

| | |
|---|---|
| Università | Università degli Studi di BERGAMO |
| Classe | LM-49 - Progettazione e gestione dei sistemi turistici |
| Nome del corso | Progettazione e gestione dei sistemi turistici <i>modifica di: Progettazione e gestione dei sistemi turistici (1331087)</i> |
| Nome inglese | Planning and governance of tourism systems |
| Lingua in cui si tiene il corso | italiano |
| Codice interno all'ateneo del corso | 44-270 Modifica |
| Data del DM di approvazione dell'ordinamento didattico | 09/05/2013 |
| Data del DR di emanazione dell'ordinamento didattico | 10/05/2013 |
| Data di approvazione della struttura didattica | 18/04/2013 |
| Data di approvazione del senato accademico/consiglio di amministrazione | 29/04/2013 |
| Data della relazione tecnica del nucleo di valutazione | 14/10/2008 |
| Data della consultazione con le organizzazioni rappresentative a livello locale della produzione, servizi, professioni | 09/09/2008 - |
| Modalità di svolgimento | convenzionale |
| Eventuale indirizzo internet del corso di laurea | http://WWW.UNIBG.IT/LS-PGST |
| Dipartimento di riferimento ai fini amministrativi | Lingue, letterature straniere e comunicazione |
| EX facoltà di riferimento ai fini amministrativi | |
| Massimo numero di crediti riconoscibili | 0 DM 16/3/2007 Art 4 Nota 1063 del 29/04/2011 |

Obiettivi formativi qualificanti della classe: LM-49 Progettazione e gestione dei sistemi turistici

I laureati nei corsi di laurea magistrale della classe devono avere:

- avanzate competenze nel saper operare all'interno dei sistemi turistici, in contesti omogenei o integrati, comprendenti ambiti territoriali appartenenti anche a regioni diverse, caratterizzati dall'offerta integrata di beni culturali, ambientali e di attrazioni turistiche o dalla presenza diffusa di imprese turistiche;
- avanzate competenze nella gestione delle imprese turistiche al fine di integrare le aziende ricettive con i servizi culturali e ambientali;
- avanzate competenze nella promozione, commercializzazione e gestione di prodotti turistici, anche con l'ausilio delle nuove tecnologie multimediali;
- competenze linguistiche e specialistiche per rapportarsi ai processi di globalizzazione delle attività turistiche o degli eventi culturali a livello internazionale;
- avanzate competenze nel progettare e attuare interventi intersettoriali e infrastrutturali necessari alla qualificazione dell'offerta turistica, in particolare nelle località impegnate nella valorizzazione dei beni culturali e ambientali con la costituzione e promozione di nuovi prodotti turistici;
- competenze tecniche necessarie per la programmazione dei progetti di intervento culturale delineati da amministrazioni pubbliche;
- buona conoscenza, in forma scritta e orale, di almeno due lingue (di cui almeno una dell'Unione Europea) oltre l'italiano.

Sbocchi occupazionali e attività professionali previsti dai corsi di laurea sono in aziende turistiche del ricettivo alberghiero e dell'incoming, con funzioni di elevata responsabilità; in attività di progettazione e commercializzazione di viaggi e dei prodotti turistici collegati; in imprese cooperative e consortili del turismo integrato; nell'organizzazione di eventi culturali spettacolari ed espositivi; nella gestione dei servizi di accoglienza nei beni culturali ed ambientali; nelle istituzioni governative, centrali e decentrate, nei settori del turismo, della cultura, dei beni culturali e ambientali e dello sviluppo locale. I laureati nei corsi di laurea magistrale della classe potranno inoltre svolgere attività di consulenti per gli enti locali e le nuove imprese dell'industria dell'ospitalità.

Nell'ambito della classe potranno essere attivati, tra gli altri, distinti percorsi finalizzati alla progettazione e gestione dei sistemi turistici, alla progettazione e gestione degli eventi culturali.

I curricula dei corsi delle lauree magistrali della classe:

- comprendono attività finalizzate all'acquisizione di conoscenze avanzate nei campi della progettazione, pianificazione, promozione, comunicazione, commercializzazione, gestione e valutazione di prodotti e sistemi turistici complessi, connettendo i vari saperi specialistici all'interno di un sistema coerente di conoscenze teoriche;
- possono prevedere stages e tirocini presso enti pubblici e privati, anche esteri.

Criteri seguiti nella trasformazione del corso da ordinamento 509 a 270 (DM 31 ottobre 2007, n.544, allegato C)

Il corso di laurea magistrale LM -49 in Progettazione e gestione dei sistemi turistici ripropone nelle sue linee essenziali, con medesima denominazione ma con i dovuti adeguamenti, il precedente corso di laurea specialistica 55S istituito dall'Università di Bergamo secondo la normativa del D.M. 509. Come da nuova normativa, ottemperando ai vincoli emersi dal nuovo dettato circa le discipline caratterizzanti il corso, sono stati aggiunti cfu relativamente alle aree di L-LIN e di L-ART. I due curricula del precedente corso, istituiti per rispondere alle esigenze di due diversi percorsi quinquennali istituiti dalla Facoltà di Lingue e Letterature Straniere, sono stati riuniti in un unico percorso, caratterizzato dalla presenza di discipline affini che valorizzarono lo spessore culturale della proposta.

Sintesi della relazione tecnica del nucleo di valutazione

Il Nucleo, analizzata la scheda illustrativa del Corso di laurea magistrale in Progettazione e gestione dei sistemi turistici, rileva che nella fase di progettazione la Facoltà ha tenuto conto dei seguenti elementi:

- a) individuazione delle esigenze formative ed aspettative delle parti interessate attraverso consultazioni dirette;
- b) definizione delle prospettive (figure professionali e prosecuzione degli studi) coerenti con le esigenze formative;
- c) definizione degli obiettivi di apprendimento congruenti con gli obiettivi generali con riferimento al sistema dei descrittori adottato in sede europea;
- d) significatività della domanda di formazione proveniente dagli studenti e punti di forza della proposta rispetto all'esistente;
- e) analisi e previsioni di occupabilità;
- f) analisi del contesto culturale;
- g) definizione delle politiche di accesso.

La Facoltà ha proceduto alla trasformazione del Corso di laurea specialistica della Classe 55/S nel corrispondente corso di laurea magistrale della Classe LM-49, conservando i tratti positivi dell'esperienza formativa precedente e potenziando alcuni SSD per adeguare l'offerta alle nuove disposizioni circa le discipline caratterizzanti. In conclusione il Nucleo rileva che la proposta:

- a) è stata correttamente progettata;

- b)risulta adeguata e compatibile con le risorse di docenza disponibili e con i concorsi in svolgimento e con le strutture destinate dall'Ateneo al riguardo;
c)può concorrere agli obiettivi di razionalizzazione e qualificazione dell'offerta formativa di cui al D.M. 362/2007.

Sintesi della consultazione con le organizzazioni rappresentative a livello locale della produzione, servizi, professioni

- Premessa.

La forte crescita dell' economia del turismo e dei servizi registrata dal territorio al livello locale e regionale, soprattutto per effetto della presenza dell'Aeroporto internazionale di Bergamo Orio al Serio "Il Caravaggio", ha generato una significativa domanda di formazione specifica da parte di aziende pubbliche e private soprattutto ai livelli alti della filiera - quelli cioè legati a competenze qualificate e a capacità manageriali. Il dato, che riflette peraltro un andamento nazionale, induce a ipotizzare la necessità di nuove expertise e di una formazione specializzata e innovativa.

Il punto di forza progettuale del corso è la avanzata conoscenza di due lingue straniere abbinata ad una solida preparazione culturale e ad una base multidisciplinare specializzata, comprendente le scienze del territorio, quelle giuridico-sociali e manageriali, orientando verso pratiche gestionali innovative (pianificazione e governance partecipata, IT, heritage design, info-cartografia).

- Organo o soggetto accademico che effettua la consultazione.

Il Corso di Studio, ricevuta l'approvazione del Nucleo di Valutazione di Ateneo, è stato sottoposto al Comitato territoriale di competenza, che esprime il proprio apprezzamento per l'offerta formativa e gli sbocchi professionali a cui l'offerta prepara. Particolare interesse per questo approccio formativo viene manifestato dai rappresentanti degli enti locali - Comune, Provincia, Regione - e dalle Associazioni di categoria.

Viene inoltre sottolineata, in particolare dal Direttore della Società Italiana degli Autori ed Editori, l'importanza di preparare esperti in grado di agire con efficacia nel comparto del turismo e dei grandi eventi a questo collegati.

- Organizzazioni consultate o direttamente o tramite documenti e studi di settore.

