

Decreto del Rettore
Repertorio n. 1879/2021
Prot. n. 136726 del 06/12/2021
Titolo III Classe 5

OGGETTO: *Istituzione e attivazione della VI edizione del corso di master di I livello, di durata annuale, in “Economia, innovazione, comunicazione e accoglienza per l’impresa turistica”, presso il Dipartimento di Giurisprudenza e Scienze Politiche, Economiche e Sociali, in collaborazione con LVG Group, per l’A.A. 2021/2022.*

IL RETTORE

... Omissis...

DECRETA

1. Di istituire e attivare la VI edizione del corso di master di I livello, di durata annuale, in “Economia, innovazione, comunicazione e accoglienza per l’impresa turistica”, presso il Dipartimento di Giurisprudenza e Scienze Politiche, Economiche e Sociali, in collaborazione con LVG Group, per l’A.A. 2021/2022, secondo il testo di seguito riportato.

Corso di Master di I livello
in
“Economia, innovazione, comunicazione e accoglienza per l’impresa turistica”
(A.A. 2021/2022, VI ed.)

Art. 1
Tipologia, durata e denominazione del corso

Si istituisce, per l’A.A. 2021/2022, il corso di Master di I livello in Economia, innovazione, comunicazione e accoglienza per l’impresa turistica, presso la Struttura Del Dipartimento DIGSPES dell’Università degli Studi del Piemonte Orientale, ad Alessandria. Il master è organizzato insieme a LVG Group, in base a quanto regolamentato nella convenzione.



Art. 2

Requisiti di ammissione al corso

Possono presentare domanda di ammissione al corso coloro che abbiano conseguito la laurea triennale, magistrale, o titolo equipollente. Costituiranno requisiti preferenziali di ammissione al corso, possedere il diploma di laurea in Promozione e Gestione del Turismo, laurea in Economia Aziendale, laurea in Scienze Politiche. Costituisce titolo preferenziale anche avere esperienza lavorativa nel settore turistico.

Possono presentare domanda anche laureandi che conseguano il titolo entro il termine previsto per l'iscrizione e con il titolo stesso riferito al massimo all'anno accademico 2020/2021.

Non sono necessarie conoscenze aziendali o economiche; eventuali lacune di base possono essere recuperate internamente al master.

Al master possono partecipare, in qualità di uditori, coloro che abbiano conseguito un diploma di scuola secondaria superiore.

Gli uditori non sostengono gli esami e ottengono, al termine del periodo di frequenza del modulo, un attestato di frequenza se hanno frequentato almeno il 75% delle lezioni previste; gli uditori non partecipano allo stage. L'ammissione degli uditori è stabilita dal consiglio di corso, sulla base del curriculum vitae del candidato.

Art. 3

Obiettivi formativi e potenziali sbocchi professionali

Obiettivo del master è quello di formare persone capaci di comunicare, di pianificare campagne di comunicazione, in particolare utilizzando gli strumenti forniti dal web, di accogliere persone all'interno di realtà turistiche e commerciali, di interagire con i clienti, di conoscere il mondo del turismo e del commercio e la realtà delle imprese.

Il master si propone di:

- fare interagire conoscenza teorica e sapere pratico e quindi di fare sistema con il mondo del lavoro;
- sviluppare l'interazione tra ricerca e formazione, in modo da fornire agli studenti informazioni aggiornate sulle tendenze del turismo e del consumo e sulle novità a livelli diversi (tecnologia, legge, modelli di comportamento) e stimoli ad innovare e ad adattarsi agli standard più elevati;
- sviluppare una maggiore interdisciplinarietà e attenzione agli sviluppi tecnologici, oltre che alla psicologia del consumatore e del turista, in modo da riuscire a seguire, se non anticipare le richieste del mercato.

Il master ha tre indirizzi: "Controllo di gestione e Revenue Management", "Percorsi e promozione del turismo locale", "Economia ed Innovazione dei Servizi". Il primo di propone di fornire di formare figure professionali pronte a gestire in autonomia e con un approccio



manageriale qualunque tipologia di struttura ricettiva, rispondendo alla concreta domanda del settore. Il secondo si propone di offrire una visione completa del turismo, a partire dalla scelta del turista, alla prospettiva dell'azienda turistica. Oltre alla visione dei grandi operatori del settore, il master focalizza l'attenzione sulla dimensione locale, collaborativa e diffusa del turismo e sulle prospettive imprenditoriali del settore. Il terzo indirizzo è focalizzato sulle imprese commerciali, sulla grande distribuzione, sul commercio online anche per imprese in settori diversi dal turismo. L'obiettivo è quello di fornire strumenti per svolgere attività di comunicazione e di relazioni esterne, oltre che migliorare la capacità di accogliere e gestire i clienti.

