

Università	Università degli Studi di BERGAMO
Classe	LM-49 - Progettazione e gestione dei sistemi turistici
Nome del corso in italiano	Progettazione e gestione dei sistemi turistici <i>adeguamento di: Progettazione e gestione dei sistemi turistici (1375259)</i>
Nome del corso in inglese	Planning and Management of Tourism Systems
Lingua in cui si tiene il corso	inglese
Codice interno all'ateneo del corso	44-270^9999^016024
Data del DR di emanazione dell'ordinamento didattico	28/06/2017
Data di approvazione della struttura didattica	10/04/2017
Data di approvazione del senato accademico/consiglio di amministrazione	12/04/2017
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 - 16/12/2015
Modalità di svolgimento	a. Corso di studio convenzionale
Eventuale indirizzo internet del corso di laurea	http://ls-pgst.unibg.it
Dipartimento di riferimento ai fini amministrativi	Lingue, letterature e culture straniere
EX facoltà di riferimento ai fini amministrativi	
Massimo numero di crediti riconoscibili	12 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.

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

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 anche ai livelli alti della filiera - quelli cioè legati a competenze qualificate e a capacità manageriali. Il dato, che riflette peraltro un andamento nazionale, incoraggia a ipotizzare la necessità di nuove expertise e di una formazione specializzata e innovativa.

Il punto di forza progettuale del corso è la costante attenzione alle pratiche gestionali innovative (pianificazione e governance partecipata, IT, heritage design, tecniche digitali).

Con il 2016 il Corso completa l' internazionalizzazione e attiva un'offerta formativa completamente erogata in lingua inglese.

- Organo o soggetto accademico che effettua la consultazione.

Il Corso di Studio, ha ricevuta l'approvazione del Nucleo di Valutazione di Ateneo ed è stato sottoposto al Comitato territoriale di competenza, che ha espresso 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.

E' inoltre costituito un Tavolo di Concertazione territoriale che comprende docenti del Cdl e rappresentanti di Comune e Provincia di Bg, Turismo Bg, Ufficio scolastico territoriale, Galleria d'arte contemporanea di Bg, Parco delle Orobie, Fiavet, ASCOM-Federalberghi, SACBO.

Il tavolo è convocato 1 volta all'anno (ultima convocazione formale: 16 dicembre 2015).

E' stato inoltre programmato per febbraio 2017 un Tavolo di Consultazione con il Polo turistico regionale che raccoglie le Scuole superiori che formano alle professioni del turismo- Il Tavolo ha come obiettivo l'informazione-formazione degli insegnanti relativamente alla didattica innovativa negli studi turistici.

- 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.

- 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, Comune di Bergamo, Camera di Commercio. Sono in oltre attivi rapporti in convenzione con enti, organizzazioni e aziende, sovente consultate anche su tematiche inerenti la formazione. Tra queste:

- CONFINDUSTRIA BERGAMO

- FEDERALBERGHI

- COMUNITA' MONTANA VALLE BREMBANA

- COMUNITA' MONTANA VALLE SERIANA

- CONSORZIO ALTO BREMBO

- ECOMUSEO VAL TALEGGIO

- BERGAMASCHI NEL MONDO

- ISREC

- ENAIP

- AGENZIA PER L'INTEGRAZIONE (Provincia)

- CONVENTION BUREAU E ENTE FIERE BERGAMO

- FONDAZIONE ITALCEMENTI

- UFFICIO UNESCO DI BERGAMO

- PARCO DEI COLLI

- ACCADEMIA CARRARA e GAMEC

- ORTO BOTANICO DI BERGAMO

- FONDAZIONE BERGAMO NELLA STORIA

- ECO DI BERGAMO

e inoltre:

- AIR DOLOMITI

- ALTO ADIGE SVILUPPO

- CAI Lombardia

- TCI

- CASA EDITRICE HOEPLI

- CASA EDITRICE FRANCO ANGELI

- DOLOMITI SUPERSKI

- MOMA (servizi di comunicazione e digitali in mobilità)

