano, "Financial Planner: esperto/a per lo sviluppo di clientela nel settore finanziario e previdenziale", Progettazione, direzione corso di formazione superiore
- 2003: SISIM, Brescia, Corso di formazione per i dipendenti call center Sky, Coordinamento
- 2004: Agenzie Winterhur Moretti, Sam e Orlando Albani, Bergamo, Corso "Formazione informatica e comportamentale per il personale femminile assicurativo", Direzione coordinamento corso di formazione per i dipendenti
- 2004: Bergamo Formazione azienda speciale CCIAA, Bergamo, Corso "La leadership" e "Public Speaking", Coordinamento
- 2004: Bergamo Formazione azienda speciale CCIAA, Bergamo, Corso "Qualità per il Wall Street Institute", Coordinamento corso di formazione per i dipendenti
- 2004: Comuni di San Pellegrino Terme, San Giovanni Bianco e Serina (Bg), Corso "La cultura del servizio al cliente per la pubblica amministrazione", Direzione, selezione corso di formazione per i dipendenti
- 2004: Farmol Spa, Comun Nuovo (Bg), Corso "Formazione informatica e linguistica per il personale femminile FARMOL", Direzione e coordinamento corso di formazione per i dipendenti
- 2004: Global Management, Bergamo, Corso "Antiquariato e restauro: conoscere e valorizzare i mobili antichi", Direzione, selezione e coordinamento
- 2004: Global Management, Bergamo, Corso formazione permanente "Autocad", Direzione, coordinamento e selezione
- 2004: Wall Street Institute, Bergamo, Corso "Qualità, informatica e comunicazione per il personale femminile IS.I.FO.L.", Direzione e coordinamento corso di formazione per i dipendenti
- 2005: Audiotel Engineering Spa, Mozzo (Bg), Corso di formazione per i dipendenti "formazione per lo sviluppo aziendale", Progettazione e coordinamento
- 2005: Global Management, Bergamo, Corso formazione categorie svantaggio "Addetto alla ristorazione collettiva", Progettazione, selezione, direzione e coordinamento
- 2005: Global Management, Bergamo, Corso formazione extraobbligo "Addetto alle pubbliche relazioni - front office", Progettazione, selezione, direzione e coordinamento
- 2005: Global Management, Bergamo, Corso formazione superiore "Corso di specializzazione in tecniche di progettazione di siti web", Progettazione, selezione, direzione e coordinamento
- 2005: Gruppo Maha, Interporto di Nola (Na), Corso di formazione per gerenti Inverso Store, Coordinamento
- 2005: La Piemontese Assicurazioni Spa, Torino, Corso di formazione per agenti Italfin, Coordinamento
- 2006: Accademia Carrara, Bergamo, Corso di aggiornamento "Guide museali", Direzione e coordinamento



## Dossier Alta Formazione ad Astino

- 2006: Brevini Lombarda, Lurano (Bg), Corso "La vendita eccellente" per gli agenti commerciali, Coordinamento"
- 2006: Global Management, Bergamo, Corso formazione superiore "Autocad", Direzione e coordinamento
- 2006: Humanitas Gavazzeni, Bergamo, Formazione ai dirigenti sulla lingua inglese, Direzione e coordinamento
- 2006 - 2007: Global Management e Formawork, Milano, Corso formazione superiore "Grafica e comunicazione multimediale: l'innovazione tecnologica per le PMI", Direzione e coordinamento
- 2006 - 2007: Provincia di Bergamo, Coordinatore provinciale di tutte le attività di formazione nel turismo
- 2007 - 2008: Provincia di Bergamo, Coordinatore provinciale di tutte le attività di formazione nel turismo

### ASSEGNI DI RICERCA

- 2001-2003: Università degli Studi di Bergamo, Facoltà di Lingue e Letterature Straniere, Progetto di ricerca "Le imprese turistiche: situazione e prospettive", Titolare di assegno di assegno di ricerca bandito dall'Università degli Studi di Bergamo

