



REGOLAMENTO DEL MASTER UNIVERSITARIO DI I LIVELLO IN "HOSPITALITY AND DESTINATION MANAGEMENT"

(in vigore dall'a.a. 2024/2025)

ORDINAMENTO DEL MASTER

ORGANIZZATO DAL	Dipartimento di ECONOMIA, MANAGEMENT, ISTITUZIONI (DEMI)		
IN COLLABORAZIONE/CONVENZIONE CON	M3 CENTER UNIVERSITY OF SOUTH FLORIDA DIPARTIMENTO DI AGRARIA, " (UniNa) CENTRO SERVIZI DI ATENEO "FEDERICA WEB LEARNING" (UniNa)		
SEDE AMMINISTRATIVA DEL MASTER	DEMI		
PERCENTUALE MINIMA DI FREQUENZA RICHIESTA	80%		
CREDITI FORMATIVI UNIVERSITARI	CFU: 60		
TITOLO DI STUDIO RICHIESTO PER L'ACCESSO	Laurea Triennale o Laurea specialistica (LS) o Laurea Magistrale in qualunque Classe oppure Diploma di Laurea (DL) in qualunque disciplina conseguito ante DM 509/99 . Possono essere altresì ammessi i candidati in possesso di titoli di studio conseguiti presso Università straniere dichiarati equipollenti ai sensi della vigente normativa, ovvero di titoli di studio e di abilitazioni professionali che la commissione giudicatrice potrà dichiarare equivalenti ai soli fini dell'ammissione al Master		
EVENTUALI TITOLI PROFESSIONALI AGGIUNTIVI RICHIESTI PER L'ACCESSO	=====		
N. MINIMO ISCRIVIBILI	5	N. MASSIMO ISCRIVIBILI	60

OBIETTIVI FORMATIVI DEL MASTER

Il Master di I livello in **Hospitality and Destination Management** è promosso e organizzato dal Dipartimento di Economia, Management, Istituzioni in collaborazione con il Dipartimento di Agraria e il M3 Center University of South Florida, con l'obiettivo di contribuire alla formazione di competenze nel management turistico in una prospettiva di sistema. Di fronte alle nuove sfide poste dagli scenari nazionali ed internazionali, le nuove figure professionali devono sempre più confrontarsi con gli ormai necessari approcci alla gestione sistemica delle realtà che caratterizzano tutti i business dei settori interessati e di acquisire le conoscenze digitali necessarie ad un approccio gestionale innovativo e sostenibile. L'interazione con i partner istituzionali, non solo garantisce un approccio internazionale alla formazione, ma mira anche a rafforzare la formazione professionale nel settore, con particolare attenzione ai due principali drivers dello sviluppo turistico delle imprese del settore e dei territori: digitalizzazione ed esperienza. Il Master offre nuovi scenari di sviluppo nelle logiche basate su una gestione integrata delle informazioni, unitamente all'uso delle tecnologie digitali, il tutto nell'ottica di una maggiore efficienza ed efficacia dei processi aziendali.

Non è richiesto uno specifico titolo di accesso perché nell'ottica della trans-disciplinarietà è fortemente incoraggiata l'ibridazione di saperi e la composizione di una classe eterogenea per background formativo che verrà attentamente valutato, in fase di selezione dei titoli.

Unitamente al driver della digitalizzazione, il Master prevede attività di formazione legate all'approccio strategico delle operations, alle dinamiche competitive a livello internazionale basate sull'esperienza che, oggi, rappresentano fattori di attrattiva del potenziale cliente. Ciò comporterà un focus anche sulle competenze legate alle tecnologie dell'informazione e all'innovazione digitale nel contesto globale da un lato e sulle dinamiche del Food & Beverage nel processo di valorizzazione dell'identità territoriale, il tutto collegato dalla visione manageriale nell'hospitality industry e nel Destination Management.

Nello specifico, come stabilito nell'accordo di collaborazione, le parti (Dipartimento di Economia, Management, Istituzioni, Dipartimento di Agraria, M3 Center University of South Florida) condividono le seguenti attività: (a) lo svolgimento delle lezioni con docenti afferenti alle parti coinvolte; (b) la condivisione di materiale accademico e altre informazioni rilevanti relative al Master di I livello in Hospitality and Destination Management.