- CONSORZIO DELLE CITTA' D'ARTE DELLA PIANURA PADANA

- STUDIARE SVILUPPO, Dipartimento per lo Sviluppo e la Coesione Economica- Ministero delle Politiche Regionali

La collaborazione continuativa con la Provincia di Bergamo (inaugurata sin dalla nascita della LS nel 2003), considerata strategica per il dialogo tra Formazione e sbocchi professionali sul territorio circconvicino, aveva portato all'istituzione di un Osservatorio del Turismo, coordinato da un docente del Corso, dedicato al monitoraggio territoriale in relazione a flussi di mobilità, determinazione dei profili dei visitatori e della clientela degli alberghi. Nel nuovo contesto amministrativo sarà Turismo Bergamo l'interlocutore territoriale naturale, come delineato nel Tavolo Territoriale del dicembre 2015.

Una intensa e fattiva collaborazione è in atto 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 in tal senso la massiccia partecipazione dei docenti del corso all'ampia progettualità promossa e sviluppata dall'Ateneo, che moltiplica le convenzioni e genera l'occasioni di confronto anche pubblico sulla efficacia del Corso e l'apertura alle domande di formazione ("Bergamo2.(035).

Un'idea di città in un mondo nuovo", finanziato dalla Fondazione Italcementi; le Mura di Bergamo verso l'Unesco, progetti

Cariplo per la costruzione di itinerari turistico-culturali in città; reti di eccellenza tra cui "Centralità dei territori: costituzione di un network europeo di Città S-low e Unitown, rete europea delle città universitarie).

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 studi e pubblicazioni dedicate al comparto delle professioni nel turismo (R. Garibaldi (a cura), "Le professioni del turismo tra tendenze e mutamenti", Franco Angeli, 2008; "Professioni del turismo dalla tradizione all'innovazione", Franco Angeli, 2011). Gli studi hanno offerto nuovi spunti per un'offerta formativa innovativa e di qualità, che ha portato a progressive revisioni del RAD, fino all'attuale proposta. 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 per le figure professionali intermedie con buona specializzazione e formazione, tipicamente nelle imprese alberghiere e nei comparti tradizionali dell'intermediazione;

- si rileva tuttavia interesse per nuove professionalità a più alta specializzazione, e comunque per profili con competenze aggiornate e spendibili in comparti di interfaccia (musei, imprese in rete, nuova accoglienza)

- flessibilità dell'impiego ed elevata opportunità di avviare un'attività autonoma. Nel turismo oggi vi sono numerosi 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- sempre più strategiche in questo nuovo contesto sono la creatività applicata al turismo e le competenze digitali.

Obiettivi formativi specifici del corso e descrizione del percorso formativo

Il Corso, che partecipa al programma di internazionalizzazione dell'offerta formativa di Ateneo, intende confrontarsi con il complesso della realtà turistica internazionale con un percorso pluridisciplinare capace di formare laureati provvisti di solida preparazione linguistica e culturale, orientati alla comprensione critica dei processi storici e territoriali che governano la pratica turistica e con competenze di decision making e problem solving maturate sia attraverso strumenti di analisi socio-culturale che con approfondite conoscenze in ambito economico-gestionale aggiornate alle nuove istanze della globalizzazione, dello sviluppo sostenibile e delle 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 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 la modernità, con riferimento alle strutture e alle dinamiche dell'impresa e della mobilità a scala locale e globale; la città come spazio di risignificazione continua e come attrattore turistico; il business, il marketing, il management turistico e dell'accoglienza analizzato e riletto in chiave globalizzata e sostenibile; lo heritage tangibile e intangibile e i modelli di gestione che lo caratterizzano sulle diverse scale nazionali e in prospettiva transnazionale; il ruolo dei musei e degli eventi culturali all'interno del sistema territoriale e nell'impatto con le tecnologie; la protezione ambientale e le pratiche turistiche ad essa associate; il turismo come strumento di comunicazione transculturale, dialogo interculturale e cooperazione internazionale.