La forte progettualità del corso, con le sue molteplici ricadute territoriali, porta all'istituzione di micro-tavoli di lavoro con le istituzioni, le organizzazioni e le aziende interessate a sviluppare collaborazioni. Si fornisce di seguito un elenco delle istituzioni, organizzazioni e aziende formalmente e informalmente consultate:

Relazioni istituzionali (anche con collaborazioni a progetto):

- COMUNE e PROVINCIA DI BERGAMO
- CAMERA DI COMMERCIO DI BERGAMO
- ASCOM CONFESERCENTI
- CONFINDUSTRIA BERGAMO
- TURISMO BERGAMO
- COMUNITA' MONTANA VALLE BREMBANA
- COMUNITA' MONTANA VALLE SERIANA
- CONSORZIO ALTO BREMBO
- ECOMUSEO VAL TALEGGIO
- BERGAMASCHI NEL MONDO
- ISREC
- ENAIP
- AGENZIA PER L'INTEGRAZIONE (Provincia)
- REGIONE LOMBARDIA- ASSESSORATO URBANISTICA
- REGIONE LOMBARDIA - SERVIZIO TURISMO
- ARCHIVIO DI STATO DI BERGAMO
- SACBO
- FONDAZIONE ITALCEMENTI
- FONDAZIONE DALMINE
- STUDIARE SVILUPPO, Dipartimento per lo Sviluppo e la Coesione Economica- Ministero delle Politiche Regionali

Relazioni per servizi Educativi:

- UFFICIO SCOLASTICO TERRITORIALE DI BERGAMO
- DIOCESI
- BERGAMO SVILUPPO
- TOURING CLUB ITALIANO
- CAI Lombardia
- MOMA (servizi di comunicazione e digitali in mobilità)
- AGENZIA ITALIALAVORO, Ministero del Lavoro (per il progetto di Placement ARCO e FIXO)

Relazioni per servizi socioeconomici e professionali:

- BERGAMO CONVENTION BUREAU
- MEDIAON
- COMUNITA' RUAH
- TRAVEL GROUP MILANO
- ENTE FIERE ERBA
- DOLOMITI SUPERSKI
- ALTO ADIGE SVILUPPO
- TURISEUM - MUSEO DEL TURISMO DI MERANO
- MUSEO DELLA CULTURA LADINA DI SAN MARTINO IN BADIA

Relazioni culturali (anche con collaborazioni a progetto)

- MUSEI DI BG: ACCADEMMIA CARRARA, GAMEC, ORTO BOTANICO, MUSEO DI SCIENZE NATURALI, MUSEO BG NELLA STORIA, MUSEO BERNAREGGI
- ECO DI BERGAMO
- CENTRO CULTURALE LA PORTA
- CASA EDITRICE HOEPLI
- CASA EDITRICE FRANCO ANGELI

- Modalità e cadenza di studi e consultazioni.

A livello territoriale si sono sviluppati rapporti continuativi con alcune istituzioni-guida, tra cui Regione Lombardia, Provincia di Bergamo e Comune di Bergamo.

I rapporti hanno trovato un luogo di interlocuzione e progettualità in alcune strutture legate al corso di studi, tra cui il Cestit (centro studi di turismo e interpretazione del territorio) e il Laboratorio Cartografico Diathesis (facente capo all'Istituto di Geografia).

La collaborazione a un progetto co-finanziato da Regione Lombardia e Associazioni di settore, dedicato alle Professioni del turismo e il loro impatto in area regionale, ha prodotto uno studio e una pubblicazione (R. Garibaldi (a cura), "Le professioni del turismo tra tendenze e mutamenti", Franco Angeli, 2008). Dallo studio sono emerse una serie di linee guida che hanno implementato l'offerta formativa nelle direzioni opportune. Un'altra pubblicazione del medesimo autore, aggiornata anche al quadro nazionale e internazionale ("Professioni del turismo dalla tradizione all'innovazione", Franco Angeli, 2011), ha offerto nuovi spunti per un'offerta formativa innovativa e di qualità, che ha portato alla ultima revisione del RAD.

In particolare, il turismo appare un settore di rilevante interesse grazie alle prospettive occupazionali che offre nel mercato del lavoro, per molteplici fattori:

la crescita occupazionale del settore è costante, con percentuali superiori a quelle di altre attività economiche;

il carattere "labour intensive" dei processi di produzione ed erogazione dei prodotti turistici rendono le risorse umane insostituibili, anche con l'avanzare delle nuove tecnologie;

il settore appare interessante sia per le figure professionali intermedie con buona specializzazione e formazione, sia per i giovani con scarsa o nulla esperienza lavorativa se da una parte continua a essere assunta manodopera non qualificata a basso costo, tipicamente nelle imprese alberghiere e costante è la ricerca dei profili professionali più tradizionali nell'attività di intermediazione anche le figure intermedie, dall'altra, tuttavia, si rileva interesse per nuove professionalità a più alta specializzazione, anche se numericamente queste assunzioni sono ancora limitate;

la flessibilità dell'impiego: con una forte presenza di lavoratori stagionali e con contratti atipici nel settore. Il ricorso al part time è molto diffuso, anche perché sono molti i lavoratori che gradiscono flessibilità nella propria posizione lavorativa. Si riscontra inoltre l'elevata opportunità di avviare un'attività autonoma. Nel turismo vi sono spazi per aprire attività in proprio, sia nelle nuove professioni sia in quelle più tradizionali. L'evoluzione del mercato e la diffusione del franchising ha reso semplice, ad esempio l'apertura di un'agenzia di viaggi; la diffusione di associazioni strutturate di Bed & Breakfast permette anche ai meno esperti di avvicinarsi con maggior tranquillità ad una nuova attività economica (vedi pdf allegato).

La collaborazione continuativa con la Provincia di Bergamo (inaugurata sin dalla nascita della laurea specialistica nel 2003), considerata strategica per il dialogo tra Formazione e sbocchi professionali sul territorio circostante, ha portato all'istituzione di un Osservatorio del Turismo, coordinato da un docente del Corso (Prof. Andrea Macchiavelli, Direttore del Cestit). In particolare, l'Osservatorio turistico esercita un monitoraggio territoriale in relazione ai flussi, alla determinazione dei profili dei visitatori e della clientela degli alberghi (vedi pdf allegato).

Una fattiva collaborazione è stata di recente sviluppata con il Comune di Bergamo e altri enti territoriali, in merito a tematiche specifiche inerenti la valorizzazione della città e la costruzione di una sua visibilità internazionale.

Da segnalare la massiccia partecipazione dei docenti del corso all'ampia progettualità promossa e sviluppata in tal senso dall'Ateneo:

*coordinamento scientifico del progetto editoriale "Libro Bianco per la Governance. Dalla scuola all'università", Bergamo University Press, Bergamo, 2012.

*partecipazione di diversi docenti al progetto "Bergamo 2.(035). Un'idea di città in un mondo nuovo", finanziato dalla Fondazione Italcementi;

*partecipazione a progetti Cariplo per la costruzione di itinerari turistico-culturali in città

*delega di un docente nel Consiglio Direttivo del Comitato Bergamo Candidata Capitale Europea della Cultura 2019;

*coordinamento scientifico del progetto "Centralità dei territori: costituzione di un network europeo di Città S-low, finanziato da CREBERG;

- Documentazione (collegamenti informatici a verbali o altre evidenze su indagini e decisioni assunte)

pdf a cura del Presidente del Corso- Note di indirizzo sulla Occupabilità dei laureati della magistrale LM49

Obiettivi formativi specifici del corso e descrizione del percorso formativo

La grande espansione di domanda culturale, di viaggio e di vacanza costituisce un aspetto significativo della modernità complessa, dove i contesti della produzione e del consumo sono fortemente mediatizzati e caratterizzati da veloce mobilità, oltre che definiti da dinamiche di globalizzazione situata' (Appadurai) e di continua reinterpretazione localizzata (Clifford). Non meno che l'arte e la cultura, il turismo è oggi un insieme di pratiche e di economie condivise da un ampio pubblico appartenente a diverse società del mondo, che innesca dinamiche di conoscenza e relazione tra territori, su scala locale e sovranazionale, incrementando la comunicazione tra mondo sviluppato e mondi emergenti, tra centri e periferie. Affrontare il turismo in termini di "etnografia del presente" (MacCannell) non prescinde dalla comprensione della dimensione "profit", ovvero di quella economia del turismo che analizza il fenomeno come realtà produttiva, che muove investimenti industriali e commerciali, implica tecniche di promozione e di vendita, occupazione di territori, infrastrutture, edilizia massiva. In tal senso resta attuale la categoria di "ambiguità" attribuita al fenomeno turistico (Cohen, Urry), che può generare degrado e spreco (Clément) o eccesso di artificialità (Augé), arrivando anche a distruggere le stesse risorse su cui cresce, o divenire un vettore di sviluppo strategico, capace, quando ben gestito, di incidere in modo significativo sui redditi nazionali, creando occupazione, prodotti di qualità, reti di servizi. Il Corso di Laurea magistrale LM49 in Progettazione e Gestione dei Sistemi Turistici proposto dall'Università degli Studi di Bergamo intende confrontarsi con questo complesso di realtà con un percorso pluridisciplinare capace di formare studenti, già provvisti di solida preparazione linguistica e culturale, alla comprensione critica dei processi storici e territoriali che governano la pratica turistica, con aggiornati strumenti di analisi culturale e con un sapere economico-gestionale mediato da una cultura del territorio attenta alle dinamiche socio-politiche, alle nuove istanze della sostenibilità e alle potenzialità offerte dalla Information Technology.

A fronte della forte competizione propria dei mercati globalizzati (quale quello turistico) e della evidente frammentazione dell'impresa turistica italiana, il Corso di Laurea magistrale LM49 in Progettazione e Gestione dei Sistemi Turistici pone alla base del proprio impianto formativo la necessità di pensare 'in modo sistemico e agire in prospettiva progettuale, riconoscendo e imparando a dominare gli strumenti tecnici e giuridici della progettazione co-finanziata, in particolare quella che salda lo sviluppo turistico alla valorizzazione del capitale culturale ed economico dei diversi territori e che sa mettere in rete conoscenze e buone pratiche.

Oggetto precipuo di studio saranno perciò: la relazione tra il turismo e i concetti di modernità, colonialismo e globalizzazione, e in particolare le strutture e le dinamiche dell'industria e dell'impresa turistica a scala locale e globale; la città come spazio di risignificazione continua e come attrattore turistico; lo heritage tangibile e intangibile e i modelli di gestione che lo caratterizzano sulle diverse scale nazionali; il ruolo dei musei e degli eventi culturali all'interno del sistema territoriale; la protezione ambientale e le pratiche turistiche ad essa associate; ed infine il turismo come strumento di dialogo interculturale e di cooperazione internazionale. Le tematiche oggetto della formazione sono strettamente correlate a ricerche accademiche e applicate (Prin, Fondi Europei, Sistemi turistici locali), di cui i docenti del corso sono coordinatori e responsabili scientifici.

