



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DELLA BASILICATA
DIPARTIMENTO DI MATEMATICA, INFORMATICA ED ECONOMIA

**REGOLAMENTO DIDATTICO
DEL MASTER DI I LIVELLO
IN
“PROJECT MANAGER E DIGITAL
INNOVATION NEL SETTORE TURISTICO E
CULTURALE - PROMANDIT”**

Anni Accademici 2023/2024 - 2024/2025 - 2025/2026

1. OBIETTIVI FORMATIVI E FINALITÀ DEL CORSO E DEI SINGOLI CURRICULA, SE PREVISTI, ANCHE IN RELAZIONE ALLA DOMANDA NEL SETTORE PROFESSIONALE AL QUALE SI RIFERISCONO

Il Master PROMANDIT ha come obiettivo la formazione e l'aggiornamento professionale di figure specializzate nella governance e nel management delle imprese e delle destinazioni turistiche, nazionali ed internazionali. In particolare si fa riferimento a imprese alberghiere, tour operator, agenzie di viaggi, imprese di ristorazione e tutte le altre tipologie di imprese operanti nel sistema turistico. Lo studente acquisirà e svilupperà competenze manageriali adeguate nella valorizzazione e nello sviluppo sostenibile delle risorse culturali, con un focus sulle nuove tecnologie che consentono di gestire il Marketing, i Media, la Comunicazione di marca, di prodotto e di servizio in modo integrato con il Web 4.0 (marketing ubiquo), elaborando strategie cross-mediali e multicanale in uno scenario dove il digitale ha profondamente modificato il rapporto azienda/consumatore e la relazione tra i consumatori e le marche si sviluppa in forma di una conversazione in tempo reale. Nel campo informatico, in particolare, vengono forniti gli strumenti teorici e pratici volti ad acquisire la capacità di ideare e gestire con efficacia contenuti e piattaforme web proprietarie oltre che per l'utilizzo dei customer generated media nella promozione turistica. Il Master PROMANDIT accanto a discipline caratterizzanti legate ai fondamenti di gestione del mercato turistico (Web Marketing, Business plan dell'impresa turistica e strumenti di accessi al credito, Sistemi informativi web-based per il turismo, Contrattualistica del settore turistico e rapporto con le OTA, Organizzazione e gestione degli eventi, Digital Innovation e Fintech per il turismo, GIS per l'analisi dell'ambiente e del paesaggio tra presente e passato) dà largo spazio agli aspetti sia teorici che pratici legati al tema delle nuove tecnologie applicate al turismo. Nel campo informatico, in particolare, vengono forniti gli strumenti teorici e pratici volti ad acquisire la capacità di ideare e gestire con efficacia contenuti e piattaforme web proprietarie oltre che per l'utilizzo dei customers generated medias nella promozione turistica. Il master si struttura su tre livelli di competenze ed insegnamenti, in particolare: sistemi informativi web-based per il turismo, GIS per l'analisi dell'ambiente e del paesaggio, Web Marketing, Contrattualistica del settore turistico e rapporti con le OTA, Digital Innovation, Finetech per il turism e Digital storytelling.



2. PROFILI PROFESSIONALI E SBOCCHI OCCUPAZIONALI

Il Master intende coniugare, in un'unica figura professionale, competenze in grado di analizzare/gestire la catena del valore dei servizi turistici e, al tempo stesso, competenze di carattere tecnologico che possano aiutare gli operatori del settore turistico e culturale a rimodulare le innumerevoli applicazioni, applicando parametri di efficacia ed efficienza delle stesse.

Il Master ha lo scopo di formare quelli che intendono intraprendere carriere gestionali e direttive nel settore del turismo e dell'ospitalità, dando la possibilità di approfondire la progettazione e la gestione delle imprese turistiche, delle destinazioni e dei prodotti turistici nel contesto del social media marketing ed inoltre di formare Manager capaci di inserirsi in realtà aziendali disparate o, grazie alla loro professionalità, di lavorare come consulenti esterni. Una figura professionale che promuove prodotti e servizi turistici attraverso strategie e mezzi di comunicazione online che massimizzino la visibilità e le interazioni con i potenziali clienti. Nel dettaglio, parliamo di una figura in grado di ideare campagne di marketing online per promuovere le opportunità turistiche del territorio; curare la gestione (ideazione, reperimento, pubblicazione e aggiornamento) dei contenuti (di tipo testuale, grafico e multimediale) del sito web aziendale; gestire le campagne di web advertising e di email marketing; gestire attività di viral marketing e di campagne sui social network; gestire le attività di reportistica prevista per il sito (traffico, registrazioni, utilizzo dei servizi).

L'idea è di forgiare una figura professionale che si occupa di definire, gestire e verificare, coerentemente con il business e il marketing aziendale, la presenza in Internet dell'impresa turistico-alberghiera (hotel, tour operator, agenzie viaggi, etc.), le sue strategie e la comunicazione online utilizzando le tecniche e gli strumenti che attraverso il web consentono di sviluppare interazioni con gli utenti e rapporti commerciali.