Le tematiche oggetto della formazione sono strettamente correlate a ricerche accademiche e applicate (Prin, Progetti Europei, Sistemi turistici locali), di cui i docenti del corso sono coordinatori e responsabili scientifici.

Il Corso 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 dinamiche comunicative e 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 socio-economici innescati dai fenomeni turistici, tenendo conto delle nuove configurazioni territoriali determinate dalla globalizzazione, 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 rapporto tra impresa, fruizione turistica e sistema dell'accoglienza all'interno del territorio quale ricchezza culturale primaria, e dell'ambiente visto nella doppia componente naturale e culturale, le dinamiche di empowerment sociale a scala globale e locale, il rapporto tra impresa, fruizione turistica e sistema dell'accoglienza;
- 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:

- solide competenze nella lingua inglese, scritta e orale, e la possibilità di approfondire un'altra lingua europea, con riferimento anche ai lessici disciplinari proposti come oggetto di studio, che consentono di rapportarsi ai diversi contesti culturali e professionali del mondo turistico contemporaneo, con approfondimenti rispetto alla realtà italiana;
- una solida conoscenza dei processi socio-economici di riferimento e delle relative dinamiche territoriali, fornendo competenze di decision making e di progettualità turistico-territoriale;
- avanzate competenze per operare all'interno di una logica sistemica, indispensabile per lo sviluppo di imprese e aziende di un turismo sostenibile e compatibile con i diversi contesti territoriali, con particolare attenzione per quelli caratterizzati dall'offerta integrata di beni culturali, ambientali e turistici o dalla presenza diffusa di micro-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 promozione dei servizi turistici e dei beni culturali in contesto museale e diffuso;
- competenze tecniche, amministrative e giuridiche necessarie per la programmazione dei progetti di sviluppo territoriale e turistico e 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 E CULTURE- con insegnamenti a carattere linguistico-comunicativo (4 lingue europee opzionabili), culturale e artistico variamente dedicati all'approfondimento del fenomeno turistico inteso come pratica socio-comunicativa, storicamente determinata e definita dal sistema culturale e infrastrutturale. Vengono presi in considerazione anche aspetti della conservazione/valorizzazione dei patrimoni territoriali e dei capitali culturali (con riferimento a settori di discipline sia caratterizzanti che affini di L-LIN e L-ART);

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

AREA ECONOMIA, IMPRESA E WEB MARKETING- con insegnamenti appartenenti alle Scienze economiche e al Marketing 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, INF-01).

AREA SOCIO-GIURIDICA- con insegnamenti a carattere socio antropologico e giuridico (SPS/10, M-DEA/01, IUS/04), dedicati all'analisi del comportamento turistico e delle società investite dalla globalizzazione e dalle moderne migrazioni, sia in contesti di avanzato sviluppo che di economie emergenti e/o fragili, e con riferimento alle pratiche di produzione e consumo di prodotti turistici all'interno di società complesse.

AREA DELLA 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 Laboratori, Seminari metodologici 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, orti botanici, associazioni, consorzi territoriali, agenzie del territorio, gruppi editoriali).

Gli studenti del corso di laurea in Planning and Management of Tourism Systems possono inoltre accedere a un consolidato programma di tirocini internazionali, operativo dal 1998 (ex Leonardo Mobility Programme ora Erasmus Placement, in aziende europee e vari programmi di mobilità e tirocinio verso paesi extra-europei (Australia, Russia, U.S.) in sedi 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.

Per specializzare il percorso formativo e la preparazione del laureato, 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 è caratterizzato dalla presenza di visiting professors stranieri, assistiti nella progettazione didattica e nelle fasi di valutazione da docenti italiani appartenenti al Corso di Studi.

Inoltre, dall'a.a. 2014-15 il Corso prevede la possibilità di un doppio diploma in convenzione con la Farleigh Dickinson University (New Jersey-U.S.), che specializza il laureato in Tourism and Hospitality Management (6° nel ranking statunitense). Il percorso di specializzazione risponde a una domanda consolidata del mercato turistico, oltre che a specifiche esigenze espresse da stakeholders locali durante confronti e tavoli territoriali.