### PROGETTI DI RICERCA PRESSO ATENEI

- A.A. 1995/1996: Università Bocconi - Milano per Telecom, Servizi telematici per le SIM, società di intermediazione mobiliare, Progetto finanziato da Telecom, Referente Prof. A. Dessy, Collabora alla ricerca
- 1997: Università di Bergamo per Comune di Chianciano Terme (Si), La risignificazione dell'immagine turistica di Chianciano, Progetto finanziato da Comune di Chianciano Terme, Responsabile del progetto prof.ssa Rossana Bonadei, Svolge autonomamente questa parte
- 1997: Università di Bergamo per Pro Universitate Bergomensis, Progetto: "Bergamo tra 10 anni: il sistema di accoglienza turistica", Progetto finanziato da Pro Universitate Bergomensis
- Responsabile: prof. Andrea Macchiavelli, Collabora alla ricerca
- 2000: Università di Bergamo per Pro Universitate Bergomensis, Dinamiche urbane di Bergamo. Vitalità e attrattività del Centro. Per una politica degli eventi, Progetto finanziato da Pro Universitate Bergomensis, Responsabile prof. Andrea Macchiavelli, Collabora alla ricerca
- 2001-2002: Università degli Studi di Bergamo, Facoltà di Lingue e Letterature Straniere, Progetto di ricerca "Le imprese turistiche: situazione e prospettive", Titolare di assegno di assegno di ricerca bandito dall'Università degli Studi di Bergamo
- 2002: Università degli Studi di Bergamo, Dizionario enciclopedico "Bergamo e il suo territorio", Ricerca per la sezione economica, Progetto finanziato da Camera di Commercio, Responsabile prof. Alberto Castoldi
- 2002-2003: Università degli Studi di Bergamo, Facoltà di Lingue e Letterature Straniere, Progetto di ricerca "Le imprese turistiche: situazione e prospettive", Titolare di assegno di assegno di ricerca bandito dall'Università degli Studi di Bergamo
- A.A.2003-2004: Università degli Studi di Bergamo partecipazione alla ricerca ex 60% "Touring cultures: tempi, spazi, immaginari e identità nella mobilità contemporanea", coordinatore prof. R. Bonadei, finanziata con fondi di Ateneo
- A.A.2004-2005: Università degli Studi di Bergamo partecipazione alla ricerca ex 60% "Touring cultures: tempi, spazi, immaginari e identità nella mobilità contemporanea", coordinatore prof. R. Bonadei, finanziata con fondi di Ateneo
- 2005: Università di Bergamo per Provincia di Bergamo, Sistema turistico provinciale, Progetto finanziato da Provincia di Bergamo, Esperto senior
- 2005: Università di Bergamo - Università di Nizza "Sophia Antinopolis" (Francia) - Università di S. Gallo (Svizzera), L'innovazione nel turismo alpino, Responsabile ricerca per l'Italia
- A.A.2005-2006: partecipazione alla ricerca ex 60% "Touring cultures: tempi, spazi, immaginari e identità nella mobilità contemporanea (II)", coordinatore prof. R. Bonadei, finanziata con fondi di Ateneo Università degli Studi di Bergamo
- 2006: Università di Bergamo per Comune di Bergamo, Sistema turistico Bergamo città e pianura, Progetto finanziato da Comune di Bergamo, Esperto senior



- A.A.2006 - 2007: Università di Bergamo- Università Cattolica di Brescia - Università Bicocca di Milano per la Regione Lombardia, Analisi dei fabbisogni formativi nel settore turistico, Progetto finanziato da Regione Lombardia e Unione Europea, Responsabile della ricerca per l'Università di Bergamo
- A.A.2006-2007: Università degli Studi di Bergamo partecipazione alla ricerca ex 60% "Competitività e dinamiche del turismo contemporaneo: aspetti peculiari di comparti maturi ed emergenti", coordinatore prof. A. Macchiavelli, finanziata con fondi di Ateneo
- A.A.2007-2008: Università degli Studi di Bergamo partecipazione alla ricerca ex 60% "Competitività e dinamiche del turismo contemporaneo: aspetti peculiari di comparti maturi ed emergenti", coordinatore prof. A. Macchiavelli, finanziata con fondi di Ateneo
- A.A.2008-2009: Università degli Studi di Bergamo partecipazione alla ricerca ex 60% "Processi innovativi del turismo contemporaneo. Dall'evoluzione del mercato turistico nuove aperture verso l'innovazione", coordinatore prof. A. Macchiavelli, finanziata con fondi di Ateneo
- A.A.2009-2010: Università di Bergamo, Ricerca sul tema dello scambio case, Referente del progetto con Francesca Forno
- A.A.2009-2010: Università degli Studi di Bergamo coordinatore scientifico della ricerca ex 60% sul tema: "Tendenze e mutamenti nelle imprese turistiche e nuove professioni turistiche", finanziata con fondi di Ateneo
- 2010: Università di Bergamo - Irealp, Progetto Vetta, Progetto finanziato da Irealp e Ersaf, Referente per l'indagine sul rapporto della popolazione con la fruizione della montagna
- A.A.2010-2011: Università degli Studi di Bergamo coordinatore scientifico della ricerca ex 60% sul tema: "Innovazione nelle imprese turistiche", finanziata con fondi di Ateneo
- A.A.2010-2011: Università di Bergamo - Ass.ne per la GAMEC di Bergamo Onlus, Beni culturali: l'innovazione nella valorizzazione, Coordinamento Scientifico Dote di ricerca applicata bandita da Regione Lombardia della dott.ssa Valentina Rapelli
- 2011: Università di Bergamo - Irealp, Progetto Vetta, Progetto finanziato da Irealp e Ersaf, Referente per l'indagine sul rapporto della popolazione con la fruizione della montagna
- A.A.2011-2012: Università degli Studi di Bergamo coordinatore scientifico della ricerca ex 60% sul tema: "Innovazione nelle imprese turistiche", finanziata con fondi di Ateneo
- A.A.2011-2012: Università di Bergamo - Ass.ne per la GAMEC di Bergamo Onlus, Beni culturali: l'innovazione nella valorizzazione, Coordinamento Scientifico Dote di ricerca applicata bandita da Regione Lombardia della dott.ssa Valentina Rapelli
- 2012: Università di Bergamo - Irealp, Progetto Vetta, Progetto finanziato da Irealp e Ersaf, Referente per l'indagine sul rapporto della popolazione con la fruizione della montagna
- A.A.2012-2013: Università di Bergamo, Ricerca sul tema dello scambio case, Referente del progetto con Francesca Forno
- A.A.2012-2013: Università degli Studi di Bergamo coordinatore scientifico della ricerca ex 60% sul tema: "Innovazione nelle imprese turistiche", finanziata con fondi di Ateneo
- 2012: Comune di Bergamo, Regione Lombardia. Analisi dei visitatori degli uffici d'informazione e accoglienza turistica (IAT) della città di Bergamo e del suo aeroporto (Orio al Serio) Coordinamento progetto e redazione analisi
- 2013: Comune di Bergamo, Regione Lombardia. Analisi dei visitatori degli uffici d'informazione e accoglienza turistica (IAT) della città di Bergamo e del suo aeroporto (Orio al Serio) Coordinamento progetto e redazione analisi
- 2013: Comune di Bergamo. Piano strategico per il turismo del comune di Bergamo. Coordinamento progetto e redazione rapporto.