I tre indirizzi si distinguono rispetto al progetto finale e alle attività pratiche proposte.

Art. 4 **Piano didattico**

Il corso si sviluppa su sette insegnamenti (intesi come discipline che potranno, o meno, essere poi suddivise in moduli, con docenti accademici ed esperti del mondo del lavoro). La formazione è completata da un laboratorio, da una serie di attività pratiche e dalla scrittura di un elaborato finale.

L'articolazione degli insegnamenti, caratterizzati per settore scientifico-disciplinare, per crediti attribuiti, per ore di impegno è presentata in Tabella 1.

Tabella 1. Insegnamenti

Insegnamento	SSD	CFU	Ore di attività didattica	Ore di studio individuale
Economia Politica Modulo 1: introduzione all'economia del turismo Modulo 2: metodologie di calcolo dei costi Modulo 3: la break-even analysis	SECS-P/01	3	24	51
Economia e psicologia del turismo, del commercio e del consumo Modulo 1: il comportamento organizzativo Modulo 2: l'economia del settore digitale Modulo 3: il comportamento del consumatore online e nel punto vendita e la profilazione Modulo 4: il project management	SECS-P/01	5	40	85



Modulo 5: economia dell'esperienza				
Marketing e web marketing Modulo 1: Food & Beverage Management: come costruire la marginalità passo dopo passo Modulo 2: decisioni e strategie di marketing: social network e sito web Modulo 3: Revenue Management Modulo 4: promozione turistica territoriale Modulo 5: il marketing digitale	SECS-P/08	5	40	85
Management e imprenditorialità Modulo 1: tecnologia ed innovazione a supporto delle decisioni Modulo 2: analisi degli scostamenti Modulo 3: le figure professionali e la consulenza in ambito ristorativo	SECS-P/08	3	24	51
Strumenti di analisi empirica per le decisioni Modulo 1: statistica, analisi ed interpretazione della performance Modulo 2: stima del valore di una azienda	SECS-S/01	2	16	34
Economia delle decisioni Modulo 1: il ragionamento critico, gli esperimenti e gli errori decisionali Modulo 2: costruire esperimenti in un punto vendita	SECS-P/01	2	16	34
La contabilità e il controllo di gestione dell'azienda (Modulo: la finanza in azienda: sostenibilità aziendale e ottimizzazione della fiscalità)	SECS-P/07	1	8	17
Laboratorio di comunicazione ed ascolto Laboratorio di scrittura Laboratorio di fotografia e video Laboratorio di creazione di podcast		3	24	51



Nota: i moduli sono di 8 ore ciascuno e prevedono mediamente circa 6 ore di registrazione e due in diretta web, per esercizi, domande e interazione.

Tabella 2

	CFU	Ore
Competenze pratiche e aggiuntive	26	650

Tabella 3

	CFU	Ore
Prova finale	10	250

Tabella 4

	CFU	Ore
Totale	60	1.500

Art. 5

Modalità di svolgimento delle attività didattiche

Le lezioni saranno tenute da docenti universitari e da operatori del settore. Le lezioni potranno essere seguite interamente a distanza. Una parte delle lezioni sarà in diretta in modo da interagire e dialogare con i docenti e i compagni. Le lezioni comprenderanno argomenti teorici, e approfondimenti pratici sui temi della scelta turistica, della gestione delle imprese del settore e della soddisfazione del cliente.

Le ore di attività pratiche possono includere stage e tirocini che non sono obbligatori. Esperienze o conoscenze pregresse degli studenti in qualsiasi ambito attinente alle materie del master potranno essere riconosciute e convalidate dal direttore del master, entro i limiti previsti dalla normativa.

Il master prevede 26 crediti per competenze pratiche. In questa voce rientrano molte possibili attività, a partire dagli stage, al riconoscimento di attività lavorative, ad incontri e interazione con i protagonisti del mondo del turismo, del commercio, dell'impresa e della comunicazione. Sono comprese anche esercitazioni e seminari e tutta una serie di attività realizzate internamente al master (scrittura sui social, project management, organizzazione di eventi o esterne).

Gli studenti avranno la possibilità di partecipare a un fine settimana presso l'Hotel Al Mulino (Alessandria) o presso altre strutture del gruppo, per conoscere la vita e il funzionamento di un albergo. Le ore relative fanno parte delle attività pratiche.