3. TITOLI DI STUDIO PER L'ACCESSO

Possono presentare domanda di ammissione al Master coloro i quali siano in possesso di Laurea/Laurea magistrale a c.u. in una delle seguenti classi, o titolo equipollente ai sensi degli ordinamenti previgenti

4. MODALITÀ DI AMMISSIONE

La selezione per l'ammissione al Master *Promandit* sarà effettuata sulla base del voto conseguito nel titolo di studio previsto per l'accesso e di eventuali altri titoli, comprese la laurea magistrale e le ulteriori lauree e lauree magistrali a ciclo unico diverse da quella utilizzata per l'accesso, o esperienze professionali che siano attinenti con l'ambito formativo del Master. Si prevede inoltre lo svolgimento di un colloquio conoscitivo-motivazionale e attitudinale. La valutazione dei titoli sarà effettuata dalla Commissione esaminatrice secondo criteri inappellabili. Al termine della selezione la commissione esaminatrice stilerà una graduatoria di merito degli idonei. A parità di punteggio precede il candidato più giovane.



Per l'attivazione del Master il numero minimo di iscritti deve essere di almeno 10 unità.

5. SEDE E PERIODI DI SVOLGIMENTO DELLE ATTIVITÀ

Le lezioni si svolgeranno presso l'Università degli Studi della Basilicata, Campus di Macchia Romana, in Via dell'Ateneo Lucano 10 – Potenza.

Alcune attività, per un massimo dell'80% delle ore complessive, saranno erogate a distanza su piattaforma Google meet.

Le attività delle tre edizioni del Master si svolgeranno secondo la seguente programmazione:

- I edizione: luglio 2024 - aprile 2025
- II edizione: ottobre 2024 - luglio 2025
- III edizione: ottobre 2025 - luglio 2026.

6. ELENCO MODULI DIDATTICI, UNITA' DIDATTICHE, ATTIVITA' FORMATIVE E TIROCINIO.

Denominazione Moduli	SSD	CFU	ore didattica frontale	Studio Individuale	Laboratorio	totale ore
Modulo1: Principi di economia e gestione delle imprese e scenari del settore turistico	SECS-P/08	6	36	114		150
<i>UD1 - principi di economia</i>		3	18	57		75
<i>UD2 - Gestione delle imprese e scenari del settore turistico</i>		3	18	57		75
Modulo 2 : Destination management e organizzazione aziendale nelle imprese turistiche	SECS-P/10	6	36	114		150
<i>UD1-destination Managent</i>		3	18	57		75
<i>UD2 - Organizzazione aziendale nelle imprese turistiche</i>		3	18	57		75
Modulo 3- Il business plan dell'impresa turistica e organizzazione e gestione degli eventi	SECP-P/08	6	36	114		150
<i>UD1 - Il business plan dell'impresa turistica</i>		3	18	57		75
<i>UD2-Organizzazione e gestione degli eventi</i>		3	18	57		75
Modulo 4- Sistemi informativi web-based per il turismo , GIS per l'analisi dell'ambiente e del paesaggio e Web Marketing	ING-INF 05	6	36	114		150
<i>UD1- Sistemi informativi web-based per il turismo</i>		2	12	38		50
<i>UD2-GIS per l'analisi dell'ambiente e del paesaggio</i>		2	12	38		50



<i>UD3- Web Marketing</i>		2	12	38		50
Modulo 5- Contrattualistica del settore turistico e rapporti con le OTA e Digital Innovation e Fintech per il turismo e digital storytelling	SECS P//09	6	36	114		150
<i>UD1-Contrattualistica del settore e rapporti con le OTA</i>		2	12	38		50
<i>UD2-Digital Innovation e Finetech per il turismo</i>		2	12	38		50
<i>UD3-Digital Storytelling</i>		2	12	38		50
TOTALE DIDATTICA FRONTALE		30	180	570		750
Attività pratiche (laboratori/autoapprendimento)		10		130	120	250
Tirocinio		10				250
Prova finale – Project Work		10				250
TOTALE		60	180	700	120	1500

7. PRINCIPALI CONTENUTI DEI MODULI DIDATTICI E DELLE UNITÀ DIDATTICHE

Denominazione	Contenuti
Modulo1: Principi di economia e gestione delle imprese e scenari del settore turistico	Principi di gestione delle imprese di servizi. Percorsi di sviluppo strategico delle imprese. Analisi e problematiche di sviluppo dello scenario turistico, nazionale ed internazionale.
Modulo 2: Destination management e organizzazione aziendale nelle imprese turistiche	Management e governance della destinazione turistica. Gestione delle relazioni tra gli attori della destinazione turistica. Gestione dei punti di attrazione. Turismo congressuale. Creazione e promozione del prodotto turistico. Gestione e organizzazione delle risorse umane Organigramma, funzioni gramma e mansionario. Knowledge Management nelle imprese turistiche. Valorizzazione del patrimonio turistico.
Modulo 3- Il business plan dell'impresa turistica e organizzazione e gestione degli eventi	Strumenti di accesso al credito: la gestione dei rapporti tra banche e aziende turistiche, l'analisi della dinamica finanziaria aziendale, la costruzione del business plan, minacce e opportunità del settore, analisi qualitativa d'impresa; il sistema turistico, la classificazione e la progettazione di eventi turistici, l'approccio project based, la gestione dell'evento e i meccanismi di coordinamento, la gestione dell'interdipendenza e del rischio, Event Manager e leadership efficace.