Gli obiettivi formativi specifici del Master in Hospitality and Destination Management sono quelli di fornire allo studente un know-how mirato al fine di operare in maniera distintiva nel campo dell'hospitality & destination management. Lo studente acquisisce metodologie di analisi e strumenti per la gestione di aziende dell'hospitality industry e della destination nel suo complesso.

Pertanto, lo studente del Master acquisisce delle competenze firm-specific e destination-specific dell'ospitalità, fondamentali per operare in realtà aziendali nazionali ed internazionali, nelle diverse funzioni aziendali, per aree gestionali.

Gli obiettivi formativi specifici sono tarati in funzione del profilo che si intende formare, ossia destination manager, management di reparto, top management.

Per il raggiungimento di questi obiettivi specifici, gli studenti del Master devono acquisire conoscenze e abilità relativamente a tre cluster collegati a determinate aree di apprendimento e specificati nel Piano di Studio del Master dettagliatamente con insegnamenti e relativi CFU:

- **Strategic Innovation in Hospitality and Destination advanced management (14 CFU):** le tematiche approfondite in questa area sono trattate in relazione alle loro possibili applicazioni al settore dell'hospitality management e sono funzionali ai successivi moduli. Tali tematiche riguardano lo studio dello strategic management e marketing nel settore dell'ospitalità, con un approfondimento dei modelli di business innovativi, dell'imprenditorialità e dei modelli finanziari relativi ai processi di merger & acquisition, a livello internazionale. Inoltre, un focus specifico è rivolto allo studio dell'economia del turismo, del destination brand management e del sistema della qualità, sia con riferimento all'impresa che alla destinazione nel suo complesso.

- **New Horizons in marketing: the digital revolution (13 CFU):** i temi trattati in questo cluster riguardano il revenue management, con un approfondimento sia teorico che empirico, il modello della sharing economy, la gestione delle risorse umane e del team building, l'industria 4.0, l'intelligenza artificiale e i big data.

- **Food & Beverage Management and local identity (13 CFU):** quest'area riguarda sia le discipline relative alla cultura gastronomica sia l'ambito aziendale. Sono attivati corsi *ad hoc*, volti a favorire la specializzazione nel food & beverage. Le principali aree tematiche trattate riguardano i processi di food & beverage, le nuove tendenze, la capacità del food & beverage di valorizzare l'identità territoriale, anche in chiave sostenibile, in termini di corporate social responsibility, della cultura gastronomica e dell'ethical food.

In sintesi, il percorso prevede la costruzione di una base teorica, unitamente ad una maggiore specializzazione rispetto ai trend e alle sfide del mondo dell'hospitality, del F&B management e del destination management.

La prospettiva, in termini di conoscenza approfondita del comparto, consente agli studenti di apprendere le dinamiche di settore, dei comportamenti e dei modelli di consumo, da un lato e, dall'altro, gli strumenti e le metodologie operative per la gestione delle imprese dell'hospitality (sia nell'hotel management che nel food & beverage) e della destination.

SBOCCHI OCCUPAZIONALI

Gli obiettivi formativi specifici sono tarati in funzione del profilo che si intende formare.

Gli studenti che conseguono il certificato di Master in Hospitality and Destination Management maturano un approccio fortemente interdisciplinare al turismo per poter operare all'interno dei sistemi turistici territoriali, in contesti omogenei o integrati, comprendenti ambiti locali (singole destinazioni), regionali, nazionali o sovranazionali.

Gli sbocchi occupazionali riguardano, in particolare, le seguenti figure professionali:

- **Hotel Manager:** si occupa della programmazione, coordinamento e controllo delle attività alberghiere, dal front office (ricevimento, portineria, segreteria e cassa), al guest relation, concierge, housekeeping (settore piani), raccordati da una logica economico-manageriale per la verifica dei ricavi giornalieri, degli indici di efficienza alberghiera e dei risultati operativi in riferimento al budget, sia in ottica di customer satisfaction che di cost efficiency;

- **Human Resource Manager:** si occupa della gestione, selezione, formazione e sviluppo del personale. L'HR manager predispone strumenti per il monitoraggio e la valutazione del personale, controllando il rendimento e il livello di soddisfazione dei lavoratori in azienda. Quando necessario, pianifica interventi per migliorare le performance dei singoli e collettive, ad esempio ricollocando dei dipendenti o assegnando nuove mansioni;