Il Corso di Laurea magistrale LM49 in Progettazione e Gestione dei Sistemi Turistici si propone gli obiettivi specifici di:

- dotare lo studente di approfondimenti linguistici e culturali orientati in senso internazionale e multiculturale, che lo rendano capace di affrontare il fenomeno turistico come complessità di pratiche sociali, dettate da motivazioni attinenti il consumo di immaginario, la domanda di conoscenza, la fruizione di arte e cultura, la pratica della vacanza;
- assicurare allo studente l'apprendimento di elementi concettuali per l'analisi dei processi economici innescati dai fenomeni turistici, tenendo conto delle nuove configurazioni territoriali determinate dalla mondializzazione, in cui la mobilità costituisce primaria modalità di espressione della società contemporanea;
- introdurre alla conoscenza del rapporto esistente tra territorio e turismo, prendendo in considerazione alcuni aspetti che sostanziano le politiche del turismo e dello sviluppo sostenibile: il territorio quale ricchezza culturale primaria, l'ambiente visto nella doppia componente naturale e culturale, l'empowerment sociale, a scala globale e locale, il rapporto tra impresa e fruizione turistica;
- fornire la conoscenza delle metodologie e degli approcci partecipativi volti al coinvolgimento degli attori locali nei processi di pianificazione turistica.

Per raggiungere questi obiettivi il corso prevede che gli studenti acquisiscano:

- avanzate competenze in almeno una lingua dell'Unione europea, in forma scritta e orale, e buona conoscenza di una seconda lingua straniera, con riferimento anche ai lessici disciplinari proposti come oggetto di studio, che mettano in grado lo studente di rapportarsi ai diversi contesti linguistici, culturali e professionali del mondo turistico contemporaneo, e di affrontare i mercati sia tradizionali che emergenti, generati dai processi di globalizzazione connessi ai flussi turistici verso l'Europa e in particolare verso l'Italia;
- una solida conoscenza delle discipline del territorio nella doppia anima sociale ed economica, concernente sia l'analisi dei processi sociali che lo studio degli aspetti economici e politici, fornendo competenze di decision making e di progettualità turistico-territoriale;
- avanzate competenze per operare all'interno di una logica sistemica, indispensabile per promuovere una cultura del turismo che sia sostenibile e attenta ai diversi contesti territoriali, con particolare attenzione per quelli caratterizzati dall'offerta integrata di beni culturali, ambientali e turistici o dalla presenza diffusa di imprese;
- capacità di definire, anche da un punto di vista socio-territoriale e antropologico, le peculiarità di siti e culture in funzione di una valorizzazione turistica non intrusiva, nonché di individuare strategie e tecniche di mediazione culturale, nello spirito della promozione di uno sviluppo locale rispettoso delle vocazioni del territorio e delle comunità residenti, con particolare attenzione rivolta alla costituzione e promozione di prodotti turistici innovativi (ecomusei, greenways, percorsi del gusto ecc.);
- conoscenze sull'uso delle metodologie e tecniche multimediali e del digitale mobile finalizzate alla comunicazione, gestione e organizzazione dei servizi turistici e dei beni culturali in contesto museale e diffuso;
- competenze tecniche, amministrative e giuridiche necessarie per la programmazione dei progetti di intervento culturale delineati da istituzioni pubbliche o private, inclusi quelli promossi da organismi e agenzie internazionali e quelli pertinenti la programmazione cofinanziata comunitaria;
- competenze teoriche e argomentative volte all'approfondimento scientifico-accademico degli studi turistici, finalizzato alla long-life education e alla formazione

accademica.

Il corso intende raggiungere gli obiettivi previsti attraverso una offerta formativa caratterizzata da diverse aree di apprendimento:

AREA LINGUE, CULTURA, ARTI- con insegnamenti a carattere linguistico (con 4 lingue straniere opzionabili), culturale e artistico variamente dedicati all'approfondimento del fenomeno turistico inteso come pratica comunicativa e sociale, storicamente determinata e definita dal sistema culturale e infrastrutturale (con riferimento ai settori contemplati tra le discipline caratterizzanti e affini);

AREA DISCIPLINE DEL TERRITORIO- con insegnamenti a carattere geografico e socio-territoriale (M-GGR/01, M-GGR/02, SPS/10), dedicati all'analisi del turismo sia come generatore che come esito di processi territoriali, tenendo conto delle nuove configurazioni determinate dalla mondializzazione e dalle politiche di pianificazione, partecipazione e governance, nel contesto della mobilità contemporanea e del sistema delle reti globali;

AREA COMUNICAZIONE E SISTEMI INFORMATIVI- con insegnamenti e attività inerenti l'uso delle nuove tecnologie dell'informazione (INF/01, ING-INF/05, M-GGR/02), con particolare riferimento al WEB, ai social networks, ai sistemi cartografici interattivi e alla realtà aumentata applicati al comparto dei beni e dei servizi turistici.

AREA ECONOMIA E IMPRESA- con insegnamenti appartenenti alle scienze economiche e giuridiche che affrontano il complesso delle realtà di produzione, comunicazione, offerta e consumo di beni e di servizi, visti in rapporto ai diversi ambiti gestionali e giuridici e nei vari contesti istituzionali e aziendali nazionali e internazionali (SECS-P/08, SECS-P/06, IUS/04).

AREA FORMAZIONE APPLICATA- per favorire le possibilità di esercitare individualmente e concretamente le conoscenze acquisite, e la possibilità di applicarle in ambito lavorativo/professionale il corso prevede un Laboratorio(*) metodologico e un Tirocinio (obbligatorio) presso enti, aziende e istituzioni pubbliche e private legate al turismo o ad attività culturali e produttive in interfaccia con il fenomeno turistico (musei, associazioni, consorzi territoriali, gruppi editoriali).

Gli studenti del corso di laurea in Progettazione e Gestione dei Sistemi Turistici possono inoltre accedere a percorsi Erasmus orientati alla disciplina turistica e a un consolidato programma di tirocini internazionali, operativo dal 1998 (ex Leonardo Mobility Programme ora Erasmus Placement, in aziende europee (Estonia, Francia, Germania, Lituania, Malta, Norvegia, Olanda, Regno Unito, Spagna) accuratamente selezionate e convenzionate con l'Ateneo, che operano in settori e ambiti coerenti con l'offerta formativa.

Il tempo riservato allo studio personale o ad altre attività formative di tipo individuale non è inferiore al 50% dell'impegno orario complessivo, salvo nel caso in cui siano previste attività formative ad elevato contenuto sperimentale o pratico.

Il corso di laurea ha la durata normale di due anni e per conseguire la laurea magistrale lo studente deve aver acquisito almeno 120 crediti formativi universitari.

(*) Il Laboratorio non figura nell'elenco degli insegnamenti (di cui alla Scheda A4.b), "per un errore nella procedura di caricamento".

Per meglio differenziare e caratterizzare nello specifico la preparazione dello studente, ma anche alla luce delle trasformazioni in atto sia per quanto riguarda le competenze utili per il comparto di studi e delle professioni in oggetto che in prospettiva di internazionalizzazione, il Corso di studi prevede dall'a.a. 2013-2014 un doppio curriculum:

1) Turismo società e sistemi digitali (erogato con moduli in italiano e in lingua straniera);

2) International Tourism and Local Governance (interamente erogato in lingua inglese).

Il curriculum 1) riprende ed espande il percorso originario rafforzando le componenti della comunicazione digitale e delle tecniche produttive relative ai servizi in mobilità (Comunicazione turistica georiferita, Web Marketing, Web Design, Web Evaluation, App).

Il curriculum 2) struttura e mette a regime stabile la sperimentazione di un corso interamente internazionalizzato, caratterizzato dalla presenza di visiting professors stranieri, assistiti nella didattica e nelle fasi di valutazione da docenti italiani appartenenti al Corso di Studi. I due percorsi curriculari rispondono a domande ormai accertate del mercato turistico, per le quali risulta utile il rimando ai due profili professionali prescelti per l'illustrazione della Scheda A2.a. Si fa qui particolare riferimento a competenze progettuali, comunicative e gestionali spendibili nel contesto di uno sviluppo locale a forte base identitaria, calato in aree anche minori o con poca/nulla tradizione turistica (11.21), che a competenze spendibili in ambiti e contesti geografici larghi, ove sia richiesta una visione globale e internazionale dei fenomeni (11.20).

Autonomia di giudizio (making judgements)

I laureati devono avere la capacità di integrare le conoscenze e gestire la complessità, nonché formulare giudizi sulla base di informazioni limitate e incomplete senza escludere la riflessione sulle responsabilità sociali ed etiche collegate all'applicazione delle conoscenze e giudizi. Il valore di un giudizio autonomo nella soluzione di un problema sarà legato alla capacità di relazionarsi a un gruppo, o nel confronto con le diverse culture, e a prendere decisioni solo in seguito ad una matura verifica delle condizioni e dei limiti entro cui si è chiamati ad operare. L'autonomia di giudizio tiene conto e fa tesoro dei contenuti e dei valori che la formazione universitaria ha trasmesso nel corso del ciclo di studi, traendone profitto per l'attività professionale e nella vita di relazione in campo sia nazionale che sovranazionale.