Gli studenti avranno a disposizione alcune ore di tutorato, a cura di LVG e degli altri partner del master. L'obiettivo è quello di orientare al mondo del lavoro e alla crescita professionale.

Nel corso del master sono utilizzati materiali didattici e software *opensource*. In questo modo si elimina il costo dei libri e si insegna agli studenti a reperire on line materiale affidabile.

Art. 6

Modalità di attestazione della frequenza

La frequenza alle lezioni è verificata attraverso le modalità garantite dalla piattaforma DIR. *Per ottenere il conseguimento del titolo è necessario frequentare almeno il 75% delle lezioni.*

Art. 7

Modalità di selezione dei partecipanti

La selezione avviene a cura del direttore del Master (aiutato dal consiglio di corso di studi) che accetta i candidati previa valutazione del curriculum e della lettera di motivazione. Eventualmente può convocare i candidati per un colloquio. La selezione mira a individuare studenti motivati e in grado di partecipare attivamente e con profitto alle attività didattiche.

Art. 8

Periodo e sede di svolgimento del corso

Il corso di Master in Economia, Innovazione, Comunicazione e Accoglienza per l'Impresa turistica, si svolgerà nell'anno accademico 2021/2022. Le lezioni si svolgeranno presso la sede DIGSPES ad Alessandria o presso le sedi dei partner, se si rendessero necessari a partire da febbraio 2022. Il master terminerà entro dicembre 2022.

Art. 9

Numero minimo di studenti

Il master verrà effettivamente svolto se si iscriveranno almeno 20 studenti.

Art. 10

Quota di iscrizione

La quota di iscrizione è fissata in € 1.400,00 da versare in due rate. La prima rata pari a € 700,00 va versata entro il termine previsto per l'iscrizione, la seconda rata è pari a € 700,00 e va versata entro il 30 maggio 2022. All'importo della prima rata verrà aggiunto il valore della marca da bollo da assolversi virtualmente (€ 16,00).

La quota d'iscrizione per gli uditori è pari a € 700,00 da versare entro il termine previsto per l'iscrizione e comprende tutte le lezioni. All'importo verrà aggiunto il valore della marca da bollo da assolversi virtualmente (€ 16,00).



Art. 11

Sede

Il master si avvale delle strutture del DIGSPES e di quelle degli enti che collaborano al master, se necessario.

Art. 12

Domanda di ammissione al Master

La domanda di ammissione (vedere sito web "www.uniupo.it" -> "Corsi" -> "Master" -> "Modulistica") deve essere inviata per e-mail all'indirizzo master.tur@uniupo.it insieme a un curriculum vitae e a una lettera di motivazione. Il Direttore del Master, valutato il cv, la lettera ed eventualmente dopo un colloquio, dispone il nullaosta per l'iscrizione e lo comunica al candidato e alla segreteria. La richiesta del candidato, attraverso mail, deve pervenire entro le ore 16.00 del **28 gennaio 2022**. Gli uditori presentando la domanda di ammissione disponibile in allegato 1 e possono procedere all'iscrizione dopo aver ricevuto il nullaosta dal Direttore del Corso.

Art. 13

Domanda di immatricolazione al corso

La domanda d'immatricolazione potrà essere caricata on line successivamente all'ottenimento del nullaosta e sino alle ore 12.00 del **7 febbraio 2022**.

Al fine di effettuare l'immatricolazione e i versamenti, è necessario connettersi alla pagina web <http://www.studenti.uniupo.it/Home.do>; seguire il percorso Area Riservata -> Registrazione, quindi cliccare su "Registrazione Web"; inserire le informazioni progressivamente richieste, sino alla generazione del proprio identificativo, al quale sarà da associare una password; accedere all'Area Riservata mediante l'identificativo generato (al termine della procedura di cui al punto precedente, sarà sufficiente cliccare su "Procedi con autenticazione"); cliccare su "Segreteria", accedendo alla "Pagina Immatricolazione" e inserire le informazioni progressivamente richieste; al termine della procedura selezionare la voce "Stampa bollettini", e quindi la voce "Fattura", dove comparirà la distinta di versamento relativa alla prima rata (la distinta relativa alla seconda comparirà in seguito); effettuare il pagamento tramite il nodo PagoPA oppure stampare la distinta relativa alla prima rata e utilizzarla per effettuare il versamento in questione presso qualsiasi istituto bancario, anche in home-banking (analogamente si dovrà procedere in seguito per il versamento della seconda rata).