Risultati di apprendimento attesi, espressi tramite i Descrittori europei del titolo di studio (DM 16/03/2007, art. 3, comma 7)

Conoscenza e capacità di comprensione (knowledge and understanding)

Nello specifico di una laurea magistrale in turismo a forte impianto culturale, lo studente integrerà competenze linguistiche e comunicative a competenze che riguardano il confronto con i mondi culturali e le imprese che incrociano la pratica turistica.

Per quanto riguarda l'AREA LINGUE E CULTURE, attraverso i corsi specifici dell'area, lo studente consegue una avanzata competenza in lingua inglese, con una specializzazione negli usi del lessico turistico, accompagnata a una solida conoscenza storico-culturale relativamente ai fenomeni del viaggio, del turismo, dello heritage

come paesaggio identitario, delle pratiche del tempo libero e delle loro rappresentazioni sociali, artistiche, mediatiche.

Per quanto riguarda l'AREA DISCIPLINE DEL TERRITORIO, il corso Territorial and Environment

Studies concorre a formare lo studente di PMTS fornendo competenze geografiche utili per

comprendere il rapporto esistente tra territorio e turismo, con particolare considerazione per alcuni aspetti che sostanziano le politiche del turismo e dello sviluppo sostenibile. Inoltre affronta l'analisi del concetto di territorio e delle sue configurazioni (ambiente, paesaggio, luogo) intese come ricchezza culturale primaria vista nella doppia componente naturale e culturale. Fornisce infine competenze sull'analisi spaziale delle dinamiche della mondializzazione e della connettività dei territori, utili alla pianificazione turistica.

L'area ECONOMIA, IMPRESA E WEB MARKETING affronta il complesso delle realtà di produzione,

comunicazione, offerta e consumo di beni e di servizi, visti in rapporto ai diversi ambiti gestionali e nei vari contesti istituzionali e aziendali nazionali e internazionali.

Inoltre, lo studente di PMTS sviluppa conoscenze avanzate relativamente a metodologie e tecniche multimediali e del digitale mobile, finalizzate alla comunicazione, gestione e organizzazione dei servizi turistici e di enti culturali, museali e di beni diffusi.

I corsi dell'AREA SOCIO-GIURIDICA (Tourism practices and societies e Communities and Laws) concorrono a fornire allo studente di PMTS conoscenze

teorico-concettuali che integrano discipline sociologiche, antropologiche e giuridiche, per affrontare la complessità di società che integrano tradizione e modernizzazione, sia nei contesti a sviluppo avanzato che nei Paesi Terzi.

Per quanto riguarda l'AREA DELLA FORMAZIONE APPLICATA sono parte integrante del percorso formativo dello studente di PMTS attività obbligatorie e accreditate

di Laboratori e Tirocini, nonché Seminari metodologici che accompagnano lo studente nella acquisizione di metodi e strumenti per la preparazione della tesi finale.

Il laureato in PMTS saprà 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, adatte 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 e tematiche diverse, vagliando le varie posizioni per giungere a esiti di giudizio sintetico, di decisione e di iniziativa progettuale.

In sintesi, e con riferimento alle specifiche aree di apprendimento individuate, il laureato 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, in inglese e in altre lingue straniere prescelte per l'approfondimento
- utilizzare la gamma delle nuove tecnologie dell'informazione con riferimento al WEB e alla mobilità digitale
- ricostruire le dinamiche e i processi utili a far emergere il significato culturale del paesaggio come unità di pianificazione ambientale e turistica;
- affrontare criticamente e consapevolmente i contesti problematici 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;
- giungere a una articolata analisi economica, con particolare attenzione alle ricadute produttive, di gestione e di marketing sia in contesti ad elevato sviluppo economico che nei paesi emergenti, oltre che in aree svantaggiate o de-industrializzate.

