

Luiss Business School

Divisione di Luiss Guido Carli

Profilo in uscita

Manager del turismo con competenze economiche, gestionali ed organizzative in grado di inserirsi a livello dirigenziale o di responsabilità nelle imprese turistiche dell'ospitalità e dei servizi turistici: alberghi e catene alberghiere, organizzatori congressuali, centri congressi, aziende di servizi turistici, tour operator, network di agenzie.

Obiettivi

Attraverso l'analisi delle potenzialità e delle prospettive di sviluppo del settore turistico, il corso intende fornire agli allievi gli strumenti e le conoscenze adeguate per operare nei diversi settori della filiera turistica attraverso la conoscenza interdisciplinare delle attività di gestione turistica.

Destinatari

Giovani laureati in qualunque disciplina universitaria o laureandi, che abbiano terminato gli esami e siano in attesa di discutere la tesi. Giovani professionisti di aziende del settore.

Struttura

Il corso è full time, con frequenza obbligatoria. Il numero dei partecipanti è programmato per garantire la qualità e massimizzare l'efficacia didattica.

Il programma è di complessive 354 ore di formazione articolate in Insegnamenti di General Management e Insegnamenti di Specializzazione.

Nell'ambito del percorso formativo è previsto un ciclo di incontri di orientamento che consentirà ai partecipanti di sviluppare competenze per strutturare un curriculum efficace e sostenere un colloquio in azienda.

I partecipanti avranno, inoltre, l'opportunità di frequentare gratuitamente un modulo di informatica.

Stage

Luiss Business School, al termine del percorso formativo, promuove stage presso aziende, società di consulenza, istituzioni, associazioni e studi professionali, compatibilmente con la disponibilità delle strutture ospitanti e subordinatamente al superamento del processo di selezione presso le strutture stesse.

Nelle precedenti edizioni, hanno concesso stage, tra gli altri:

Nelle precedenti edizioni, hanno concesso stage tra gli altri: Hotel St Regis Grand – Marriott Grand Hotel Flora – Intercontinental De La Ville Roma – Cavalieri Hilton Roma – Hilton Rome Airport – Radisson SAS es Hotel – Hotel Invest – Hotel Melià Roma Aurelia Antica– Sheraton Roma – Sheraton Golf Parco de' Medici Hotel and Resort – Ventura Spa – Studio Ega.

Programma

MANAGEMENT DELLE IMPRESE TURISTICHE

Insegnamenti di General Management

Diritto societario

Contabilità e bilancio

Strategia

Organizzazione
Marketing e Comunicazione

Insegnamenti di specializzazione

1. ANALISI DEL SETTORE TRAVEL, TOURISM and LEISURE

Dimensione del mercato e sua segmentazione
Tendenze e strategie di crescita del settore
Le diverse tipologie di turismo
Imprese turistiche *classificazione e tipologie*
Legislazione turistica

2. BUSINESS MANAGEMENT DEL SETTORE TURISTICO

Inglese

Miglioramento delle capacità di espressione orale e scritta
Sviluppo della comprensione orale e della lettura
Sicurezza nella grammatica
Miglioramento della pronuncia
Inglese turistico

Marketing e comunicazione turistica

Strategie competitive
Analisi di comportamento d'acquisto
Segmentazione
Piano di marketing strategico *obiettivi e contenuti*
Marketing mix
Qualità dei servizi e customer satisfaction
Sistemi informativi di marketing
Strategie di comunicazione
Piano di comunicazione *obiettivi e contenuti*
Internet e turismo
Come essere presenti in Internet
Vendite on line

Gestione delle risorse umane

Organizzazione aziendale nelle imprese turistiche
Mercato del lavoro nel turismo
Figure professionali del settore
I contratti di lavoro nel settore turistico
Obiettivi e approcci nella gestione del personale
Motivazione, coinvolgimento e formazione del personale
Negoziazione interpersonale
Lavorare in squadra: obiettivi, metodi, ruoli
Psicologia di gruppo e delle relazioni
Comunicazione nei gruppi

Contabilità e bilancio

Elementi di contabilità aziendale nelle imprese turistiche
Contabilità analitica e centri di costo
Analisi di bilancio nelle imprese turistiche *come si legge come si redige*
Riclassificazione finanziaria dello stato patrimoniale
Riclassificazione del conto economico
Indici di redditività ROE, ROI
Analisi per indici

Analisi per flussi

Controllo di gestione

Processo di controllo

Struttura organizzativa e tecnico-contabile

Obiettivi riferiti al prodotto ospitalità

Impiego del controllo flessibile nelle imprese turistico-ricettive

Metodi di elaborazione a costi pieni e a costi variabili nelle imprese turistico-ricettive

Analisi dei ricavi alberghieri e dei risultati particolari

Articolazione del budget

Sistema di budget *l'orientamento alle vendite*

Budget operativi *camere, ristorazione, altre aree funzionali*

Budget degli investimenti

Budget consolidato

Analisi degli scostamenti e sistemi di reporting

3. HOTEL OPERATION MANAGEMENT

L'azienda albergo: aspetti strategici ed organizzativi

La gestione ambientale negli alberghi

Booking and front office

Rooms Division

Food and Beverage management

Controllo dei costi nel F&B

Banqueting

Sistemi e politiche di tariffazione

4. MANAGEMENT DEI CONGRESSI

Il mercato congressuale: analisi e tendenze

Le varie forme di aggregazione e la loro evoluzione

Fattori di locazione e città congressuali

Differenze gestionali tra centri congressuali e alberghi con infrastrutture convegnistiche