Il numero assegnato dal sistema al termine della procedura on-line, una volta perfezionata l'iscrizione, sarà confermato come matricola effettiva attribuita allo studente (nel caso di accessi successivi alla registrazione, laddove il sistema non riconosca come nome utente la stringa "nome.cognome", si ovvierà inserendo tale numero di matricola; quanto alla password, si dovrà utilizzare quella precedentemente prescelta).



L'effettiva iscrizione al Master è subordinata al pagamento della I rata e dell'importo della marca da bollo virtuale entro il termine previsto (il Dipartimento verificherà l'avvenuto versamento della stessa in mancanza della quale la domanda d'iscrizione non potrà essere accettata).

Non sarà possibile la restituzione della quota d'iscrizione dopo l'inizio dell'attività di didattica frontale.

Art. 14

Consiglio di Corso di Master

Il direttore del corso è il Professor Marco Novarese. Il consiglio è inoltre composto dalla professoressa Quattrocchio e da due persone indicate da LVG Group. Il Consiglio del Corso progetta il Master e sovrintende alla sua gestione.

Art. 15

Afferenza amministrativa

Il master afferisce al DIGSPES.

Art. 16

Verifiche intermedie del profitto

Il master prevede verifiche intermedie per ciascun insegnamento, definite dal direttore del master. Non c'è un voto ma una idoneità.

Art. 17

Contenuti, caratteristiche ed eventuale numero di crediti della prova finale

Al termine del percorso formativo il candidato sarà sottoposto a una prova finale consistente nella presentazione di una tesina attinente ai temi del master. La prova finale garantisce una valutazione su un totale di 30 ed è valutata da una commissione composta dal direttore del master e da altri due docenti del master.

Art. 18

Titolo/attestato rilasciato

Al candidato che abbia rispettato l'obbligo di frequenza, abbia superato le verifiche intermedie del profitto oltreché la prova finale verrà rilasciato il titolo di Master Universitario di I livello. La valutazione finale è su un totale di centodieci punti, e dipende dal progetto finale e dalla partecipazione generale ai lavori.

Gli uditori ricevono un attestato di frequenza, posto che abbiano frequentato almeno il 75% delle attività.



Art. 19
Responsabili dei procedimenti

Il Responsabile del Procedimento competente per gli adempimenti relativi all'istituzione e attivazione del corso è individuato nel Responsabile del Settore Alta Formazione, Dott.ssa Mara Zilio.

Il Responsabile del Procedimento competente per la fase di selezione dei partecipanti e di iscrizione al corso è individuato nel Responsabile del Settore Amministrazione del Dipartimento di Giurisprudenza e Scienze Politiche, Economiche e Sociali, Dott. Luciano Pugliese.

Art. 20
Piano preventivo

... Omissis...

VISTO
IL RESPONSABILE DEL SETTORE ALTA FORMAZIONE
(Mara Zilio)

IL RETTORE
(Gian Carlo Avanzi)

Documento informatico sottoscritto con firma digitale ai sensi del D.Lgs. n. 82/2005 e ss.mm.ii.



(All.1)

DOMANDA DI AMMISSIONE COME Uditore

**Alla selezione del Master in Economia, Innovazione,
Comunicazione e Accoglienza per l'Impresa Turistica (MEICA)
A.A. 2021/2022 VI Edizione**

Al Direttore del Master Prof. Marco Novarese

____ I ____ sottoscritt _____
nat ____ a _____ prov _____
il _____ e residente in _____
cap _____ prov _____ via _____ n _____,
cell _____ e-mail _____
in possesso del seguente titolo di studio: _____
conseguito in data _____ presso l'istituto _____
_____ di _____
prov. _____ con votazione _____

CHIEDE

di essere ammesso, in qualità di uditore, alla procedura di selezione del Corso di Master di primo livello in Economia, Innovazione, Comunicazione e Accoglienza per l'Impresa Turistica (MEICA).

Allega la seguente documentazione:

- Autocertificazione del titolo di studio posseduto
- *curriculum vitae et studiorum*
- altro _____

Inoltre, dichiara che, in caso di ammissione, verserà la tassa d'iscrizione pari ad Euro 700,00 e l'importo della marca da bollo virtuale pari a Euro 16,00 per l'iscrizione all'intero Master in qualità di uditore

Luogo e data _____

Firma _____

Informativa all'interessato ai sensi dell'art.13 del "Codice in materia di protezione dei dati personali" (D.Lgs. 196/03)

I dati personali raccolti saranno utilizzati dall'Università del Piemonte Orientale, titolare del trattamento, nel pieno rispetto dei principi dettati dal D.Lgs.196/03.