### PROGETTI DI RICERCA PRESSO ALTRI ENTI

- 1995-1996: Istituto Bancario San Paolo di Torino, Ufficio Ricerche ed Analisi finanziarie, Analista
- 1997: Gruppo Clas, Milano per Camera di Commercio di Lecco, Progetto: "Il sistema turistico della Provincia di Lecco", Esperto junior, Referente prof. Andrea Macchiavelli
- 1997: Gruppo Clas, Milano per Regione Lombardia, Studio di fattibilità per la realizzazione di un polo fieristico a Bergamo, Collabora alla ricerca, Referente prof. Andrea Macchiavelli
- 1998: Tenaris Dalmine S.p.a, Dalmine (Bg), Studio di fattibilità per la costruzione di un centro congressi, Responsabile della ricerca
- 2006: Confesercenti - MPS Research, Bergamo, La percezione della qualità nella ristorazione, Esperto senior

## Dossier Alta Formazione ad Astino

- 2006: Progetto RSCM (rete dei centri storici minori) - Programma INTERREG IIIB MEDOCC, Associazione TECLA con Provincia di Bergamo, Valutatore per la Provincia di Bergamo

### RELAZIONI A CONVEGNI E CONFERENZE

2 Ottobre 2003

Galleria di arte moderna e contemporanea di Bergamo: *"Turismo a Bergamo" - incontro con la cittadinanza*. Relatrice

19 Novembre 2004

Università di Bergamo: *Unione europea - Università degli studi di Bergamo, Convegno "Learning area nel turismo"*, Titolo relazione: *"TURISMO E CULTURA TURISTICA IN PROVINCIA DI BERGAMO"*. Relatrice

3-5 Ottobre 2005

San Pietroburgo: *Università degli studi di Bergamo, Ministero dell'Istruzione e della Scienza della Federazione Russa, Agenzia Federale per l'Istruzione e Università Statale per i Servizi e l'Economia di S. Pietroburgo, Turismo ed ecologia - Monografia collettiva*, Titolo relazione: *"Dalla personalizzazione del servizio al turismo dell'esperienza: quale approccio alla gestione delle risorse umane?"*. Relatrice

13 Marzo - 1 Aprile 2006

Istituto Tecnico Commerciale e turistico Vittorio Emanuele II, Bergamo: *XVI Settimana Nazionale della Cultura Scientifica e Tecnologica - "Da Leonardo a Leonardo" dalla ricerca al progetto*. Titolo relazione: *"Turismo e innovazione: quale rapporto"*. Relatrice

16 Ottobre 2006

Centro Congressi Papa Giovanni XXIII, Bergamo: *Confesercenti, Bergamo, Ristorazione, parliamone con il cliente*, Titolo relazione: *"Creare valore aggiunto"*. Relatrice

31 Gennaio 2007

Sala Mosaico Camera di Commercio di Bergamo: *Camera di Commercio di Bergamo e IKONOS, Sviluppo del turismo e qualità del capitale umano*, Titolo relazione: *"L'offerta formativa dell'Università degli studi di Bergamo"*. Relatrice

16 Aprile 2008

Università di Bergamo: *Università di Bergamo, Gli spazi artificiali e la fabbrica della vacanza, Introduzione e coordinamento incontro*. Relatrice

3 Dicembre 2009

Urban Center di Bergamo, Comune di Bergamo: *Università di Bergamo e Comune di Bergamo, Città e dintorni. La mobilità, l'aeroporto, il turismo: è tutto low cost? Riflessioni sui cambiamenti in atto, Introduzione e coordinamento incontro*. Relatrice

25-30 Maggio 2010

Cappadocia, Turchia: *Anatolia: an International journal of tourism and hospitality research, The 5th world conference for graduate research in tourism, hospitality and leisure*, Titolo relazione: *Between low cost and environmental concern: a research on Italian home swappers' profile and motivations*. Relatrice

20 Novembre 2010

Università di Palermo: *SISTUR - Società Italiana di Scienze del Turismo e Università degli Studi di Palermo - Facoltà di Economia, Prospettive relazionali intra- ed inter-aziendali nelle nuove tendenze della ricettività turistica: residenze per artisti, botels, swappers, fattorie didattiche, wine tourism ...*, Titolo relazione: *Tra low cost e sensibilità ambientale. Una ricerca sul profilo degli swappers italiani e le loro motivazioni*. Relatrice



## Dossier Alta Formazione ad Astino

29 Novembre 2010

Urban Center - Comune di Bergamo: *Università di Bergamo e Comune di Bergamo: Facebook in Tourism - Social Network e territori turistici. Esperienze e buone pratiche, Introduzione e coordinamento incontro.* Relatrice

14 Giugno 2011

Università di Atene: *7th Annual International Conference on Tourism, Titolo relazione: Marketing, web 2.0 e musei. Il caso GAMeC.* Relatrice