Pianificazione, organizzazione e attuazione di congressi, convegni e seminari

La check list dell'organizzazione di congressi

Budget, contratto e gestione rischio

5. AGENZIE VIAGGIO E TOUR OPERATOR

Agenzie di viaggio, Tour Operator, Tour Organizer, Bus Operator

Booking e sistemi informativi

Gestione dei flussi finanziari nei tour operator

Creazione e commercializzazione del prodotto

Sistemi di programmazione delle attività

Marketing del tour operator

Agenzie viaggi – business travel: tecniche e problematiche

Modelli di business nel settore dell'intermediazione turistica

La programmazione del tour operator

Gestione del cliente: marketing one to one

6. ORGANIZZAZIONE E GESTIONE DI UN RISTORANTE

Idee di base della ristorazione

Evoluzione del ristorante

Organizzazione degli spazi per l'impostazione strategica del ristorante

Marketing by menu: evoluzioni gastronomiche

Le funzioni del personale del ristorante

Gestione della Carta dei vini e delle bevande

Gestione della cantina
Rapporti con i fornitori
Customer relations: come creare un target personalizzato
Le regole dell'accoglienza

Esame e valutazioni

Durante il corso sono previsti momenti di valutazione diretti a verificare il livello di apprendimento degli allievi e la loro capacità di applicazione delle competenze acquisite a problematiche e casi aziendali specifici.

Docenti

Il processo formativo è affidato a Docenti dell'Università Luiss Guido Carli e di altri prestigiosi Atenei, a liberi professionisti e manager di aziende e società di consulenza. Nelle precedenti edizioni sono intervenuti, tra gli altri:

Heinz Beck, Ristorante "La Pergola", Cavalieri Hilton Roma
Alberto Camandona, Responsabile relazioni Esterne ADA
Roberto Cocco, Revenue Manager Radisson SAS es. Hotel
Giuseppe Granturco, Human Resources Manager Radisson SAS es. Hotel
Claudia Golinelli, Professore Ordinario presso l'Università degli Studi di Roma Tor Vergata; Partner di Studio Ega
Alberto Marcati, Professore Ordinario presso la Luiss Guido Carli
Aldo Natrella, Direttore d'Albergo
Matteo Pennacchi, Responsabile di KEL 12 Roma
Laura Romualdi, Professional Congress Organizer Studio Ega
Maurizio Testa, Consulente di Marketing e Comunicazione Turistica
Elisa Tufoni, Responsabile wine bar Gambero Rosso Città del Gusto
Simona Zenoni, Marketing Manager Ventura S.p.A.

Iscrizione

L'iscrizione al Corso è subordinata al superamento della prova di selezione costituita da un test psicoattitudinale e da un colloquio tecnico/motivazionale. Sono previste sessioni a partire dal mese di giugno 2006.

Per i candidati extra-UE le selezioni si svolgeranno con modalità ad hoc.

Sede

Roma

Orario

lunedì 14:30 – 18:00

martedì, mercoledì e giovedì 10:00 – 13:30/14:30 – 18:00

venerdì 10:00 – 13:30

Quota

Euro 7.300,00 + IVA 20%.

La quota è comprensiva del materiale didattico

Borse di studio

Luiss Business School offre, ai candidati ritenuti meritevoli, massimo 3 borse di studio a copertura parziale della quota di partecipazione (sino alla concorrenza del 50% della quota). Un'apposita Commissione effettuerà, a proprio insindacabile giudizio, le assegnazioni delle riduzioni sulla base della valutazione dei curricula e dei risultati delle

prove di selezione.

Modalità di Pagamento Partecipazione alla Prova di Selezione

La domanda di partecipazione alla prova di selezione, corredata da curriculum vitae e dalla ricevuta del versamento di Euro 70,00 IVA compresa, dovrà pervenire a Luiss Business School– Divisione di Luiss Guido Carli (Segreteria Organizzativa, Via Yser 18 – 00198 Roma, fax. 06/85 222 400).

Modalità di Pagamento Iscrizione al corso

Bonifico Bancario – indicante gli estremi del partecipante, il titolo e il codice del Corso – a favore di: Luiss Guido Carli – Divisione Luiss Business School– c/c 650160/79 – CIN X – ABI 03002 – CAB 05143 Banca di Roma – Filiale 181 – Viale Pola 12 – 00198 Roma.

Attestato di frequenza

Al termine del Corso verrà rilasciato un attestato di frequenza (frequenza minima richiesta: 80% delle attività di formazione).

Per ulteriori informazioni sul corso



Tel. 06.85.222.1 – 220 – 327 – 356

Numeri verdi: 800901194 – 800901195

www.lbs.luiss.it

<http://www.lbs.luiss.it>