Laboratori e tirocini garantiscono infine 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.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione (applying knowledge and understanding)

Il laureato in PMTS saprà 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, adatte 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 e tematiche diverse, vagliando le varie posizioni per giungere a esiti di giudizio sintetico, di decisione e di iniziativa progettuale.

In sintesi, e con riferimento alle specifiche aree di apprendimento individuate, il laureato 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, in inglese e in altre lingue straniere prescelte per l'approfondimento
- utilizzare la gamma delle nuove tecnologie dell'informazione con riferimento al WEB e alla mobilità digitale
- ricostruire le dinamiche e i processi utili a far emergere il significato culturale del paesaggio come unità di pianificazione ambientale e turistica;
- affrontare criticamente e consapevolmente i contesti problematici 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;
- giungere a una articolata analisi economica, con particolare attenzione alle ricadute produttive, di gestione e di marketing sia in contesti ad elevato sviluppo economico che nei paesi emergenti, oltre che in aree svantaggiate o de-industrializzate.

Laboratori e tirocini garantiscono infine 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.

Autonomia di giudizio (making judgements)

I laureati di PMTS maturano la capacità di integrare le conoscenze e gestire la complessità, nonché formulare giudizi sulla base di informazioni e dati raccolti e rielaborati anche autonomamente senza escludere la riflessione sulle responsabilità sociali ed etiche collegate all'applicazione di 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 permette al laureato:

- di affrontare contesti discorsivi complessi nelle lingue 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 lavoro in gruppo e 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 importante momento di riflessione che offre la possibilità di apprendere come formulare l'intervento individuale, strutturarne 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 di PMTS sapranno 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 PMTS saprà:

- elaborare testi, scritti e orali, utili a descrivere dettagliatamente, riferire correttamente, esprimere giudizi e argomentare decisioni;

- 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 riferita ai progetti turistici, anche utilizzando tabelle e sistemi cartografici.
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 di PMTS avranno sviluppato capacità di apprendimento che consentano loro di svolgere 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 fonti statistiche e materiali e strumenti di approfondimento disciplinare nelle appropriate sedi di reperimento materiali, sia in spazi fisici (biblioteche e archivi) che virtuali.

Il laureato in PMTS 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 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 conseguono alle varie attività didattiche quali lezioni frontali, esercitazioni di aula, esercitazioni in piccoli gruppi, prove pratiche di elaborazione di testi e prodotti multimediali realizzati durante le esercitazioni di laboratori didattici concepiti per la acquisizione di strumenti utili alla elaborazione della prova finale (analisi swot, 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)

Al corso di laurea magistrale in Planning and Management of Tourism Systems sono ammessi coloro che hanno conseguito la laurea o il diploma universitario triennale, ovvero altro titolo di studio conseguito all'estero e riconosciuto idoneo (art. 6, comma 2 e 3 del D.M. 270/2004).

Il possesso di una laurea triennale della classe L-15 (Scienze del turismo), L-12 (Mediazione linguistica), L-11 (Lingue e culture moderne), L-1 (Beni culturali), 3 (Scienze della Mediazione linguistica), 11 (Lingue e culture moderne), 13 (Scienze dei beni culturali) è requisito curriculare di ammissione. Ai laureati di Atenei italiani con titolo diverso dalle Classi di laurea di cui sopra sono richiesti almeno 40 cfu acquisiti negli ambiti delle discipline caratterizzanti e affini della LM, ovvero SECS-P/08, M-GGR/01 e 02, L-ART/04 e 06, SPS/10, L-LIN/4, 7, 14 (caratterizzanti), e SECS-P/06, L-LIN/10, M-DEA/01, IUS/04, IUS/14 (affini).

E' richiesta inoltre la buona conoscenza parlata e scritta della lingua inglese (settore L-LIN/12), corrispondente al livello B2 della certificazione europea, attestata dall'acquisizione di almeno 9 cfu o certificazioni equivalenti (First Certificate in English, Toefl 72, IELTS 5,5 o altri equivalenti).