01 Giugno 2012

Università degli Studi di Napoli Federico II: *Imprese e reti per lo sviluppo imprenditoriale del territorio: teoria e casi di Destination Management, Titolo relazione: Le card turistiche: strumento di destination management".* Relatrice

26/27 Ottobre 2012

Università degli Studi di Palermo: *Immagine e fruizione della montagna nella popolazione del nord Italia.* Relatrice

15/16 Novembre 2012

Università di Bergamo, SISTUR, Circuito Città d'Arte della Pianura Padana: *Il turismo culturale europeo - Nuove prospettive verso il 2020.* Responsabile Scientifico e Organizzativo del progetto

19 Novembre 2012

Università degli Studi di Padova: *Incontri Turismo d'autore, approfondimenti per leggere la destinazione turistica, Titolo relazione: Facebook in tourism, destinazioni turistiche e social network.* Relatrice

11 aprile 2013

Urban center - Bergamo: *Presentazione delle ultime pubblicazioni editate in materia di turismo dai docenti dell'Università degli Studi di Bergamo.* Relatrice

23 aprile 2013

Fiera dei Librai - Bergamo: *Presentazione delle ultime pubblicazioni editate in materia di turismo dai docenti dell'Università degli Studi di Bergamo.* Relatrice

9/10 maggio 2013

Polytechnic Institute of Leiria in Peniche, Portogallo: *Expert Meeting on Imagineering Events, Peniche Portugal, Titolo relazione: Strumenti innovativi di marketing per i musei.* Relatrice

13/14 giugno 2013

Creative Tourism di Barcelona, Spagna: *ATLAS Cultural Tourism Special Interest Group Creative Tourism Network, Barcellona, Titolo relazione: Not only low-cost. Home swapping as creative tourism strategy.* Relatrice

31 agosto 2013

Associazione Artigiani di Bergamo, Bergamo: *Lampedusa: gli interventi per lo sviluppo, Titolo relazione: Presentazione del Progetto "I turismi a Bergamo".* Relatrice

13/16 novembre 2013

Tourism & Management Studies International Conference, Algarve (Portogallo): *Home swapping as a form of creative tourism - A research on 130 countries.* Relatrice con Francesca Forno dell'Università di Bergamo

28 novembre 2013

## Dossier Alta Formazione ad Astino

Palazzo Provincia, Bergamo. *Le donne si preparano all'Expo. Come trattenere il turismo di Expo nel nostro territorio.* Relatrice

13 marzo 2014

Sala consiliare del Comune di Bergamo, Bergamo. *Secondo convegno "Il turismo culturale europeo verso il 2020". Città ri-visitate.* Responsabile Organizzativo del progetto

05 giugno 2014

Auditorium Cassa Rurale, Treviglio: *Treviglio Expo 2015 le opportunità per la città.* Relatrice

12 settembre 2014

Sala del Consiglio, Bergamo: *Food e turismo un binomio vincente.* Relatrice e moderatrice tavola rotonda

16 ottobre 2014

Primo incontro delle "Conversazioni sul turismo", Università degli Studi di Bergamo, Bergamo: *Expo 2015: l'evento, i visitatori attesi, i target turistici, le proposte, le possibilità occupazionali.* Relatrice e moderatrice dibattito

23 ottobre 2014

ATLAS annual conference "Tourism, Travel and Leisure - Sources of Wellbeing, Happiness and Quality of Life", Budapest: *Ethical travel – holidaying to fight the Italian Mafia.* Relatrice

20 novembre 2014

VI Riunione scientifica nazionale della SISTUR, Roma: *Home swapping as a form of relational tourism. A research on 130 countries.* Relatrice

24 novembre 2014

Seminario "Come rendere Bergamo più accogliente e internazionale anche in vista di Expo", Palazzo dei Contratti e delle Manifestazioni, Bergamo: *Strumenti di accoglienza e opportunità di visita per il turista che arriva a Bergamo.* Relatrice

28 novembre 2014

Secondo incontro delle "Conversazioni sul turismo", Università degli Studi di Bergamo, Bergamo: *Il turismo per le famiglie a Bergamo.* Relatrice e moderatrice dibattito

2 Febbraio 2015

Terzo incontro delle "Conversazioni sul turismo", Università degli Studi di Bergamo, Bergamo: *Dalle nuove Province alla riforma costituzionale: quali saranno i cambiamenti legislativi per il turismo?*

26 Marzo 2015

Quarto incontro delle "Conversazioni sul turismo", Università degli Studi di Bergamo, Bergamo : *La reputazione delle destinazioni turistiche misurata con i big data. Perché non potete permettervi di ignorare cosa i turisti dicono di voi in rete. E Bergamo?.* Relatrice

13 Aprile 2015

Spring School - Centrality of territories: a European network for sustainable tourism, Università degli Studi di Bergamo, Bergamo: *Bergamo in a network perspective.* Relatrice

15 Aprile 2015



## Dossier Alta Formazione ad Astino

Unibergamorette, Università degli Studi di Bergamo, Bergamo: *I Giovani ASCOM incontrano EXPO*. Relatrice

23 Aprile 2015

Università degli Studi di Bergamo, Bergamo : *Sharing Economy in Travel and Tourism: The Case of Home-Swapping in Italy*. Relatrice

24 Settembre 2015

nf-Fiera di Bergamo, Bergamo: *Food e turismo: binomio vincente*. Relatrice

25 Settembre 2015

nf-Fiera di Bergamo, Bergamo: *Investors' Arena, le migliori startup dell'anno si presentano al mercato*. Moderatrice