- **Event and Congress Manager:** il Master consente di acquisire competenze collegate alla creazione e gestione di eventi in ambito nazionale ed internazionale;

- **Revenue Manager:** figura professionale che svolge le seguenti attività: assunzione delle decisioni tariffarie, definizione delle web marketing action, gestione della contrattazione con i canali off line e on line, monitoraggio, analisi e definizione delle azioni strategiche da attuare per la brand reputation, il benchmarking. Affiancamento al direttore commerciale e marketing nella definizione del piano strategico, di quello operativo e nella stesura del budget dei ricavi. L'obiettivo di questa figura è ottimizzare il volume di affari tramite il controllo integrato di camere ancora disponibili alla vendita. Deve conoscere le dinamiche dei vari canali distributivi, soprattutto l'e-commerce, e monitorarne la produzione, analizzando la redditività dei clienti ed effettuando analisi di mercato e benchmarking;

- **Guest Relation Manager:** coordina e supervisiona le attività relative alla cura dell'ospite, dalla pianificazione delle attività promozionali e ricreative, al customer relationship management;

- **Sales and Marketing Manager:** coordina e pianifica le azioni promozionali che vanno dalla gestione del messaggio pubblicitario veicolato ai consumatori finali, fino alle diverse forme di attività promozionali e di incentivazione, destinate ai tour operator e agli intermediari della vendita. Il corso di laurea rivolge particolare attenzione al web marketing;

- **Accountability and Corporate Finance Manager:** le attività svolte da questa figura professionale riguardano le operazioni direttamente correlate al reperimento dei fondi di gestione in relazione al fabbisogno di capitale. Le principali attività riguardano l'analisi della contabilità, la pianificazione economico-finanziaria e l'analisi dei flussi finanziari;

- **F&B Manager:** dirige, pianifica e controlla tutti gli aspetti del servizio F&B nel settore dell'ospitalità turistica. Sono richieste eccellenti capacità di vendita e di servizio al cliente, comprovate capacità di gestione delle risorse umane e buone capacità di comunicazione e di leadership, oltre che la conoscenza dei prodotti, dei servizi, del settore e del territorio di riferimento;

- **F&B Storyteller:** conosce le strategie di marketing legate ai social media e le tecniche di scrittura per il web, si aggiorna costantemente sul mondo dell'eno-gastronomia, conosce la storia della cucina e l'evoluzione del cibo e della critica nel corso del tempo; svolge attività di ufficio stampa per valorizzare le aziende del settore e promuoverle sul territorio e presso agenzie stampa e di comunicazione;

- **Destination Manager:** analizza la situazione turistica territoriale, valuta le condizioni e lo stato delle attrattive esistenti, della concorrenza, le esigenze dei turisti reali e potenziali; definisce le strategie più adeguate con un processo condiviso; costruisce un'offerta turistica segmentata ed esperienziale basandosi sulle attrattive esistenti; implementa l'offerta turistica con nuove attrattive attraverso le risorse a disposizione; coinvolge gli attori locali e ne media gli interessi; coordina l'operato degli enti coinvolti nel processo di promozione e comunicazione turistica: istituzioni, associazioni, privati, tecnici specializzati, etc.; favorisce l'armonizzazione delle scelte di commercializzazione tra gli attori.

RIQUALIFICAZIONE PROFESSIONALE

Il mondo del lavoro è in continua evoluzione e le professioni richieste dall'industria del turismo necessitano costantemente di nuove skills, competenze e modalità di gestione del lavoro. Il percorso formativo, sviluppato in considerazione dei futuri scenari del settore turistico, tiene conto delle sfide legate alla digitalizzazione, alla sostenibilità e all'applicazione dell'intelligenza artificiale nell'ottica esperienziale, destinate a divenire la chiave di accesso per le figure professionali operanti nel settore. Pertanto, il Master in Hospitality and Destination Management risponde anche all'esigenza di riqualificazione professionale, fornendo una doppia preparazione, teorica e pratica, oltre agli strumenti idonei a rinnovare e potenziare la propria expertise, favorendo l'apprendimento di nuove competenze e incrementando le probabilità di crescita professionale e l'assunzione di nuovi ruoli nell'ottica delle nuove professionalità emergenti nel settore.