Lo studente deve essere in possesso dei requisiti curriculari prima della verifica dell'adeguatezza della personale preparazione, che verrà accertata secondo le modalità indicate nel regolamento didattico del corso di studio

I laureati provenienti da Atenei stranieri hanno i requisiti curriculari per l'accesso al Corso di Studio se soddisfano tutte le condizioni valide previste dalla normativa vigente e secondo le modalità definite dal Regolamento Didattico del corso di studi.

Caratteristiche della prova finale

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

La prova finale prevede la redazione e la discussione di una tesi in lingua inglese elaborata in modo originale dallo studente sotto la guida di un relatore (DM270 art.11, comma 5) 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 corredata da una presentazione critica del processo che ha portato all'elaborazione del prodotto e da una bibliografia specifica e ragionata.

Comunicazioni dell'ateneo al CUN

La modifica del CdS riguarda la completa internazionalizzazione del percorso didattico, prima organizzato in due curricula ora invece l'intera offerta didattica è erogata in lingua inglese, pur mantenendo il forte impianto multidisciplinare molto apprezzato dagli studenti e dai laureati e su cui si erano espressi favorevolmente gli stakeholder locali.

La presente proposta dà corso alla completa attuazione della delibera del Consiglio di Dipartimento del 25.10.2016, punto 12 Piano strategico di Ateneo; proposte del Dipartimento, tale prospettiva era peraltro già contenuta nel Piano strategico di Ateneo 2013-2016 e recepita nel Piano strategico di Ateneo 2017-2019.

ADEGUAMENTO ALLE OSSERVAZIONI DEL CUN:

Si è provveduto ad adeguare il corso alle osservazioni formulate dal CUN nell'adunanza del 28.3.2017 come segue:

- Conoscenze richieste per l'accesso:

* aumentati a 40 cfu i crediti necessari per accesso ai laureati di Atenei italiani con titolo diverso dalla laurea triennale delle Classi di laurea indicate;

* Il possesso di una laurea triennale della classe L-15 (Scienze del turismo), L-12 (Mediazione linguistica), L-11 (Lingue e culture moderne), L-1 (Beni culturali), 3 (Scienze della Mediazione linguistica), 11 (Lingue e culture moderne), 13 (Scienze dei beni culturali) è requisito curriculare di ammissione;

* E' stato inserito il riferimento alla verifica della personale preparazione con rimando al Regolamento didattico;

- i codici ISTAT "Redattori di testi tecnici (2.5.4.1.4.) e "Riceratori e tecnici laureati nelle scienze dell'antichità, filologico-letterarie e storico-artistiche (2.6.2.4.0.) sono stati espunti.

Sbocchi occupazionali e professionali previsti per i laureati

Comunicatore territoriale

funzione in un contesto di lavoro:

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.

competenze associate alla funzione:

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 e immagine del prodotto turistico. Grazie alla solida preparazione culturale e alla conoscenza delle lingue straniere applicata al contesto multimediale, saprà elaborare 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.

sbocchi occupazionali:

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.

Promotore di turismo sostenibile

funzione in un contesto di lavoro:

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, stimola l'organizzazione turistica ad evolvere in ottica sostenibile. Si occupa di valutare gli effetti dello sviluppo turistico sul patrimonio locale e sulle dinamiche tradizionali della comunità residente, progetta pacchetti diversificati in base alla tipologia della clientela e alle caratteristiche del luogo, pianifica gli interventi attuabili nell'ottica di sviluppo sostenibile al fine di valorizzare e tutelare l'area secondo un approccio sistemico.

competenze associate alla funzione:

Conoscenza dei principi, delle norme, delle tendenze, delle associazioni, delle esperienze e quant'altro relativo al tema della sostenibilità;
Conoscenza delle peculiarità naturalistiche, storiche, culturali del territorio;
Conoscenza dei trend del mercato turistico;
Competenze in ambito economico;
Competenze di base in ambito giuridico.

sbocchi occupazionali:

Enti pubblici
Enti parco
Cooperative polifunzionali
Consorzi di sviluppo sostenibile
Strutture ricettive extra-alberghiere
Agenzie locali, regionali e nazionali di turismo