21 Ottobre 2015

ATLAS Annual Conference 2015 "Risk in travel and tourism: Geographies, behaviours and strategies", Lisbona, Portogallo: *Traveling the world sharing your home*. Relatrice

24 Ottobre 2015

Convegno "Cibo, sostenibilità e territorio", Università degli Studi di Bergamo e Comune di Bergamo, Bergamo: *Presentazione del progetto European Region of Gastronomy*. Relatrice

### PUBBLICAZIONI SCIENTIFICHE

1997

- Macchiavelli A. - Garibaldi R., "Turismo a Bergamo oltre il 2000: come e perché", Università di Bergamo, 1997

1998

- Garibaldi R. - Macchiavelli A., "Il turismo sulla sponda orientale del Lario" in Osservatorio economico provinciale, Quaderno monografico n. 2, Camera di commercio Lecco, ottobre 1998

1999

- Garibaldi R., "La riqualificazione dell'immagine turistica del prodotto terme", in "Ripassare le acque" a cura di Bonadei e Simonicca, Franco Angeli, Milano, 1999
- Garibaldi R. - Macchiavelli A. - Fumagalli E., "Turismo a Bergamo oltre il 2000: verso una politica degli eventi", Università di Bergamo, 1999

2000

- Garibaldi R. Macchiavelli A. (a cura di ), "Turismo e culture del territorio 1 - Strumenti per la valorizzazione: i musei etnografici e la promozione di grandi eventi", Franco Angeli, Milano, 2000

2001

- Garibaldi R. - Bonadei R. (a cura di), "Turismo e culture del territorio 2 - Turismo termale e industry tourism", Franco Angeli, Milano, 2001

2004

- Garibaldi R., Sezione economico aziendale in "Bergamo e il suo territorio Dizionario Enciclopedico", Autori Vari, Edizioni Bolis, 2004

## Dossier Alta Formazione ad Astino

2005

- Garibaldi R., "Il prodotto congressuale e il mercato italiano", IIa edizione Celsb, Bergamo, 2005
- Garibaldi R., "Lo sviluppo organizzativo nell'impresa turistiche", Franco Angeli, Milano, 2005

2006

- Garibaldi R., "Dalla personalizzazione del servizio al turismo dell'esperienza: un modello di competitività per le aziende turistiche italiane", in Ministero dell'Istruzione e della Scienza della Federazione Russa, Agenzia Federale per l'Istruzione e Università Statale per i Servizi e l'Economia di S. Pietroburgo, "Turismo ed ecologia - Monografia collettiva", S. Pietroburgo, 2006
- Garibaldi R., "I villaggi turistici. Analisi di settore", Franco Angeli, Milano, dicembre 2006
- Garibaldi R., "Il sistema di incentivi per le imprese turistiche: il caso Mercure", in La Rivista del turismo, n.3/2006, Edizioni Touring Club Italiano, Milano
- Garibaldi R., "La percezione dell'innovazione negli attori del turismo alpino", in Turistica, n.2/2006, Edizioni Mercury, Firenze
- Garibaldi R., "Qualità erogata e qualità percepita nella ristorazione" in Turistica, n. 3/2006, Edizioni Mercury, Firenze

2008

- Garibaldi R. Economia e gestione delle imprese turistiche, Hoepli, Milano, 2008
- Garibaldi R. (a cura di), Professioni del turismo tra tendenze e mutamenti, Franco Angeli, Milano, 2008

2010

- Garibaldi R., Forno F., Between low cost and environmental concern: a research on Italian home swappers' profile and motivations, Proceedings book- the 5th world conference for graduate research in tourism, hospitality and leisure, Istanbul, 2010
- Garibaldi R., Forno F., Tra low cost e sensibilità ambientale. Una ricerca sul profilo degli swappers italiani e le loro motivazioni. in Marcantonio Ruisi, Prospettive relazionali intra- e inter-aziendali nelle nuove tendenze della ricettività turistica Fattorie didattiche, botels, home swappers, couchsurfing, residenze per artisti, Aracne editrice, Roma, 2010

2011

- Garibaldi R., Forno F., "Andare in vacanza scambiando la casa. Un'analisi del profilo e delle motivazioni di un segmento crescente di turisti", Rivista del turismo, Led edizioni, n. 2 maggio-giugno 2011
- Garibaldi R., Peretta R. (a cura di), "Facebook in tourism", Franco Angeli editore, Milano, 2011
- Garibaldi R., "Museum and Web 2.0: innovation of enhancement practices", Atene, in pubblicazione
- Garibaldi R., Peretta R., "Social Network e destinazioni turistiche. Problemi e strategie", Rivista del turismo, Led edizioni, n.3 luglio-settembre 2011

2012

- Garibaldi R., "Le card turistiche: strumento di destination management", in V. Della Corte, M. Ruisi, "Imprese e reti per lo sviluppo imprenditoriale del territorio. Teoria e casi di Destination Management", Aracne editrice, Roma, 2012



## Dossier Alta Formazione ad Astino

- Garibaldi R., "Professioni del turismo: dalla tradizione all'innovazione - Intermediazione e accommodation", Franco Angeli, Milano, 2012
- Garibaldi R. (a cura di), "Il turismo culturale europeo - prospettive verso il 2020, Franco Angeli, Milano, 2012
- Garibaldi R., "Strumenti innovativi di marketing per i musei", Franco Angeli, 2012

2014

- Forno F., Garibaldi R., "Not only low-cost. Home swapping as an alternative tourism strategy", in Richards G., Russo A. P. (a cura di), "Alternative and Creative Tourism", ATLAS, Arnhem, 2014
- Garibaldi R., "Immagine e fruizione della montagna nella popolazione del Nord Italia", in Macchiavelli A. (a cura di), "L'escursionismo in montagna. Fatti, comportamenti e prospettive".
- Garibaldi R. (a cura di), "Il turismo culturale europeo. Città ri-visitate. Nuove idee e forme del turismo culturale", FrancoAngeli, Milano, 2014.