L'autonomia di giudizio acquisita nel Corso di Studi in Progettazione e Gestione dei Sistemi Turistici permette al laureato:

- di affrontare contesti discorsivi complessi, anche nelle due lingue straniere prescelte per l'approfondimento, sapendo elaborare un'opinione ragionata delle situazioni e sapendo prendere iniziative volte a rafforzare posizioni proprie o altrui;
- di riconoscere le diversità dei contesti produttivi e territoriali, non solo in relazione alle tipologie di turismo presenti, ma anche ai diversi sistemi di destination management operanti sul territorio;
- di analizzare con spirito critico i processi di territorializzazione turistica e di prendere parte attiva nella presa di decisione nell'ambito della progettazione turistica, utilizzando metodologie e approcci partecipativi volti al coinvolgimento degli attori locali.

L'autonomia di giudizio è perseguita da tutte le discipline e viene costruita ed esercitata mediante l'attività didattica interattiva: durante le lezioni e le altre attività (seminari, laboratori) sono previsti momenti di discussione guidata volti a stimolare capacità critiche e di rielaborazione, affinate dal confronto con docenti e con esperti. La presentazione e la discussione di concreti casi di studio, in presenza di testimoni provenienti da istituzioni nazionali ed internazionali nonché dal mondo aziendale e professionale, costituisce un altro prezioso momento di riflessione che offre la possibilità di apprendere come formulare l'intervento individuale, strutturalo argomentativamente per consolidare le proprie risorse critiche e sviluppare le capacità di giudizio. Tale esercizio è sottoposto a momenti di monitoraggio e verifica costante da parte dei docenti; l'accertamento della competenza è affidato alle prove orali e scritte, che non prescindono da verifiche puntuali, con passaggi o tracce che consentano di associare conoscenze concettuali e tecniche a una visione critica delle questioni presentate.

Abilità comunicative (communication skills)

I laureati devono saper comunicare in modo chiaro e privo di ambiguità le loro conclusioni, nonché le conoscenze e la ratio ad esse sottese, a interlocutori generici e specializzati del settore. A questo scopo essi dovranno essere in grado di semplificare la complessità, sezionandola nelle sue componenti fondamentali e riponendo questi in relazione reciproca mediante il ricorso alle abilità analitiche, sintetiche e argomentative acquisite nel corso degli studi. Devono quindi dimostrare di essere aggiornati sui più recenti contributi teorici e applicativi nei diversi campi a livello nazionale e internazionale, facendo leva non da ultimo sulle competenze linguistiche fissate nel corso del loro ciclo di studi. In particolare, il laureato in Progettazione e Gestione dei Sistemi Turistici sa inoltre:

- elaborare testi, scritti e orali, utili a descrivere dettagliatamente, riferire correttamente, esprimere giudizi e argomentare decisioni, anche nelle due lingue straniere prescelte per l'approfondimento;
- sviluppare in forma scritta e orale un'analisi economica corredata di tutti gli strumenti di analisi necessari;
- sviluppare una progettualità territoriale e di prodotto secondo le fasi che questa richiede, rendendola comprensibile e praticabile ai soggetti con i quali interagisce;
- produrre ed interpretare la ricerca e l'informazione geografica riferita ai progetti turistici, anche utilizzando i sistemi cartografici di ultima generazione.

Le abilità comunicative vengono costantemente sviluppate e stimolate durante la didattica frontale relativa a tutti i moduli previsti dal piano degli studi; sono altresì previsti momenti di didattica interattiva, con seminari di approfondimento e discussione che danno spazio a espressioni individuali e di gruppo, e con laboratori didattici ove è previsto un momento di presentazione autonoma di relazioni e prodotti multimediali, da elaborare secondo modalità espositive tradizionali o innovative mediante l'uso di strumenti statistici e cartografici, o di tecnologie informatiche di ultima generazione. L'acquisizione di abilità e competenze comunicative viene verificata con esami orali e/o prove scritte (i moduli relativi alle aree linguistiche e socio-economiche possono prevedere doppia modalità di verifica) e con prove pratiche svolte nei laboratori di informatica e di geografia; per le attività didattiche interattive (seminari ed esercitazioni sul campo) il confronto e il monitoraggio del docente provvedono a un controllo costante delle dinamiche di apprendimento.

Capacità di apprendimento (learning skills)

I laureati del corso magistrale devono aver sviluppato quelle capacità di apprendimento che consentano loro di fare ricerca scientifica e ricerca applicata sia in modo auto-diretto e autonomo che in gruppo o in un contesto progettuale ove sia richiesta forte capacità di interazione personale e di costruzione e alimentazione di reti. In questa prospettiva, essi dimostrano capacità di applicazione di metodi e tecniche per l'ulteriore acquisizione del sapere e la sua trasmissione tramite gli strumenti sia tradizionali che informatici. Sono in grado di mettere a frutto e gestire le varie forme di apprendimento del sapere a seconda dei vari contesti culturali. Sanno inoltre utilizzare in modo opportuno e adeguato i materiali di consultazione e gli strumenti di approfondimento disciplinare nelle appropriate sedi di reperimento materiali, sia in spazi fisici (biblioteche e archivi) che virtuali.

Il laureato in Progettazione e Gestione dei Sistemi Turistici ha sviluppato ulteriori capacità di apprendimento:

- per rapportarsi alle varie situazioni e ai vari contesti in modo progettuale, imparando a far crescere le proprie competenze attraverso le dinamiche scientifiche o relazionali sollecitate dal progetto, ma anche a formare competenze altrui;
- per l'analisi dei mercati territoriali e di prodotto, dimostrando di saper penetrare le problematiche specifiche dei diversi contesti e di avere sufficienti strumenti per gestire i processi di coordinamento e di programmazione strategica necessari a valorizzare prodotti e territori;
- per l'analisi e la gestione dei processi territoriali innescati dai fenomeni turistici.

Il laureato conosce le metodologie e gli approcci partecipativi volti al coinvolgimento degli attori locali nei processi di pianificazione turistica e possiede un buon livello di abilità nell'uso e interpretazione dei sistemi informativi geografici per valutare e gestire criticamente l'informazione.

Le capacità di apprendimento vengono accertate trasversalmente alle varie discipline attraverso le plurime modalità di verifica suesposte. In sintesi si tratta di: esami orali e prove scritte che conducono alle varie attività didattiche quali lezioni frontali, esercitazioni di aula, esercitazioni e discussioni in piccoli gruppi, prove pratiche di elaborazione di testi e prodotti multimediali realizzati durante le esercitazioni di laboratori didattici legati alla acquisizione di strumenti utili alla elaborazione della prova finale (software cartografici, prodotti multimediali, WebGIS, elaborazioni statistiche). Vanno inoltre ad aggiungersi le relazioni finali delle attività di tirocinio svolte fuori sede, la cui redazione e autovalutazione critica è parte integrante dell'attività formativa.

Conoscenze richieste per l'accesso

(DM 270/04, art 6, comma 1 e 2)

A. REQUISITI CURRICULARI

Possono accedere al corso di laurea magistrale LM49 coloro che sono in possesso di un diploma di laurea triennale (180 cfu) conseguita nelle Classi che forniscono allo studente una buona base culturale nell'area turistica, umanistica e delle scienze sociali, una buona conoscenza della lingua inglese (livello B2 della certificazione europea per le lingue europee) e alcune conoscenze di base relative a discipline caratterizzanti il corso di laurea magistrale LM49 (discipline artistiche, socio-economiche e del territorio). Sono consigliate inoltre la conoscenza e la competenza nell'uso delle tecnologie informatiche di base (pacchetti gestionali d'ufficio, fogli elettronici, trattamento dei testi).

B. REQUISITI CULTURALI

Sono considerati requisiti culturali per l'ammissione, oltre le competenze previste per i requisiti curriculari, la capacità di comprendere e rielaborare autonomamente e sinteticamente in lingua italiana discorsi compiuti, anche di lessico disciplinare, nonché la capacità di comprendere e saper operare discorsivamente nella lingua inglese.

I requisiti curriculari e culturali verranno verificati tramite un colloquio d'ammissione, volto ad accertare le competenze richieste, e secondo le modalità definite dal Regolamento Didattico del corso di studi.

Per gli studenti stranieri che abbiano conseguito un diploma all'estero, valgono i criteri di riconoscimento di diploma e di certificazione stabiliti dal Ministero e dall'Ateneo; laddove non certificate o certificabili, le competenze dello studente verranno discusse e valutate in sede di colloquio.

I requisiti di accesso per studenti con titolo di studio di laurea triennale che fornisce preparazione diversa da quella succitata nei requisiti curriculari e culturali sono formulati in termini di cfu come segue:

- 15 cfu nell'ambito dei settori di Lingua e Traduzione L-LIN/04, L-LIN/07, L-LIN/12, L-LIN/014, L-LIN/21, L-OR/12, L-OR/21, L-OR/22 (di cui almeno 5 cfu in L-LIN/12)

- 20 cfu nell'ambito socio-territoriale ed economico

M-GGR/01, M-GGR/02, ICAR/14, ICAR/15, SPS/07, SPS/08, SPS/09, SPS/10, SECS-P/01, SECS-P/04, SECS-P/06, SECS-P/08, SECS-P/10, M-DEA/01, IUS/04, IUS/05, IUS/09, IUS/10, IUS/13, IUS/14, M-PSI/01, M-PSI/05, M-PSI/06

- 20 cfu nell'ambito artistico-letterario-culturale

L-FIL-LET/10, L-FIL-LET/11, L-FIL-LET/12, L-FIL-LET/13, L-LIN/03, L-LIN/05, L-LIN/06, L-LIN/10, L-LIN/11, L-LIN/13, L-LIN/21, L-OR/12, L-OR/21, L-OR/22, L-ART/01, L-ART/02, L-ART/03, L-ART/04, L-ART/05, L-ART/06, L-ART/07, L-ANT/01, M-STO/02, M-STO/03, M-STO/04, M-STO/05, M-STO/08, M-FIL/01, M-FIL/04, M-FIL/05, M-FIL/06, SPS/08, SPS/14.

