ITS MARCHE
TURISMO | CULTURA
NUOVE TECNOLOGIE

HOSPITALITY MANAGEMENT – EDIZIONE 1
Riferimento figura ministeriale: *9.1.2 Tecnico superiore per lo sviluppo dei processi di gestione dell'offerta delle filiere turistiche e culturali*
Sede corso: San Benedetto del Tronto (AP)
Descrizione della figura: L'Hospitality Manager è una figura professionale che si occupa della gestione complessiva dei processi all'interno del settore alberghiero, comprendendo attività come front-office, back-office, amministrazione, housekeeping, food and beverage e marketing/commerciale. Collabora strettamente con il team di management per analizzare, valutare e sviluppare strategie volte a far crescere il business, utilizzando le tecnologie 4.0 per ottimizzare i processi e garantire al contempo elevati standard di qualità e soddisfazione del cliente. Ha competenze specifiche relative alle tecniche di management di una struttura ricettiva, svolgendo attività operative e strategiche: gestire le attività del front office alberghiero, anche in lingua inglese; gestire le attività del back office alberghiero; gestire i rapporti con le agenzie di viaggio e i Tour Operator; gestire i profili aziendali nei principali social network pubblicando contenuti; progettare, sviluppare e monitorare campagne di posizionamento sui motori di ricerca e campagne promozionali sui principali canali digitali; applicare strategie ed utilizzare strumenti di marketing offline; collaborare all'organizzazione di un evento all'interno della struttura ricettiva; realizzare azioni di fidelizzazione del cliente anche tramite strumenti digitali, collaborando alla gestione e valutazione di procedure e azioni inerenti al sistema di qualità aziendale e la customer satisfaction; collaborare nell'applicazione delle tecniche di revenue management e pricing.

ITS MARCHE
TURISMO | CULTURA
NUOVE TECNOLOGIE

<table>
<tr><td colspan="2"><u>Sbocchi occupazionali:</u>
L’ Hospitality Manager può essere collocato, sia come dipendente che come lavoratore autonomo e potrà occuparsi di una o più delle seguenti attività:
- Assistenza alla direzione;
- Gestione e coordinamento dei servizi e dei reparti della ricettività turistica;
- Gestione e coordinamento delle strutture extra alberghiere;
- Ricevimento e assistenza del cliente (front office e back office);
- Promozione e marketing online e offline;
- Amministrazione economica-finanziaria, gestione delle piattaforme di prenotazione e OTA.</td></tr>
<tr><td><u>Contenuti percorso:</u></td><td>- Gestione operativa e strategica delle strutture ricettive.
- Coordinamento dei reparti alberghieri (front-office, housekeeping, food & beverage, amministrazione).
- Applicazione di strategie di pricing e gestione della domanda per massimizzare la redditività attraverso strumenti digitali e analisi dei dati.
- Customer experience: gestione dell’accoglienza e relazioni con il cliente.
- Strategie di fidelizzazione e miglioramento della customer satisfaction.
- Gestione dei canali di comunicazione online e offline, posizionamento del brand, campagne pubblicitarie, social media e piattaforme di prenotazione.
- Supervisione del budget, gestione delle prenotazioni, collaborazione con OTA e analisi delle performance economiche.</td></tr>
</table>

Obiettivi progettuali:	Gli obiettivi progettuali correlati al percorso in oggetto sono di seguito riportati: - **Sviluppare le competenze nella gestione operativa e strategica di strutture ricettive, ottimizzando i processi interni e garantendo elevati standard di qualità.** - **Fornire strumenti e metodi per analizzare dati di mercato, applicare strategie di pricing dinamico e massimizzare la redditività delle strutture ricettive.** - **Sviluppare strategie per la gestione dell'accoglienza, la personalizzazione dei servizi e l'incremento della soddisfazione e della fidelizzazione del cliente.** - **Formare all'uso di strumenti di promozione online e offline, social media, campagne pubblicitarie e gestione delle piattaforme di prenotazione.** - **Sviluppare competenze amministrative e finanziarie nella gestione economico-finanziaria delle strutture ricettive, il controllo di budget e la collaborazione con OTA e tour operator.** - **Promuovere l'uso di software gestionali, CRM, strumenti di business intelligence e sistemi innovativi per l'ottimizzazione dei servizi alberghieri.**
Competenze chiave:	Le competenze chiave del percorso formativo *Hospitality Management* sono riconducibili e referenziabili alla figura *"9.1.2 Tecnico superiore per lo sviluppo dei processi di gestione dell'offerta delle filiere turistiche e culturali*" contenuta nelle Disposizioni concernenti le aree tecnologiche, le figure professionali nazionali di riferimento degli ITS Academy e gli standard minimi delle competenze tecnologiche e tecnico-professionali (Decreto Ministeriale ITS Academy 203 del 20 Ottobre 2023). Nello specifico le competenze che i discenti dovranno acquisire a fine percorso formativo sono: - **Gestire in sicurezza i prodotti e i processi aziendali dell'unità ricettiva e del food & beverage, analizzare, valutando e formulando strategie per accrescere il business in una**

	logica manageriale, anche avvalendosi di tecnologie innovative per perseguire obiettivi di qualità e sostenibilità dei prodotti, dei processi e degli impatti sull'ambiente - **Organizzare e pianificare attività di promozione e commercializzazione avvalendosi di piattaforme hardware e software per l'accesso, il recupero, l'integrazione e l'analisi di dati ed informazioni** - **Gestire strategie e soluzioni digitali funzionali all'utilizzo di ambienti web e mobile per la contestualizzazione di servizi e contenuti** - **Organizzare servizi e processi di governance avvalendosi di metodologie e tecnologie tradizionali e digitali a supporto dell'interoperabilità di dati** - **Promuovere l'utilizzo e la valorizzazione aziendale di ecosistemi digitali per la generazione e fruizione di conoscenza condivisibile a supporto dei processi di digital management** - **Definire e gestire i Key Performance Indicator (K.P.I) interni (audit) ed esterni (performance), rilevando, reperendo e interpretando i dati statistici sulla gestione dei processi e dei prodotti turistici proponendo interventi di miglioramento continuo nel rispetto dei criteri adottati per garantire la sostenibilità dell'offerta turistica.**