2015

- Garibaldi R. (a cura di), "Economia e gestione delle imprese turistiche. Seconda Edizione", Hoepli, Milano, 2015.
- Forno F., Garibaldi R., "Sharing Economy in Travel and Tourism: The Case of Home-Swapping in Italy", in Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism, vol. 16, ISS 2, 2015.
- Garibaldi R., "The use of Web 2.0 tools by Italian contemporary art museums", in Museum Management and Curatorship, vol. 30, Issue 3, 2015.
- Garibaldi R., "Travelling the world sharing your home", in "ATLAS Annual Conference Book of extended abstracts", 2015.

### ALTRE ESPERIENZE

Dal 1993 al 1996: Istituto Bancario S. Paolo di Torino - Dopo un'esperienza di due mesi in filiale, collaborazione presso il Servizio Finanza e Tesoreria presso gli uffici di Direzione Generale di Bergamo, Torino e Milano dove è operatore sul mercato secondario dei titoli di Stato e delle obbligazioni quotate e non quotate emesse dall'Istituto. Nel 1995 viene inserita nell'organico dell'ufficio ricerca ed analisi finanziarie - Servizio Asset Management, dove svolge ricerca fondamentale (analisi delle variabili macroeconomiche e societaria per il mercato azionario domestico, giapponese e americano). Collabora alla pubblicazione del mensile "Mercati finanziari" e del settimanale "Weekly".

Dal 2006 al 2011: Associazione per la GAMeC di Bergamo Onlus - Responsabile degli affari generali

Da Maggio 2008: Segretario esecutivo del consiglio di amministrazione - Dopo un'esperienza in qualità di membro del Consiglio di Amministrazione dell'Associazione Amici Accademia Carrara, assume dal 2006 al 2011 il coordinamento manageriale ed organizzativo della Galleria d'Arte Moderna e Contemporanea di Bergamo, durante la quale ha applicato le competenze in marketing management al campo culturale, caratterizzato da proprie peculiarità. Si è occupata di diversi aspetti caratterizzanti la gestione museale come ad esempio: l'ottimizzazione dei servizi collaterali offerti al pubblico attraverso l'istituzione di un'emeroteca a consultazione gratuita, l'attivazione di un bookshop permanente e di un internet point a disposizione dei visitatori; la gestione delle risorse umane e finanziarie; fundraising attraverso la partecipazione a bandi promossi da enti locali, regionali, nazionale ed europei; area marketing e comunicazione.

2011-12: Comune di Bergamo, Progetto Bergamo Card, Coordinatore del progetto. Nel 2011 assume il coordinamento delle attività su indicazione degli enti promotori, ottenendo nel breve periodo un importante

## Dossier Alta Formazione ad Astino

contributo da parte di Fondazione Cariplo per un progetto che va ad integrare e sviluppare ulteriormente la rete. Nel 2012 presenta la Bergamo Card 24 ore, che amplia l'offerta esistente (48 e 72 ore), corredandola di 4 interessanti itinerari per scoprire la città in una giornata.

2011-12: Comune di Bergamo, Progetto Rete Bergamo Musei, Coordinatore del progetto. Nel corso dell'esperienza come coordinatore del progetto Bergamo Card, ottiene il contributo da parte della Fondazione Cariplo a sostegno del progetto "Goal! Mettiamo la Cultura in Rete". Attraverso questo progetto promuove la cooperazione e la condivisione tra gli operatori museali e turistici della città.

2012-14: Comune di Bergamo, Progetto I turismi di Bergamo, Coordinatore del progetto. Nel 2012 assume l'importante incarico di delegata al turismo del comune di Bergamo. Numerose sono le attività attuate con l'obiettivo di migliorare l'accoglienza dei turisti che giungono in città, anche in vista di EXPO 2015. Come coordinatrice lavora per una comunicazione più incisiva ed efficace e per migliorare la fruizione del territorio e delle sue risorse.

2013: Turismo Bergamo, membro del Comitato Tecnico Scientifico, che affianca il CDA nelle scelte strategiche e operative per la valorizzazione e la promozione del territorio bergamasco.

2014: Responsabile collana "Nuovi Orizzonti", ricerche, studi e convegni di approfondimento dedicati all'ambito specifico di segmenti di consumo diventati tendenza culturale, con contributi anche in lingua inglese e sono sottoposti a referaggio double blind.

In conformità al D. Lgs. 196/03 autorizzo il trattamento dei miei dati personali.