ATTIVITÀ DEL MASTER	
ATTIVITÀ	NUMERO CFU
LEZIONI	25
LABORATORI	0
ESERCITAZIONI	15
TIROCINI	9
STAGE	
ATTIVITÀ DI APPRENDIMENTO ATTIVO IN PICCOLI GRUPPI	4
ALTRE ATTIVITÀ (seminari, visite guidate, workshop, ecc.)	4
PROVA FINALE	3
TOTALE CFU	60

SS.SS.DD. DELLE ATTIVITA' DIDATTICHE ASSISTITE (lezioni, laboratori ed esercitazioni)				
SS.SS.DD. DELLE ATTIVITA' CARATTERIZZANTI				
SSD	DENOMINAZIONE SSD	SSD	DENOMINAZIONE SSD	N. MIN. CFU
SECS-P/07	ECONOMIA AZIENDALE	SECS-P/02	POLITICA ECONOMICA	26
SECS-P/10	ORGANIZZAZIONE AZIENDALE	SECS-P/08	ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE	
SS.SS.DD. DELLE ATTIVITA' AFFINI INTEGRATIVE E INTERDISCIPLINARI				
SSD	DENOMINAZIONE SSD	SSD	DENOMINAZIONE SSD	N. MIN. CFU
AGR/16	MICROBIOLOGIA AGRARIA	SECS-S/01	STATISTICA	10
AGR/01	ECONOMIA ED ESTIMO RURALE	AGR/15	SCIENZE E TECNOLOGIE ALIMENTARI	

PIANO DI STUDIO DEL MASTER

ATTIVITA' DIDATTICHE ASSISTITE: INSEGNAMENTI (Lezioni, Laboratori, Esercitazioni)	SSD.	ORE DIDATTICA ASSISTITA IN PRESENZA	ORE DIDATTICA ASSISTITA A DISTANZA	CFU
MANAGERIAL ACCOUNTING AND FINANCE FOR THE HOSPITALITY INDUSTRY	SECS-P/07		26	4
ORGANIZATIONAL EFFECTIVENESS IN HOSPITALITY	SECS-P/10		20	3
NEW STRATEGIC BUSINESS MODELS IN TOURISM: COOPETITION AND INNOVATION	SECS-P/08		20	3
TRENDS AND ISSUES IN GLOBAL TOURISM	SECS-P/02		20	3
HOSPITALITY & TOURISM INFORMATION SYSTEMS & TECHNOLOGY	SECS-P/07		20	3
RESEARCH METHODS & STATISTICS FOR HOSPITALITY	SECS-S/01		20	3
E-TOURISM AND REVENUE MANAGEMENT: PAST, PRESENT AND FUTURE	SECS-P/07		20	3
SOCIAL MEDIA MARKETING: BIG DATA AND ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN HOSPITALITY & TOURISM. TOOLS AND IMPLICATIONS	SECS-P/08		20	3
RESTAURANT & FOOD SERVICE MANAGEMENT	AGR/15		20	3
MARKETING LEADERSHIP FOR HOSPITALITY AND TOURISM	SECS-P/08		20	3
SUSTAINABLE ECOSYSTEMS AND FOOD&BEVERAGE: EXPLORING THE BOUNDARIES OF ECO-EFFICIENCY AND GREEN COMMUNICATIONS	AGR/16		20	3
FOOD TERRITORY AND CULINARY ARTS: CULTURAL IDENTITY AS LOCAL FACILITATOR	AGR/01		20	3
FOOD&BEVERAGE OPERATIONS	SECS-P/08		20	3
TOTALI ATTIVITA' DIDATTICHE ASSISTITE (Lezioni, Laboratori, Esercitazioni)			266	40
=====	=====	=====	=====	=====
TIROCINI	=====	=====	=====	9
STAGE	=====	=====	=====	
ATTIVITÀ DI APPRENDIMENTO ATTIVO IN PICCOLI GRUPPI	=====	=====	=====	4
=====	=====	=====	=====	=====
ALTRE ATTIVITÀ (seminari, visite guidate, workshop, ecc.)	=====	=====	=====	4
=====	=====	=====	=====	=====
PROVA FINALE	=====	=====	=====	3
=====	=====	=====	=====	=====
TOTALI				60

MODALITÀ DI SVOLGIMENTO E VALUTAZIONE DELLE VERIFICHE PERIODICHE E DELLA PROVA FINALE	
Per le verifiche periodiche:	Prova scritta svolta in modalità online
Per la prova finale:	Prova scritta svolta in modalità online