Destination manager

funzione in un contesto di lavoro:

Il destination manager coordina il sistema degli operatori privati dell'offerta turistica con il lavoro dell'ente di promozione territoriale al fine di creare sinergie virtuose per valorizzare le peculiarità culturali, ambientali ed enogastronomiche di una destinazione e stimolare l'evoluzione del prodotto verso modelli più efficaci. Si occupa di differenti mansioni, quali l'analisi, la costruzione di strategie adeguate con un processo condiviso, lo sviluppo di un'offerta segmentata ed esperienziale sulla base delle attrattive esistenti, il coinvolgimento degli attori locali, e il coordinamento delle figure e degli enti coinvolti nel processo di promozione e comunicazione turistica.

competenze associate alla funzione:

Conoscenza del mercato turistico
Conoscenza delle normative in materia turistica
Conoscenze di micro e macro economia
Conoscenze di marketing turistico
Conoscenza del territorio
Capacità relazionali e comunicative
Capacità organizzative

sbocchi occupazionali:

Imprese pubbliche e private legate alla gestione di Istituzioni pubbliche del settore turistico;
Associazioni e consorzi per lo sviluppo locale;
Parchi ed enti di protezione ambientale.

digital marketing manager per il turismo**funzione in un contesto di lavoro:**

Il mercato online è diventato una realtà rilevante per tutte le aziende, le quali tendono a ricercare sempre più professionisti specializzati in questo particolare ambito che ha delle logiche e delle strategie specifiche. 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, pianifica e coordina strategie di comunicazione online, sviluppa campagne di marketing digitale oltre che definire e gestire la strategia social media di imprese che operano nel settore del turismo.

:

competenze associate alla funzione:

Marketing e Marketing del Turismo;
Web Marketing, comunicazione digitale;
Conoscenza area ambito SEO e PPC;
Conoscenza dei trend del mercato turistico;

sbocchi occupazionali:

Imprese pubbliche e private di prodotti e servizi turistici, alberghieri e dell'ospitalità;
imprese pubbliche o private legate alla gestione di Istituzioni pubbliche del settore turistico.

Gestore di piccole imprese di accoglienza turistica**funzione in un contesto di lavoro:**

il laureato sinserisce in strutture di accoglienza di dimensioni ridotte e ne cura la gestione. Le principali mansioni sono: analisi del contesto, la progettazione dei servizi e l'implementazione delle attività della struttura, l'accoglienza del turista in arrivo e la predisposizione di strategie di promozione.

competenze associate alla funzione:

Conoscenza del mercato turistico
Conoscenza delle normative in materia turistica
Conoscenze di micro e macro economia
Conoscenze di marketing turistico
Conoscenza del territorio
Capacità organizzative

sbocchi occupazionali:

creazione di Imprese turistiche di piccole dimensioni.
- collaborazione in Imprese turistiche di piccole dimensioni.

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)
- Analisti di mercato - (2.5.1.5.4)
- Specialisti delle relazioni pubbliche, dell'immagine e professioni assimilate - (2.5.1.6.0)

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 demoetnoantropologiche 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 prospettiva di eventuali potenziamenti della disciplina in chiave di competenze di geo.referenziazione.

Note relative alle altre attività

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

Sono garantiti approfondimenti relativi alle competenze informatiche specificamente riferite al comparto turistico

Note relative alle attività caratterizzanti

Il Senato Accademico, nella seduta del 06.02.2017, ha accolto quanto deliberato dal Dipartimento di Lingue, letterature e culture straniere nella seduta del 24.1.2017 in ordine al mantenimento dell'assegnazione di 5 cfu per ciascun modulo di attività formativa di base o caratterizzante, che consente una ricca articolazione dell'offerta formativa senza un'eccessiva frammentazione dei moduli - con conseguente compattezza del numero degli esami. Inoltre, l'articolazione a base 5 caratterizza tutta l'offerta formativa del Dipartimento.

RAD chiuso il 18/04/2017