Bergamo, 1 Ottobre 2015

Garibaldi Roberta



## ALLEGATO - BIBLIOGRAFIA

### BIBLIOGRAFIA

- A.A.V.V., *Rapporto sul Turismo Italiano XVI edizione*, Franco Angeli, Milano
- A.A.V.V., *VII Rapporto sul Sistema Alberghiero e Turistico-Ricettivo in Italia* (a cura di E. Becheri), Mercury, Ista, Firenze, 2014
- Brookes M., Altinay L., 2014, *Entrepreneurship in Hospitality and Tourism: A Global Perspective*, Goodfellow Publishers Ltd., Oxford, UK
- Cavazzoni C., 2013, *La pianificazione strategica nell'economia delle imprese turistiche*, Giappichelli Editore, Torino
- Garibaldi, R., 2006, *Lo sviluppo organizzativo per il futuro dell'impresa turistica*, Franco Angeli, Milano
- Hawkins R., Bohdanowicz P., 2011, *Responsible Hospitality: Theory and Practice*, Goodfellow Publishers Ltd., Oxford, UK
- Hudson S., Hudson L., 2012, *Customer Service for Hospitality and Tourism*, Goodfellow Publishers Ltd., Oxford, UK
- Mariani M., Baggio R., Buhalis D., Longhi C., 2014, *Tourism management, marketing, and development*, Palgrave Macmillan
- Minazzi R., 2014, *Social media marketing in tourism and hospitality*, Springer-Verlag
- Pine J.B., Gilmore J.H., 2000, *L'economia e gestione delle esperienze*, Etas, Milano
- Quest M., Nannestad P., 2014, *How to Buy and Manage Your Hotel*, Goodfellow Publishers Ltd., Oxford, UK
- Sloan P., Legrand W. and Chen J.S., 2012, *Sustainability in the Hospitality Industry: Principles of Sustainable Operations* (2nd edition), Taylor & Francis, UK
- Smith M., Puczko L., 2013, *Health, Tourism and Hospitality: Spas, Wellness and Medical Travel* (2nd edition), Routledge imprint of Taylor & Francis, UK
- Tresidder R., Hirst C., 2015, *Marketing in Tourism, Hospitality, Events and Food*, Goodfellow Publishers Ltd., Oxford, UK
- Varra L., 2013, *Elementi di progettazione, processi e modelli organizzativi nelle imprese turistiche*, Franco Angeli, Milano

Yeoman I., McMahon-Beattie U., Fields K., Albrecht J.N., Meethan K., 2015, *The Future of Food Tourism: Foodies, Experiences, Exclusivity, Visions and Political Capital*, Channel View Publications

### SITOGRAFIA

AboutHotel.it, Food & beverage settore sempre più strategico, 2015

AboutHotel.it, Il reparto sala in un ristorante o albergo è il buco nero della ristorazione?, 2015

AboutHotel.it, L'orizzonte aperto della formazione alberghiera, 2015

FormazioneTurismo.com, Maitre d'hotel artisti, oratori, poeti, scrittori e cronisti dell'incredibile storia della ristorazione, 2015

FormazioneTurismo.com, Imprese rosa nel turismo in Italia, 2015

FormazioneTurismo.com, Innovazione e Formazione, ecco come i giovani rilanciano l'Hospitality, 2015

FormazioneTurismo.com, Ospitalità e progresso: come reinventarsi con originalità, 2015

FormazioneTurismo.com, Quali sono i servizi in hotel più ricercati dai viaggiatori, 2015

FormazioneTurismo.com, Restaurant Revenue Management, 2015

FormazioneTurismo.com, Turismo e management d'impresa, analisi e idee per rilanciare l'hospitality, 2015

Lamadia.com, Il servizio di sala è morto, 2015

### UNIVERSITÀ E SCUOLE

Alma Laurea, [www2.almalaurea.it](http://www2.almalaurea.it)

Basque Culinary Center, [www.bculinary.com](http://www.bculinary.com)

Bologna Business School – Università di Bologna, [www.bbs.unibo.it](http://www.bbs.unibo.it)

Cornell University - School of hotel administration, [sha.cornell.edu](http://sha.cornell.edu)

Ecole hôtelière Lausanne, [www.ehl.edu](http://www.ehl.edu)

Glion Institute of higher education, [www.glion.edu](http://www.glion.edu)

Institut Paul Bocuse, [www.institutpaulbocuse.com](http://www.institutpaulbocuse.com)

Il Sole 24 ore Business School, [www.bs.ilsole24ore.com](http://www.bs.ilsole24ore.com)

Kedge business school, [www.kedgebs.com](http://www.kedgebs.com)

Les Roches, [www.lesroches.edu](http://www.lesroches.edu)

Manchester Metropolitan University, [www2.mmu.ac.uk](http://www2.mmu.ac.uk)

Nyenrode Business Universiteit, [www.nyenrode.nl](http://www.nyenrode.nl)

Hotelschool The Hague, <http://hotelschool.nl/>



## Dossier Alta Formazione ad Astino

IHMA (International Hospitality Management Academy), [www.ihma.it](http://www.ihma.it)

INSEEC, [www.inseec.com](http://www.inseec.com)

Liberà università di lingue e comunicazione IULM, [www.iulm.it](http://www.iulm.it)

LUISS business school - LUISS Creative Business Centre, LUISS Guido Carli, <http://creative.luiss.it/>

Oxford School of Hospitality Management, Oxford Brookes University, <http://hospitality.brookes.ac.uk/>

SDA Bocconi School of management, [www.sdabocconi.it](http://www.sdabocconi.it)

Sheffield Hallam University, [www.shu.ac.uk](http://www.shu.ac.uk)

Swiss Hotel Management School, [www.shms.com](http://www.shms.com)

UET -Scuola universitari europea per il turismo, [www.uetitalia.it](http://www.uetitalia.it)