PIANO FINANZIARIO DEL MASTER				
ENTRATE				Importo
Contributo iscrizione:	3.000	N. Minimo Iscrivibili	5	15.000
Risorse messe a disposizione dal Dipartimento proponente (ivi comprese eventuali economie derivanti da precedenti edizioni)				0
Risorse messe a disposizione dalle altre Strutture dell'Ateneo che partecipano all'organizzazione del Master				0
Finanziamenti pubblici esterni				0
Finanziamenti privati esterni				0
TOTALE ENTRATE				15.000
USCITE				Importo
Quota a favore Bilancio di Ateneo	Costo Fisso	Costo Variabile		
25% del totale delle Entrate del Master	X			3.750
Quota a favore M3 CENTER UNIVERISTY OF SOUTH FLORIDA				
30% del totale delle Entrate del Master				4.500
Sottototale				8.250
Spese per contratti per la didattica e seminari	Costo Fisso	Costo Variabile		
Contratti docenza				0
Contratti Tutor				0
Contratti di assistenza/tirocinio				1.000
Altro				0
Sottototale				1.000
Spese per attrezzature e materiali a supporto della didattica:	Costo Fisso	Costo Variabile		
Attrezzature, materiali e sussidi per la didattica e la gestione delle aula/laboratori, inventariabili				0
Attrezzature, materiali e sussidi per la didattica e la gestione delle aula/laboratori, non inventariabili				0
Altro				0
Sottototale				0
Spese di gestione e funzionamento:	Costo Fisso	Costo Variabile		
Materiali di consumo - Canoni				0
Contratti esterni per service (noleggio, traduzione, catering ...)				1.000
Spese viaggi, vitto e alloggio docenti/tutor del master				1.000
Spese viaggi, vitto e alloggio studenti/tutor del Master				0
Altro				0
Sottototale				2.000
Benefici e agevolazioni per studenti iscritti al Master	Costo Fisso	Costo Variabile		
Borse di Studio				0
Premi				0
Altro				0
Sottototale				0
Spese per attività di promozione:	Costo Fisso	Costo Variabile		
Promozione e Pubblicizzazione				2.500
Seminari				1.250
Altro (specificare)				0
Sottototale				3.750
TOTALE USCITE				15.000

=====

CONSIGLIO SCIENTIFICO DEL MASTER						
Nominativo	Membro Interno "Fed II"	Membro Esterno "Fed II"	Proponente	Qualifica (PO/PA/RU/RD o altro)	S.S.D.	Dipartimento o altra Struttura di appartenenza
Coordinatore:	X		X	PO	(SECS-P/08)	Dip. Economia, Management, Istituzioni
Prof.ssa Valentina Della Corte						
Prof.ssa Adele Caldarelli	X		X	PO	(SECS-P/07)	Dip. Economia, Management, Istituzioni
Prof. Cihan Cobanoglu		X		PO		School of Hospitality and Tourism Management (SHTM) in the Muma College of Business at the University of South Florida (USF)
Prof. Mauro Sciarelli	X		X	PO	(SECS-P/08)	Dip. Economia, Management, Istituzioni
Prof. Danilo Ercolini	X			PO	(AGR/16)	Dip. Agraria





SCHEDA INFORMATIVA PER LA VALUTAZIONE DEL MASTER IN
HOSPITALITY AND DESTINATION MANAGEMENT

MODALITÀ DI SVOLGIMENTO DEL MASTER		CONVENZIONALE (in presenza)
		MISTA (a distanza e in presenza)
	X	A DISTANZA (in modalità telematica sincrona e/o asincrona)

SEDE/I DISPONIBILI PER LO SVOLGIMENTO DELLE ATTIVITÀ DIDATTICHE IN PRESENZA		
Non previste	Aule	=====
	Laboratori	=====
	Altro (specificare)	=====