- 5 cfu nell'ambito tecnico-comunicativo (INF/01, ING/INF/05)

Caratteristiche della prova finale

(DM 270/04, art 11, comma 3-d)

La prova finale prevede la redazione e la discussione di una tesi elaborata in modo originale dallo studente sotto la guida di un relatore (DM270 art.11, comma 5), in lingua italiana o in una delle lingue straniere perfezionate nella laurea magistrale, e attinente argomenti inerenti qualsiasi disciplina prevista dal piano degli studi del corso, nella quale il candidato abbia conseguito almeno 10 cfu (tenuto eventualmente conto di discipline tra loro affini). La tesi dovrà altresì presentare una chiara apertura pluridisciplinare, confermata dalla presenza di un correlatore di altra disciplina rispetto a quella prescelta. La prova finale potrà anche consistere in un prodotto testuale diverso dalla dissertazione scritta (dossier, progetto di testo, traduzione) e che non sia necessariamente in formato cartaceo (CD, pagina web) purchè corredato da una presentazione critica del processo che ha portato all'elaborazione del prodotto e da una bibliografia specifica e ragionata. Lo studente è invitato a riflettere sulla scelta del tema e del percorso prima della consegna del piano degli studi del 2° anno, in modo da costruire, in funzione della tematica prescelta, una filiera formativa coerente, orientando la scelta del laboratorio e/o del tirocinio nella direzione più utile ad acquisire il maggior numero di informazioni pertinenti al suo lavoro di ricerca e di redazione della tesi. Il candidato dovrà dimostrare di sapere circoscrivere l'ambito della ricerca e progettare le fasi di elaborazione. Avvalendosi della bibliografia opportunamente selezionata dovrà inoltre sapere sviluppare una argomentazione critica coerente che dimostri una capacità di ragionamento anche autonomo rispetto alle fonti consultate. E' auspicata la presenza di capitoli o di consistenti passaggi che facciano riferimento a casi di studio di specifico interesse progettuale o a proposte progettuali anche originali. Per i laureandi del curriculum "Turismo, Società, sistemi informativi", la tesi potrà a scelta del candidato essere redatta in italiano o in lingua straniera. Per i laureandi del curriculum "International Tourism and local governance" la tesi è redatta in lingua inglese.

| |
|--|
| Sbocchi occupazionali e professionali previsti per i laureati |
|--|

| |
|--|
| [11.20] Comunicatore territoriale; [11.21] Esperto di sviluppo turistico territoriale |
|--|

funzione in un contesto di lavoro:

[11.20] Comunicatore territoriale

Il neolaureato inserito in un contesto aziendale (sia pubblico che privato), a seguito di un breve periodo di affiancamento e conoscenza dello specifico contesto di riferimento, cura l'ideazione e la realizzazione di strategie, strumenti, materiali ed eventi di informazione e promozione del settore turistico. Collabora alla promozione commerciale del prodotto turistico, interagendo col Responsabile del marketing turistico, con i Programmatori delle attività turistiche o con gli Agenti di sviluppo turistico, con i rappresentanti degli enti pubblici e privati, con la stampa ed i media.

[11.21] Esperto di sviluppo turistico territoriale

Il neolaureato inserito in un contesto aziendale (sia pubblico che privato), a seguito di un breve periodo di affiancamento e conoscenza dello specifico contesto di riferimento, elabora e gestisce progetti di sviluppo turistico locale, che promuovano l'immagine e le attività turistiche di una determinata area geografica. Cura la valorizzazione turistica di una determinata area, utilizzando metodologie di marketing per vendere le zone turistiche oltre che per pianificare e gestire attività turistiche.

competenze associate alla funzione:

[11.20] Comunicatore territoriale

Grazie alle conoscenze di Elementi di comunicazione d'impresa, Elementi di comunicazione pubblica, Elementi di marketing turistico e Mercato del turismo, il neolaureato saprà effettuare la rilevazione delle esigenze di comunicazione/immagine del prodotto turistico, applicando modalità di analisi dei bisogni di comunicazione per cui saprà anche elaborare un piano di comunicazione turistica applicando tecniche di budgeting, di media planning, di pianificazione delle attività e tecniche di segmentazione della clientela. Grazie alla solida preparazione culturale e alla conoscenza delle lingue straniere applicata al contesto multimediale, saprà implementare un piano di comunicazione turistica, curando la produzione di materiale di informazione e promozione turistica e gestendo le relazioni con gli altri attori del mercato turistico.

In questo quadro di abilità, si configurano sbocchi professionali

in ambiti sia pubblici che privati, oltre a una significativa possibilità di sbocchi legati all'auto-imprenditorialità.

[11.21] Esperto di sviluppo turistico territoriale

Grazie ad approfondite conoscenze del territorio (Geografia e Storia, Cultura, Arte e Tradizioni), combinate a competenze maturate nell'ambito della Mediazione culturale e del Marketing, il neolaureato potrà operare su incarico di uno o più soggetti istituzionali o dell'ATL (Azienda di turismo locale), per svolgere in particolare le seguenti attività: analisi del contesto territoriale al fine di individuare risorse di interesse turistico, valutando i fattori sociali, ambientali, economici locali da poter integrare nell'offerta turistica; strategie di promozione del prodotto turistico; pianificazione di piani di commercializzazione del territorio, coinvolgendo le imprese turistiche locali, stimolandone lo sviluppo e promuovendo partnership pubblico/privato; attività di promozione dell'offerta turistica, in un'ottica partecipativa larga, estesa ai vari attori anche privati del territorio, monitorandone lo svolgimento e verificandone i risultati.

In questo quadro di abilità, si configurano sbocchi professionali

in ambiti sia pubblici che privati, oltre a una significativa possibilità di sbocchi legati all'auto-imprenditorialità.

sbocchi professionali:

[11.20] Comunicatore territoriale

- Ministeri e ambasciate, centri di cultura, assessorati e associazioni per la promozione di heritage, uffici della promozione turistica, musei, fondazioni, centri di ricerca;

- Aziende della distribuzione, Enti fieristici, organizzazione convegni, tour operator e agenzie di viaggio (outgoing e incoming), hotel, villaggi e resort, siti di heritage, real estate, parchi ed enti di protezione ambientale.

[11.21] Esperto di sviluppo turistico territoriale

- Ministeri, assessorati, aziende del turismo locale, associazioni e consorzi per lo sviluppo locale, musei di storia locale, siti di heritage locale, centri di ricerca, parchi ed enti di protezione ambientale, Enti internazionali (Unesco);

- agenzie di viaggio (specialmente incoming), aziende dell'accoglienza (soprattutto a basso impatto, quali bed&breakfast, albergo diffuso), aziende legate a prodotto locale, aziende per lo sviluppo di prodotti turistici per il territorio (editoria, web design territoriali, trasporti)

funzione in un contesto di lavoro:**competenze associate alla funzione:****sbocchi professionali:****descrizione generica:****funzione in un contesto di lavoro:****competenze associate alla funzione:****sbocchi professionali:**

La Laurea magistrale LM49 si propone di agire sull'asse dei profili tradizionali (impresa ricettiva, intermediazione, infrastrutture e servizi), preparando a professioni di direzione e di coordinamento con competenze specificamente spendibili in territori nazionali a forte vocazione culturale e in contesti internazionali. D'altro canto, la trasformazione della domanda turistica e la realtà dei nuovi turismi' (soprattutto legati alla cultura e all'ambiente) e delle nuove gestioni del business, ha creato opportunità di lavoro e attività del tutto nuove: si tratta di professioni 'innovative' o di frontiera' che si posizionano soprattutto nelle aree di autoimpresa e di consulenza, ma che trovano sempre più collocazione istituzionale all'interno di Enti pubblici e agenzie territoriali che hanno saputo cogliere l'opportunità di fare della offerta e della mobilità turistica una ricchezza per il territorio e il suo sviluppo.

descrizione generica:**funzione in un contesto di lavoro:****competenze associate alla funzione:****sbocchi professionali:****descrizione generica:**

Il corso prepara alla professione di (codifiche ISTAT)

- Specialisti della gestione nella Pubblica Amministrazione - (2.5.1.1.1)
- Specialisti in risorse umane - (2.5.1.3.1)
- Specialisti dell'organizzazione del lavoro - (2.5.1.3.2)
- Specialisti nell'acquisizione di beni e servizi - (2.5.1.5.1)
- Specialisti nella commercializzazione di beni e servizi (escluso il settore ICT) - (2.5.1.5.2)
- Specialisti delle pubbliche relazioni, dell'immagine e professioni assimilate - (2.5.1.6.0)
- Redattori di testi tecnici - (2.5.4.1.4)
- Ricercatori e tecnici laureati nelle scienze dell'antichità, filologico-letterarie e storico-artistiche - (2.6.2.4.0)

Risultati di apprendimento attesi - Conoscenza e comprensione - Capacità di applicare conoscenza e comprensione

AREA LINGUE, CULTURE, ARTI

Conoscenza e comprensione

Nello specifico di una laurea magistrale in turismo concepito in forte relazione con il sapere umanistico-filologico- quale è il corso in Progettazione e Gestione dei Sistemi di turistici dell'Università di Bergamo- lo studente integrerà competenze linguistiche e culturali a competenze che riguardano il confronto con il mondo della pratica e dell'impresa turistica. In particolare, per quanto riguarda l'Area Lingue, Culture, Arti, lo studente consegue una avanzata competenza in almeno due lingue straniere, oltre l'italiano, accompagnata a una solida conoscenza storico-culturale volta all'approfondimento dei fenomeni del viaggio, del turismo, delle pratiche del tempo libero e delle loro rappresentazioni- sociali, artistiche, mediatiche. Tale conoscenza sarà costruita con occhio attento alla prospettiva internazionale e interculturale, aperta a realtà e a esperienze locali-regionali e sovranazionali, considerate nell'attuale contesto globalizzato. Mentre lo studio delle lingue straniere è comune ai due curricula, i corsi che approfondiscono cultura e arte sono articolati in modo da differenziare l'offerta con opportune focalizzazioni. Alcuni moduli sono erogati in inglese per entrambi i curricula.