Universitat autònoma de Barcelona, [www.eutdh.cat](http://www.eutdh.cat)

Università Cattolica del Sacro Cuore, [piacenza.unicatt.it](http://piacenza.unicatt.it)

Universitat de Barcelona - Campus de Turisme, Hoteleria i Gastronomia, [www.cett.es](http://www.cett.es)

Università degli studi di scienze gastronomiche, [www.unisg.it](http://www.unisg.it)

University of Derby, [www.derby.ac.uk](http://www.derby.ac.uk)

University of Surrey - School of hospitality and tourism management, [www.surrey.ac.uk/shtm/](http://www.surrey.ac.uk/shtm/)

### CORSI

Università di Bologna, Master in Enogastronomia ed Ospitalità, <http://www.unibo.it/it/didattica/master/2014-2015/enogastronomia-ed-ospitalita>

Università Carlo Cattaneo LIUC, Master in food management,  
<http://www.liuc.it/cmgenerale/default.asp?ssito=201&codice=1>

Università Cattolica del Sacro Cuore, Master in Food Management and Green Marketing  
<http://smea.unicatt.it/smea-master-in-food-management-and-green-marketing-presentazione>

Università Ca' Foscari di Venezia, Master I livello Cultura del cibo e del vino per la valorizzazione e la promozione delle risorse enogastronomiche, <http://www.unive.it/pag/4824/>

Università degli studi di Bari Aldo Moro, Laurea in Beni Enogastronomici,  
<http://www.uniba.it/ateneo/facolta/agraria/offerta/corsiagraria/beni-enogastronomici-inter-classe-facolta-di-agraria-lettere-e-filosofia>

Università degli studi di Foggia, Laurea in Scienze gastronomiche,  
<http://www.unifg.it/laurea/corsi/curriculum/piano-di-studio-statutario-6>

Università di Macerata, Master in Cultura e marketing dell'enogastronomia e dell'ospitalità,  
<http://www.unimc.it/af/archivio%20master/08/mastercmo>

Università degli studi di Milano, Corso di laurea in Viticoltura ed enologia,  
<http://www.agraria.unimi.it/G25/presentazione.php>

## Dossier Alta Formazione ad Astino

Università degli studi di Napoli "Parthenope", Master in Tourism and Hospitality Management, <http://www.mthm.uniparthenope.it/>

Università degli studi di Padova, Corso di laurea in Scienze e cultura della gastronomia e della ristorazione, <http://didattica.unipd.it/offerta/2013/AG/IF0365/2008>

Università degli studi di Parma, Laurea triennale in scienze gastronomiche, <http://www.foodscience.unipr.it/it/node/1673>

Università degli Studi di Parma, Master COMET (Master di I livello in Cultura, Organizzazione e Marketing ell'Enogastronomia Territoriale), <http://www.mastercomet.unipr.it/>

Università degli Studi di Parma, Master in Agribusiness and Food Management, <http://www.unipr.it/node/8227>

Università degli Studi di Roma Tor Vergata, Master in teoria e pratica della gastronomia, [http://web.uniroma2.it/modules.php?name=Content&action=showpage&navpath=did&content\\_id=15929&section\\_id=4433](http://web.uniroma2.it/modules.php?name=Content&action=showpage&navpath=did&content_id=15929&section_id=4433)

Università degli studi di Teramo, Laurea in viticoltura ed enologia, <http://www.unite.it/UniTE/Engine/RAServePG.php/P/25801UTE0400/M/26301UTE0412>

Università degli studi di Torino, Corso di laurea in Scienze e Tecnologie Agroalimentari, [http://agraria-offdid.campusnet.unito.it/do/home.pl/View?doc=/paginecds/STA/cds\\_in\\_breve\\_STA.html](http://agraria-offdid.campusnet.unito.it/do/home.pl/View?doc=/paginecds/STA/cds_in_breve_STA.html)

Università degli studi di Torino, Corso di Laurea in Viticoltura ed Enologia, <http://www.viticolturenologia.unito.it/>

Università del Salento, Master in Marketing & management in wine and agrifood business, <https://www.economia.unisalento.it/753>

Università di Bari, Short Master in Tourism Hospitality , <http://www.uniba.it/didattica/master-universitari/master-universitari-2014-2015/tourism-hospitality>

Università di Bologna, Corso di laurea in Viteicoltura ed enologia, <http://corsi.unibo.it/Laurea/ViteicolturaEnologia/Pagine/default.aspx>

Università di Palermo, Arces, Florida International University, Master di I Livello: Hospitality Management F&B, [http://www.arces.it/portale/adDetail.asp?ad\\_id=1789#VjDR97cvfIU](http://www.arces.it/portale/adDetail.asp?ad_id=1789#VjDR97cvfIU)

Università La Sapienza di Roma, Master in Progettazione, adeguamento e gestione di alberghi, <http://www.uniroma1.it/didattica/master/progettazione-adequamento-e-gestione-di-alberghi>

Università di Pisa, Master in Management Turistico Alberghiero, [www.mastermta.it](http://www.mastermta.it)

Institut Paul Bocuse, MSc in International Hospitality Management, <http://www.msc-hospitality.com/>



**Referente:**

**Roberta Garibaldi**

**roberta.garibaldi@unibg.it**

**Responsabilità Scientifica:**

**Roberta Garibaldi**

**Matteo Kalchschmidt**

**Gruppo di lavoro:**

**Simonetta Chiodi**

**Francesca Orlandini**

**Elena Viani**