SEDE/SEDI DI SVOLGIMENTO DELLE ATTIVITÀ DI TIROCINIO/STAGE
Hotel Britannique, Hotel Palazzo Caracciolo, Hotel Paradiso BW collection Napoli, Hotel Mezzatorre, Pellicano Hotel, Hotel Punta Tragara, Hotel della Regina Isabella, Hotel Mediterraneo, Hotel Michelangelo, Ulisse Deluxe, Hotel Il San Pietro di Positano, Gestione Renaissance Naples Hotel Mediterraneo, Therasia Resort Sea & Spa, Botania Relais & Spa, Hotel Syrene Capri, Gran Hotel President (Sorrento), Hotel Caruso, JK PLACE (Parigi, Capri, Roma), Hotel Delfini, Mazzarò Sea Palace (Taormina), Sistema Congressi Napoli, Royal Continental Napoli, Starhotels, Grand Hotel Parker's Napoli, Hotel Excelsior Venezia, Grand Hotel Vesuvio, JW Marriott Venice Resort & Spa, Lisbon Marriott Hotel, LE MERIDIEN RA Beach Hotel & SPA, The Ritz-Carlton (Barcellona), Hotel Le Agavi, Grand Hotel Cocumella, Hotel Parco Verde; Nobu Hotel Ibiza Bay.

CONVENZIONI CON AZIENDE E/O ENTI ESTERNI PER LO SVOLGIMENTO DI ATTIVITÀ DI TIROCINIO
Palazzo Caracciolo S.p.a, GARN S.R.L., Artem S.r.l., Albergo Paradiso SRL, Mezzatorre S.r.l., Il Pellicano S.P.A., Artesole S.r.l, Partenhôtels s.r.l., Hotel Mediterraneo S.r.l., SIGRAT S.p.a., Compagnia dei giovani S.r.l., San Pietro S.p.a., S.N.G. s.r.l., Gestione arcipelago S.r.l., Gestione i faraglioni s.r.l., Chiccamì S.r.l., Villa Marina, Syrene Hotels srl, Hotel President S.p.a., Hotel Caruso S.p.a., KAH MANAGEMENT, DECK S.R.L., DELFINI S.R.L., VoiHotels S.p.a, Sistema Congressi S.r.l., Errezetauno srl - Gestione Royal Continental, Starhotels S.p.a, O.S.A.R.A. S.r.l., HOTEL LIDO UNO GESTIONI S.R.L., Grande Albergo Vesuvio S.p.a., Compagnia dell'Arancio s.r.l., La Sessola Service SRL, The Ritz-Carlton Hotel Company L.L.C, Le Agavi Hotel A Positano S.r.l., RA hotels sau, Hotel Cocumella Sant'Angelo SRL, Ischia SRL Hotel Parco Verde, Lisbon Marriot Hotel s.a.s.; Playa Real S.A.

DOCENTI E TUTOR	
N. DOCENTI DI RUOLO DELL'ATENEO CHE SI PREVEDE DI IMPIEGARE NELLE ATTIVITÀ DIDATTICHE	11
N. DOCENTI DI RUOLO DI ALTRE UNIVERSITÀ ITALIANE O ESTERE CHE SI PREVEDE DI IMPIEGARE NELLE ATTIVITÀ DIDATTICHE	20
N. ESPERTI ESTERNI NECESSARI AD ASSICURARE IL COLLEGAMENTO CON IL MONDO DEL LAVORO E DELLE IMPRESE E GLI OBIETTIVI DI AGGIORNAMENTO PROFESSIONALE	6
N. TUTOR PER ATTIVITÀ DI SUPPORTO ORGANIZZATIVO	1
N. TUTOR PER IL SOSTEGNO ALLA DIDATTICA ATTIVA	1
N. TUTOR PER IL COORDINAMENTO DELLE ATTIVITÀ DI TIROCINIO	1

DICHIARAZIONI DI INTERESSE DA PARTE DI AZIENDE E/O ENTI ESTERNI
Federalberghi Campania, Starhotels S.p.A.; O.S.A.R.A. Srl; ODCEC di Napoli

EVENTUALI AGEVOLAZIONI PREVISTE PER GLI STUDENTI IN AGGIUNTA A QUELLE OBBLIGATORIE
Data la natura principalmente asincrona del Master, che permette di conciliare tempi di studio e di impegno con particolari esigenze, sia lavorative che formative, sono state previste tutorships dedicate a studenti con DSA, a studenti lavoratori e a studenti extra-UE e provenienti da aree a rischio.

RILEVAZIONE DELL'OPINIONE DEGLI STUDENTI DEL MASTER SULLE ATTIVITÀ SVOLTE	
x Prevista	Non prevista