LINGUE

Lacquisizione delle conoscenze e delle competenze linguistiche avviene attraverso l'insegnamento delle lingue straniere (abilità comunicative e riflessione metalinguistica), con importanti interazioni anche con le altre discipline. Per la lingua inglese si ritiene che la competenza linguistica e metalinguistica debba essere dedicata, ed esercitata a partire dal primo anno. Il percorso perciò è mirato allo studio del Language of tourism attraverso materiali autentici allo scopo di fornire conoscenze e competenze lessicali, morfosintattiche e di genere testuale, nonché sui modelli turistico-culturali che possano essere usati dal futuro laureato PGST come punti di riferimento nel proprio ambito professionale.

Al secondo anno lo studente può scegliere di approfondire inglese o un corso avanzato di Lingua straniera a scelta tra il Francese, lo Spagnolo e il Tedesco. Il piano degli studi prevede la possibilità di una scelta modulata a seconda del grado di conoscenza acquisito in precedenza. I corsi offerti, mutuati dal terzo anno del triennio di Lingue straniere moderne e dal primo anno del biennio magistrale di Lingue per la Comunicazione e la Cooperazione, sono corredati di esercitazioni pratiche svolte lungo l'intero anno accademico. La presenza di 10 cfu di scelte libere consente inoltre di affrontare eventualmente lo studio di altra lingua straniera tra quelle offerte dall'Ateneo, ivi incluse le Lingue Orientali.

In questo contesto, lo studio delle lingue straniere garantisce allo studente di PGST tre livelli di conoscenza:

Conoscenza linguistica: conoscenza della lingua al livello C1 del QCRE (abilità ricettive e produttive)

Conoscenza socioculturale: conoscenza dei tratti distintivi delle società e culture in cui la lingua viene parlata; conoscenza dei rapporti tra lingua, società e cultura nei paesi in cui la lingua viene parlata

Conoscenza interculturale: somiglianza /diversità tra la lingua/ società/cultura di origine e quella target;

per la lingua inglese: modelli culturali/ideologici veicolati attraverso il linguaggio turistico

CULTURA/ARTI

I 2 corsi di Cultural Studies, 44121ENG e 44200 (mancante nell'elenco "per un errore nella procedura di caricamento") combinano a seconda del curriculum i settori L-LIN/10 e SECS-P/06). Insieme ai corsi di Arts e Discipline delle arti (settori L-ART/04, L-ART/06, modulati sull'inglese e l'italiano a seconda del curriculum) consentiranno allo studente di PGST di:

- acquisire elementi e concetti storici e antropologici sui fenomeni del viaggio e del turismo come pratiche culturali socialmente determinate
- esplorare il turismo contemporaneo nel contesto della mediazione culturale, testuale, espressiva, anche in prospettiva diacronica, con riferimento alla letteratura, al cinema, ai media, alle tecnologie della società dell'informazione
- acquisire elementi storici, concettuali e critici per comprendere i fenomeni dello heritage come pratica dei luoghi, con riferimento agli aspetti correlati di conservazione, interpretazione, gestione, analizzati a scala regionale, nazionale, sovranazionale
- acquisire gli strumenti per conoscere l'istituzione museale e i molteplici ambiti in cui opera; analizzare la qualità narrativa del museo in relazione a pubblici, luoghi, interpretazioni differenti; presentare il museo come opportunità per la valorizzazione di territori, storie e culture.

Modalità didattiche

Lezioni frontali; discussioni; gruppi di lavoro; autoapprendimento guidato, esercitazioni con un collaboratore linguistico (da definire in base alle delibere della Giunta del Centro Linguistico).

Approccio deduttivo (analisi e riflessione linguistica), contrastivo (rispetto alla lingua madre o ad altre lingue), proattivo (metodo degli obiettivi da raggiungere).

Analisi di casi; navigazione web assistita, visione guidata di video e film; visite guidate sul territorio circostante.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

I laureati in Progettazione e Gestione dei Sistemi Turistici sapranno in generale agire efficacemente sia su un piano espositivo che argomentativo, integrando una sviluppata capacità di lettura critica della complessità culturale prodotta dal mondo globalizzato a capacità operative, adattate ai contesti professionali specifici. La formazione acquisita, attenta alle istanze internazionali e interculturali indispensabili per comprendere le molte mobilità' del mondo contemporaneo, gli consente di confrontarsi con argomenti altrui e tematiche diverse, anche in altra lingua dall'italiano, vagliando le varie posizioni per giungere a esiti di giudizio sintetico, di decisione e di iniziativa progettuali.

In particolare, per quanto riguarda l'area di apprendimento delle LINGUE, la competenza comunicativa plurilingue costituisce di una delle caratteristiche del laureato in PGST, il quale saprà

applicare conoscenza e comprensione in dimensione linguistica (ortografia, fonologia, morfo-sintassi, lessico), pragmatica: padronanza del discorso, coesione, coerenza, interazione comunicativa (per la lingua inglese anche attraverso l'analisi di testi autentici su tematiche relative al turismo), sociolinguistica (sa usare la lingua appropriata al contesto sociale e conversazionale. Avrà anche capacità di comunicazione tra rappresentanti anche di culture diverse che usano la L2 come lingua franca in vari ambiti (per la lingua inglese anche turistici); sa riconoscere situazioni di conflitto e conosce le strategie linguistiche per la mediazione). Più specificamente saprà:

- affrontare in modo efficiente e autonomo nuove occasioni di apprendimento linguistico per integrare nuove conoscenze a quelli esistenti
- usare le competenze linguistiche per arricchire la propria formazione
- saprà comprendere i diversi contesti discorsivi legati alla specializzazione turistica, mostrando di saper analizzare criticamente testi orali e scritti, concepiti per diversi scopi e per diversi fruitori (report descrittivi, testi promozionali, documenti progettuali), anche nelle due lingue straniere prescelte per l'approfondimento

- usare la lingua per realizzare azioni mentali e pratiche di tipo specializzato per realizzare compiti professionali.

Per gli ambiti CULTURA/ARTI, gli approfondimenti culturali e le specifiche conoscenze acquisite in alcuni ambiti artistico-espressivi visti in relazione e in interfaccia con le pratiche della fruizione culturale in contesti di mobilità, lo mettono in condizione di:

- affrontare l'analisi del territorio, in termini sia di Paesaggio che di destinazione turistica
- riconoscere e descrivere con linguaggio appropriato un prodotto di heritage materiale/immateriale, mostrando cognizione del dibattito internazionale (e Comunitario in particolare) sulla gestione sostenibile di beni e servizi
- affrontare questioni metodologiche, estetiche, psicologiche relative alla lettura di testi di descrizione turistica (anche digitali) e alla visione di video e film
- riconoscere la diversità delle varie istituzioni museali (pubbliche e private) e affrontare questioni di gestione del museo, con particolare riferimento al marketing e alla gestione dei visitatori.

AREA DELLE DISCIPLINE DEL TERRITORIO

Conoscenza e comprensione

I corsi dell'area delle discipline del territorio (Discipline del Territorio e territorial Studies, modulati in italiano e inglese a seconda del curriculum) concorrono a formare lo studente di Progettazione e gestione dei sistemi turistici in relazione ai seguenti obiettivi del RAD: fornire competenze geografiche utili per Introdurre alla conoscenza del rapporto esistente tra territorio e turismo, prendendo in considerazione alcuni aspetti che sostanziano le politiche del turismo e dello sviluppo sostenibile: il territorio quale ricchezza culturale primaria, l'ambiente visto nella doppia componente naturale e culturale, l'empowerment sociale, a scala globale e locale, il rapporto tra impresa e fruizione turistica; fornire la conoscenza delle metodologie e degli approcci partecipativi volti al coinvolgimento degli attori locali nei processi di pianificazione turistica.

In particolare modo, i moduli di Geografia dell'ambiente e del turismo e Geography of the Environment and Tourism hanno l'obiettivo di fornire allo studente adeguati strumenti teorici, interpretativi e metodologici per comprendere l'importanza della valorizzazione territoriale e paesistica all'interno dei progetti di pianificazione turistica.

I moduli Geografia Interculturale e Intercultural Geography si propongono di fornire le competenze per l'analisi semiotica del paesaggio e della cartografia visti in una prospettiva interculturale applicabile alla comprensione dell'Altrove.

Nello specifico, lo studente acquisirà:

- conoscenze di base della geografia culturale attraverso la letteratura e i principali documenti internazionali concernenti la progettazione partecipata dell'ambiente e del paesaggio;
- capacità di comprendere il ruolo del territorio, dell'ambiente e del paesaggio quali veicoli di significati culturali, ideologici e identitari per la promozione di nuove forme di turismo consapevole, come lo slow tourism;
- capacità di analisi semiotica in ambito geografico e cartografico.

Modalità didattiche

lezioni frontali; didattica interattiva che integra le lezioni frontali con

gruppi seminariali e tavoli di discussione, esemplificazione sulle rappresentazioni del territorio e sulla valorizzazione ambientale; escursioni guidate sul territorio circostante.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Il laureato in PGST

- avrà gli strumenti culturali di base necessari per sviluppare capacità analitiche sulle risorse ambientali e sulla valorizzazione paesistica e turistica
- saprà ricostruire le dinamiche e i processi utili a far emergere il significato culturale del paesaggio come unità di pianificazione ambientale e turistica;
- saprà utilizzare le metodologie geografiche che recuperano il concetto di sostenibilità;
- saprà utilizzare le metodologie partecipative per il coinvolgimento degli attori locali nei processi di pianificazione turistica.