Modulo 4- Sistemi informativi web-based per il turismo, GIS per l'analisi dell'ambiente e del paesaggio e Web Marketing	Pianificazione strategica, analisi e sviluppo di un sistema informativo, cenni sulle modalità di estrazione di informazioni da un Sistema Informativo, il ruolo delle moderne tecnologie informatiche nelle imprese della filiera del turismo. gli effetti sul territorio e sul paesaggio delle scoperte geografiche e delle rivoluzioni commerciali e industriali, l'inserimento dati nei software GIS, funzionalità GIS, la creazione di una mappa; concetti introduttivi del Marketing turistico, il Pricing dinamico e lo Yield Management, Search engine marketing, SEO, Keyword advertising, Metatags, Social Media marketing, le tematiche del marketing management delle aziende turistiche.
Modulo 5- Contrattualistica del settore turistico e rapporti con le OTA e Digital Innovation e Fintech per il turismo e digital storytelling	Nascita e organizzazione del Tour Operating in Italia, contratti alberghieri e aerei, le problematiche legate al mondo del Tour Operating conoscenza teorica che pratica delle tecniche di Web Marketing, comprensione degli indici di riferimento e realizzazione di un modello base di Controllo di Gestione: ROI e Analytics Storytelling, content management, news management, principi di copywriting, esercitazioni e attività laboratoriali per la produzione di contenuti (testi, foto e video).

8. MODALITÀ DI SVOLGIMENTO DELLA DIDATTICA

Come da normativa vigente ogni CFU corrisponde a un carico di lavoro complessivo per lo studente di 25 ore. Nel Master PROMANDIT per le attività di didattica frontale in aula (o in remoto), a ogni credito corrispondono 6 ore di lezione e 19 ore di studio individuale.

Le attività formative comprendono:

- lezione in presenza (frontali d'aula) e lezioni da remoto su piattaforma Google Meet (non oltre l'80% delle ore previste), seminari, esercitazioni e testimonianze;
- stage presso Aziende o Enti;
- predisposizione del project work finale.

9. MODALITÀ E OBBLIGHI DI FREQUENZA E FORME DI CONTROLLO

La presenza alle attività del master è obbligatoria e sarà verificata attraverso registri cartacei, per le attività in presenza, e attraverso gli strumenti di supporto della piattaforma Google Meet, per le attività in remoto.



10. MODALITÀ DI SVOLGIMENTO DELLE VERIFICHE PERIODICHE

La valutazione dell'efficacia del percorso formativo è effettuata mediante prove di verifica a conclusione di ogni modulo didattico.

Le verifiche possono consistere in prove orali o scritte, relazioni sull'attività svolta, test con domande a risposta aperta o chiusa. Le modalità di espletamento delle stesse sono stabilite dal docente responsabile dell'attività formativa.

11. MODALITÀ DI SVOLGIMENTO DELLA PROVA FINALE

La prova finale, il cui superamento attribuisce 10 CFU, consiste nell'elaborazione e discussione di un project work formativo personalizzato che ciascuno studente sviluppa, di concerto con il tutor e l'impresa o ente ospitante l'attività di stage, in relazione a un tema relativo a uno degli insegnamenti previsti dal percorso formativo. Il progetto sarà discusso e valutato come elaborato finale.

Sono ammessi a partecipare alla prova finale coloro che risulteranno presenti ad almeno l'80 delle attività complessive, che avranno svolto lo stage e che avranno superato tutte le prove di verifica.

Gli allievi che supereranno la prova finale conseguiranno il titolo di **Master di I livello in "Project Manager e Digital Innovation nel settore turistico e culturale – PROMANDIT"**.

La votazione della prova finale è espressa in centodecimi e si intende superata se lo studente consegue la votazione minima 66/110. Il voto base per la prova finale parte dalla media ponderata per cfu dei voti, espresso in trentesimi, riportati nelle prove di verifica e la commissione può attribuire all'elaborato finale da 0 a 11 punti.

12. MODALITÀ DI RICONOSCIMENTO DI CREDITI FORMATIVI GIÀ ACQUISITI

Nei limiti previsti dalla legge, è previsto il riconoscimento di CFU già acquisiti e certificati.

13. MODULI DIDATTICI E UNITÀ DIDATTICHE CUI È POSSIBILE ISCRIVERSI SINGOLARMENTE

Non è possibile iscriversi a singoli moduli didattici o unità didattiche senza aver preso parte alla selezione per l'ammissione al Master.