AREA COMUNICAZIONE E SISTEMI INFORMATIVI

Conoscenza e comprensione

L'area Comunicazione e sistemi informativi- che comprende i settori di INF/01, INF-ING/05 e M-GGR/02- concorre a formare lo studente di Progettazione e gestione dei sistemi turistici in relazione ai seguenti obiettivi del RAD: sviluppare conoscenze avanzate relativamente a "metodologie e tecniche multimediali e del digitale mobile, finalizzate alla comunicazione, gestione e organizzazione dei servizi turistici e dei beni culturali, museali e diffusi". In particolare i moduli Sistemi Web per il Turismo e IT for Tourism Managers forniscono un'approfondita conoscenza delle nuove tecnologie dell'informazione con riferimento al WEB, ai social networks e al digitale mobile applicati al comparto dei beni e dei servizi turistici. Il corso Comunicazione turistica geo-riferita (che comprende i moduli Tecnologie Cartografiche per il Turismo e Sistemi Informativi mobili, inerenti i settori M-GGR/02 e ING-INF/05) è dedicato alla comunicazione turistica geo-riferita; avvia alla conoscenza e all'applicazione dei sistemi cartografici interattivi e della realtà aumentata.

Nello specifico lo studente, secondo opportune articolazioni curriculari e con una maggiore concentrazione di moduli nel curriculum di "Turismo, Società e Sistemi informativi", imparerà a:

- riconoscere il ruolo assunto dalle tecnologie digitali nella comunicazione e nel marketing di territori turistici
- conoscere i meccanismi che regolano gli strumenti del commercio elettronico relativo ai servizi turistici
- conoscere metodologie solide e modelli strutturati per la valutazione di siti web e app di territori turistici
- analizzare i meccanismi d'azione nella comunicazione digitale di territori turistici, anche rispetto al quadro normativo vigente
- conoscere e gestire modelli e tecnologie riferite ad applicativi relativi a Sistemi Geo-riferiti e alla realtà aumentata.

Modalità didattiche

Lezioni frontali, proposta di materiali multimediali, laboratori, specifiche lezioni di esperti; uso di interfacce web congruenti con le metodologie e i modelli adottati

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Il laureato in PGST

- saprà utilizzare la gamma delle nuove tecnologie dell'informazione con riferimento al WEB e alla mobilità digitale
- saprà gestire reti fra persone e fra operatori, anche in mobilità
- avrà capacità d'uso di interfacce web congruenti con le metodologie e i modelli adottati
- saprà valutare la qualità di strumenti specifici (tipicamente siti web e app) nella comunicazione e nel marketing di territori turistici, anche in rapporto alle esigenze della mediazione culturale e della sostenibilità territoriale

AREA SOCIO-GIURIDICA

Conoscenza e comprensione

I corsi dell'area socio-giuridica (Area Socio-giuridica, Sociology of Environment and Territory, Local Communities and Ecomuseums) concorrono a fornire allo studente di Progettazione e Gestione dei Sistemi turistici conoscenze teorico-concettuali che integrano discipline sociologiche, antropologiche e giuridiche, con opportune differenziazioni curriculari.

Le discipline sociologiche incluse nell'area socio-giuridica, con specifico riferimento al settore SPS/10, forniscono le conoscenze generali e specifiche relative al contesto sociale e ambientale della progettazione, pianificazione e gestione dei sistemi turistici, vale a dire relative all'interazione tra società umane e ambiente e quindi del turismo, inteso in senso lato, come elemento della modernità che vede forme multiscale di mobilità mosse da un ampio arco di motivazioni.

Attraverso moduli erogati in italiano e in inglese (Sociology of Tourism, Sociology of tourism in local development e Turismo e Sviluppo locale), lo studente acquisisce nello specifico:

- la capacità di reperire, analizzare e comprendere gli indicatori e le dinamiche dello sviluppo, i suoi limiti, le sue implicazioni etiche;
- la capacità di affrontare in modo critico le sfide e il ruolo che la fruizione delle opportunità di svago, benessere, arricchimento culturale, formazione, relazioni sociali, affari, che le varie forme di mobilità consentono;
- di vedere in contesto le complesse connessioni tra comunità, individui, luoghi e spazio, migliorando così le loro competenze in materia di conservazione e valorizzazione del patrimonio materiale e immateriale e delle risorse naturali in una prospettiva di sviluppo locale durevole e sostenibile.

Il modulo di Legislazione del Turismo (Settore IUS-04, dedicato al curriculum di Turismo, Società e Sistemi digitali) sostiene dal punto di vista giuridico i modelli sociali di progettazione, pianificazione e gestione fornendo conoscenze specifiche nell'ambito della legislazione del turismo e del quadro comunitario di riferimento per le politiche legislative nazionali. Lo studente avrà quindi modo di:

- comprendere meglio le finalità e la ratio delle norme cui progettazione, pianificazione e gestione di sistemi turistici devono ottemperare;
- analizzare le eventuali azioni volontarie atte a integrare le norme vigenti o a precorrere le norme future.

Il corso di antropologia del turismo, qui espresso nel settore M-DEA/01 con un modulo dedicato al curriculum International Tourism and Local Governance (Local Communities and Ecomuseums), fornisce le conoscenze necessarie a uno studio delle culture delle comunità investite dal fenomeno turistico e del confronto-contaminazione tra culture delle comunità di provenienza e quelle di destinazione dei flussi turistici. Una particolare attenzione è riservata agli ecomusei che nel corso degli ultimi decenni hanno portato alla riscoperta della culturale materiale.

Lo studente acquisisce perciò:

- capacità di comprensione delle interazioni culturali e dell'importanza di forme culturali, quali la cultura materiale, ora poste al centro delle agende politiche nazionali e internazionali;
- capacità di riflettere sugli aspetti identitari, coesivi o disgregativi, della comunità locale, per le opportunità che la cultura materiale offre di arricchire e diversificare l'offerta turistica ma anche per i rischi che uno sviluppo turistico culturalmente non sostenibile potrebbero produrre
- nozioni sulle problematiche legate allo sviluppo turistico in ambiente fragile e con particolare riferimento ai contesti dei Paesi emergenti.

Modalità didattiche

didattica interattiva che integra le lezioni frontali con gruppi seminariali e tavoli di discussione.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Grazie alla conoscenza e alla capacità di comprensione acquisite tramite le discipline dell'area socio-giuridica, il laureato in PGST sarà in grado di:

- affrontare criticamente e consapevolmente le criticità dello sviluppo globale e locale e le sfide socio-ambientali dei prossimi decenni, per quanto riguarda le loro ricadute sui sistemi turistici/di mobilità multiscala e, viceversa, l'impatto o il contributo dei sistemi turistici nel mitigare o aggravare tali criticità e tali sfide;
- utilizzare un approccio integrato ai problemi dei sistemi turistici e alla loro soluzione;
- interagire correttamente e proficuamente con le organizzazioni, le comunità e gli attori pubblici e privati dei contesti istituzionali, culturali, sociali e ambientali in cui i sistemi turistici si collocano;
- individuare gli attori e le parti in causa (o stakeholders) nella progettazione, pianificazione e/o gestione dei sistemi turistici;
- prevedere, prevenire o moderare gli impatti dei sistemi turistici;
- prevedere, prevenire o risolvere secondo un modello win-win i possibili conflitti che possono eventualmente scaturire dall'impatto dei sistemi turistici;
- introdurre o migliorare nei sistemi turistici forme di responsabilità etica, sociale e ambientale;
- praticare in concreto il rispetto dei diritti e dei doveri dei diversi attori dell'industria turistica e dei protagonisti delle varie forme di mobilità multiscala, che siano clienti, imprenditori o personale delle imprese del settore: viaggiatori, vettori, agenzie, albergatori, ristoratori, operatori museali ed eco museali, operatori di servizi accessori, ecc.;
- distinguere, fra le norme regolanti la materia, quelle da applicare al caso concreto, nonché di analizzare quest'ultimo con un corretto approccio metodologico-giuridico;
- applicare metodologie di ricerca antropologica.

AREA ECONOMIA E IMPRESA

Conoscenza e comprensione

L'area Economia e Impresa affronta, in relazione a specifici obiettivi del RAD, "il complesso delle realtà di produzione, comunicazione, offerta e consumo di beni e di servizi, visti in rapporto ai diversi ambiti gestionali e giuridici e nei vari contesti istituzionali e aziendali nazionali e internazionali". Con opportune articolazioni modulari e linguistiche (in italiano e in inglese), ma intrecciando in modo equilibrato le competenze sui due curricula, il percorso offre corsi inerenti i settori SECS-P/08, SECS-P/06, IUS/14, pertinenti la Gestione delle Imprese e il Marketing turistico, l'Economia del Turismo, e l'Economia dei beni e delle attività culturali, che consentono allo studente di:

- conoscere il contesto del mercato turistico nazionale e riconoscere le condizioni di competitività delle aziende alla luce dello specifico delle loro caratteristiche, sia tipologiche che dimensionali;
- fare analisi territoriale del turismo, con specifico riferimento ai principali contesti di produzione di servizi, sapendo individuare e gestire gli strumenti idonei alla loro interpretazione;
- riconoscere le condizioni per uno sviluppo della progettualità turistica, riconoscendo le diversità dei contesti territoriali e di quelli produttivi
- avere un quadro chiaro, anche in un contesto di giurisdizione europea, dell'organizzazione industriale della domanda turistica con particolare riferimento ai cambiamenti strutturali indotti dai processi innovativi.

Modalità didattiche:

Lezioni frontali;

gruppi seminariali;

visite guidate a strutture produttive

Analisi di caso aziendali e settoriali; simulazioni di situazioni con esempi problem solving

NB Alcuni corsi in elenco compaiono come moduli da 5cfu "per un errore di caricamento del sistema" (Economia del Turismo e Area Impresa e Marketing).

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Il laureato di PGST

- saprà rapportarsi ai diversi contesti territoriali e produttivi, riconoscendo il ruolo e le potenzialità dei diversi stakeholders e definendo le condizioni per un loro efficace coordinamento
- saprà individuare, rapportandole al contesto, le condizioni di esistenza e/o sopravvivenza del business in un ambiente competitivo.
- saprà giungere a una articolata analisi economica, con particolare attenzione alle ricadute produttive e di gestione sia in contesti ad elevato sviluppo economico che nei paesi emergenti, oltre che in aree svantaggiate o de-industrializzate che potrebbero trarre nuovo impulso dallo sviluppo di attività turistiche
- saprà tradurre le proprie conoscenze di marketing nello specifico del marketing turistico e della destinazione

AREA DELLA FORMAZIONE APPLICATA

Conoscenza e comprensione

Sono parte integrante del percorso formativo dello studente di progettazione e gestione dei sistemi turistici attività obbligatorie e accreditate di Laboratorio e Tirocinio, collocate nel secondo anno del biennio magistrale. Auspicatamente, Laboratorio e Tirocinio non sono frutto di scelta casuale ma di un progetto coerente, che trova sbocco nella prova finale.

LABORATORI

Per i Laboratori, offerti nella doppia modalità linguistica (italiano e inglese), valgono in generale i criteri formativi stabiliti dal Regolamento didattico di Ateneo, per cui queste attività sono volte ad offrire opportunità di didattica partecipativa, con forte accento sul "saper fare", ovvero acquisire conoscenze immediatamente applicabili a un contesto che simula situazioni o esperienze riconducibili a contesti istituzionali, aziendali e professionali.

Nello specifico, attraverso il laboratorio di PGST (obbligatorio e a scelta in una gamma diversificata), lo studente è avvicinato al mondo istituzionale/aziendale/professionale, con la presenza e la guida di docenti, tutor e figure professionali. Il laboratorio, generalmente co-finanziato da attori territoriali, è dedicato a casi specifici su cui esercitare analisi, proporre e discutere risoluzione dei problemi, ipotizzare attività progettuali, di concept design o di ideazione di prodotto.

NB. Il Laboratorio non figura nell'elenco degli insegnamenti (di cui alla Scheda A2b- Obiettivi Formativi Specifici), "per un errore nella procedura di caricamento".

TIROCINI

L'Ateneo offre allo studente di PGST un'ampia scelta di tirocini da svolgersi sui territori circostanti, in aziende variamente legate al mondo dei servizi e dei prodotti turistici.

In coerenza con le raccomandazioni ministeriali in materia di internazionalizzazione dei percorsi formativi, e in forza della avanzata competenza in almeno due lingue straniere tra quelle offerte dall'Ateneo (incluso le lingue orientali) lo studente di Progettazione e Gestione dei Sistemi Turistici è in grado di beneficiare di progetti di mobilità internazionale, che permettono di frequentare corsi in università straniere convenzionate (con riconoscimento di cfu specifici) e di svolgere tirocini in Paesi UE ed extra UE, finanziati dalla Comunità Europea e dall'Ateneo, organizzati in aziende selezionate e di comprovata serietà: la selezione dei candidati e il monitoraggio scientifico del lavoro e dei suoi risultati è affidato a docenti di area linguistico-culturale del corso di PGST.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Grazie alle attività previste dai laboratori dedicati al Corso di laurea di PGST il laureato

- avrà acquisito la capacità di promuovere e gestire prodotti turistici, anche con l'ausilio delle nuove tecnologie multimediali sfruttando le conoscenze acquisite mediante la formazione teorico-metodologica.
- saprà realizzare una cartografia tematica mediante sistemi GIS (Geographic Information Systems) finalizzata sia ad illustrare dati statistici qualitativi e quantitativi riferiti al fenomeno turistico a diverse scale (locale, regionale, nazionale ed internazionale) che a mostrare le risorse naturali e culturali, così come gli itinerari turistici presenti nelle aree scelte come casi di studio
- applicare le conoscenze acquisite nel percorso di studi, creando strumenti comunicativi innovativi.
- saprà analizzare casi di studio specifici, identificando gli stakeholders implicati nelle attività turistiche a diversi livelli (istituzionale, commerciale, associativo, ...), realizzando interviste semi-strutturate, creando, distribuendo ed analizzando questionari, realizzando report e relazioni finali per una lettura critica delle potenzialità e delle criticità del fenomeno turistico nell'area indagata.
- saprà utilizzare gli strumenti di comunicazione realizzati dagli enti di promozione turistica o dagli operatori del settore (siti web, applicazioni in mobilità, cataloghi, documenti di promozione, ...) e, seguendo le metodologie di analisi apprese nel corso degli studi, sono in grado di proporre soluzioni volte al loro miglioramento, integrazione ed implementazione
- saprà produrre strumenti di analisi specifici quali quadri excel, matrici, tabelle e grafici

A tali capacità, si affiancano quelle acquisite durante l'attività di tirocinio che, indipendentemente dalla sede in cui viene realizzata, fornisce agli studenti la capacità di interagire con gli enti ed operatori del settore turistico, di fornire uno sguardo critico sulle attività da essi condotte, sia per apprendere formule di gestione innovative, che per suggerire metodologie apprese nel corso degli studi aiutando ad applicarle nei contesti specifici.

Il rettore dichiara che nella stesura dei regolamenti didattici dei corsi di studio il presente corso ed i suoi eventuali curricula differiranno di almeno 30 crediti dagli altri corsi e curriculum della medesima classe, ai sensi del DM 16/3/2007, art. 1 §2.

Attività caratterizzanti

| ambito disciplinare | settore | CFU | | minimo da D.M. per l'ambito |
|---|--|-----|-----|-----------------------------|
| | | min | max | |
| Lingue straniere | L-LIN/04 Lingua e traduzione - lingua francese L-LIN/07 Lingua e traduzione - lingua spagnola L-LIN/12 Lingua e traduzione - lingua inglese L-LIN/14 Lingua e traduzione - lingua tedesca | 10 | 10 | 8 |
| Discipline economiche e gestionali | SECS-P/08 Economia e gestione delle imprese | 10 | 10 | 8 |
| Discipline storiche, delle arti e dello spettacolo | L-ART/03 Storia dell'arte contemporanea L-ART/04 Museologia e critica artistica e del restauro L-ART/06 Cinema, fotografia e televisione | 10 | 10 | 8 |
| Discipline giuridiche e sociali | IUS/04 Diritto commerciale SPS/10 Sociologia dell'ambiente e del territorio | 10 | 10 | 8 |
| Discipline del territorio | M-GGR/01 Geografia M-GGR/02 Geografia economico-politica | 10 | 10 | 8 |
| Minimo di crediti riservati dall'ateneo minimo da D.M. 48: | | 50 | | |

Totale Attività Caratterizzanti

50 - 50

Attività affini

| ambito disciplinare | settore | CFU | | minimo da D.M. per l'ambito |
|---|---|-----|-----|-----------------------------|
| | | min | max | |
| Attività formative affini o integrative | ING-INF/05 - Sistemi di elaborazione delle informazioni IUS/04 - Diritto commerciale IUS/14 - Diritto dell'unione europea L-FIL-LET/14 - Critica letteraria e letterature comparate L-LIN/10 - Letteratura inglese L-LIN/21 - Slavistica M-DEA/01 - Discipline demotnoantropologiche M-GGR/02 - Geografia economico-politica SECS-P/06 - Economia applicata | 35 | 35 | 12 |

Totale Attività Affini

35 - 35

Altre attività

| ambito disciplinare | | CFU min | CFU max |
|---|---|---------|---------|
| A scelta dello studente | | 10 | 10 |
| Per la prova finale | | 10 | 10 |
| Ulteriori attività formative (art. 10, comma 5, lettera d) | Ulteriori conoscenze linguistiche | - | - |
| | Abilità informatiche e telematiche | 5 | 5 |
| | Tirocini formativi e di orientamento | 5 | 5 |
| | Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro | 5 | 5 |
| Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. d | | 15 | |
| Per stages e tirocini presso imprese, enti pubblici o privati, ordini professionali | | - | - |

| | |
|------------------------------|----------------|
| Totale Altre Attività | 35 - 35 |
|------------------------------|----------------|

Riepilogo CFU

| | |
|---|------------------|
| CFU totali per il conseguimento del titolo | 120 |
| Range CFU totali del corso | 120 - 120 |

Motivazioni dell'inserimento nelle attività affini di settori previsti dalla classe o Note attività affini

(IUS/04 IUS/14 M-GGR/02)

I due settori IUS/04 e IUS/14 sono inseriti tra le attività affini in quanto nel contesto degli obiettivi formativi la preparazione nel campo del diritto non è intesa in senso tecnicistico ma culturale, ed è quindi sullo stesso piano della preparazione richiesta dagli altri settori compresi in queste attività.

Il settore M-GGR/02 è inserito tra le attività affini in quanto parte di un modulo composto dedicato all'acquisizione di competenze nell'ambito dei sistemi di informazione (ING-INF/05) e della geo-referenziazione in mobilità.

Note relative alle altre attività

La competenza linguistica viene assicurata dagli esami di profitto relativi compresi nell'ordinamento.

Note relative alle attività caratterizzanti

RAD chiuso il 14/06/2013