

Informazioni generali



Università	Università degli Studi di ROMA "Tor Vergata"
Nome del corso in italiano	Strategie del Turismo, Patrimonio Culturale e Made in Italy (<i>IdSua:1627398</i>)
Nome del corso in inglese	Tourism Strategy, Cultural Heritage and Made in Italy
Classe	LM-49 R - Progettazione e gestione dei sistemi turistici
Lingua in cui si tiene il corso	italiano, inglese
URL del corso	https://www-2023.tourismstrategy.lettere.uniroma2.it/
Modalità di erogazione	b. Corso di studio in modalità mista
Riepilogo Caratteristiche Cds	🌐 1° anno in SUA: 2019

Programmazione Accessi

Programmazione nazionale (art.1 Legge 264/1999)	No
Programmazione locale (art.2 Legge 264/1999)	No

Sede del Corso

Sede	ROMA Via Columbia 1 00133 - ROMA (Cod.058091)
Codice interno all'Ateneo del Corso	AB9
Utenza sostenibile	133

Scheda SUA - Date creazione e aggiornamenti	
Data di istituzione del corso	da determinare
Data Ultimo aggiornamento Scheda SUA	05/03/2025 11:47
Data Ultimo aggiornamento RAD	05/03/2025 11:47

Referenti e Strutture

Presidente (o Referente o Coordinatore) del CdS D'ANDREA Antonella

Organo Collegiale di gestione del corso di studio Consiglio di Corso di Studio

Struttura didattica di riferimento Storia, patrimonio culturale, formazione e società (Dipartimento Legge 240) - ID: 19631

Requisiti di Docenza e Docenti di riferimento

DOCENTI DI RIFERIMENTO

CF	COGNOME	NOME	SETTORE	GSD	QUANTITÀ INSEGNAMENTI ASSOCIATI
NGLMHL61R06L696D	ANGELACCIO	Michele	IINF-05/A	09/IINF-05	1
QRPLBT70L68H501R	CORAPI	Elisabetta	GIUR-11/A	12/GIUR-11	1
BSNLSN82P17D122B	COSENTINO	Alessandro	PEMM-01/D	10/PEMM-01	1
DNDNNL62T60H501Z	D'ANDREA	Antonella	GIUR-04/A	12/GIUR-04	1

DRZNGL 70S65H 501Y	D'ORAZI O	Angela	GEOG- 01/B	11/GEOG -01	P A
GLNCDM 65P58H 501E	GOLINEL LI	Claudia Maria	ECON- 07/A	13/ECON -07	0 0 5
LRNCRN 60M69I5 73D	LORENZI	Caterina	BIOS- 05/A	05/BIOS -05	R U
MCCFRC 67H48H 501S	MUCCI	Federica	GIUR- 09/A	12/GIUR -09	0 A 5
CCPLA8 3M51G0 15W	ORECCHI ONI	Paola	ARCH- 01/E	10/ARCH -01	R D
PCONNL 08D64D 969A	POCE	Antonell a	PAED- 02/B	11/PAED -02	0 0 5
SRFGDL7 9L53H50 .1Y	SERAFIN ELLI	Guendali na	ARTE- 01/B	10/ARTE -01	P A

 Tutti i requisiti docenti soddisfatti per il corso

Figure specialistiche aggiuntive			
COGNOME	NOME	QUALIFICA	ANNO INIZIO COLLABORAZI ONE
Figure specialistiche del settore non indicati			

Tutor
Nessuna Tipologia

COGNOME	NOME	EMAIL	TIPO DOC./TIR.
CORAPI	Elisabetta		Docente di ruolo
D'ANDREA	Antonella		Docente di ruolo
D'ORAZIO	Angela		Docente di ruolo
MUCCI	Federica		Docente di ruolo
SALSANO	Fernando		Docente di ruolo
SERAFINELLI	Guendalina		Docente di ruolo

Gruppo di gestione AQ

COGNOME	NOME
D'Andrea	Antonella
Di Santi	Giancarlo
Mucci	Federica
Salsano	Fernando

Rappresentanti degli Studenti

COGNOME	NOME	EMAIL
ABDI	MOHSEN	MOHSENABDI6485@GMAIL.COM
LI	VIOLETTA	viovi93@gmail.com

Il Corso di Studio in breve

Il Corso di Laurea Magistrale in Tourism Strategy, Cultural Heritage and Made in Italy si propone di formare figure professionali altamente qualificate, capaci di operare nei contesti internazionali della programmazione e gestione turistica, con una solida preparazione teorica e operativa. Il CdS offre un percorso interdisciplinare che integra conoscenze economico-manageriali, competenze metodologiche e strumenti per l'analisi e il management delle trasformazioni in atto nei sistemi turistici, con particolare riferimento al turismo sostenibile, culturale, esperienziale e digitale.

La proposta didattica è arricchita dal contributo di docenti e studiosi provenienti da università straniere, nonché da esperti del settore pubblico e privato. Il Corso è concepito in risposta alla crescente domanda formativa espressa da studenti italiani e stranieri, professionisti e istituzioni interessati alle dinamiche contemporanee della mobilità turistica e alle pratiche innovative di valorizzazione del patrimonio territoriale e culturale.

Elemento distintivo del CdS è l'attenzione al Made in Italy come leva di competitività turistica e culturale, analizzato come fenomeno complesso e attrattore identitario in un contesto globale. L'ambiente formativo è progettato per favorire l'interazione tra studenti, docenti e operatori internazionali, promuovendo l'integrazione tra formazione teorica e applicazione professionale.

A partire dall'A.A. 2025-2026, il Corso è articolato in due curricula bilingui: E-tourism, Heritage and Made in Italy (in lingua inglese) e Progettazione e gestione per il turismo (in lingua italiana). Questa nuova articolazione, mantenendo l'unitarietà del progetto formativo, permette una maggiore flessibilità nell'offerta didattica e nella personalizzazione dei percorsi di studio, valorizzando le specificità linguistiche e tematiche dei due indirizzi.

Il CdS è erogato in modalità mista (presenza e distanza), al fine di agevolare la partecipazione degli studenti internazionali, consentendo l'avvio del percorso formativo in attesa del completamento delle procedure per il rilascio del visto.

L'organizzazione didattica riflette un equilibrato bilanciamento tra insegnamenti teorici, attività professionalizzanti, laboratori e tirocini. Numerose istituzioni accademiche/culturali e imprese – italiane e straniere – collaborano con il CdS per attività formative e di tirocinio, rafforzando il legame con il mondo del lavoro e contribuendo all'internazionalizzazione del percorso formativo.

Il CdS è progettato per offrire uno sbocco professionale ampio e flessibile, che include ruoli di responsabilità nella programmazione e

gestione turistica, consulenza per enti pubblici e privati, progettazione culturale e sviluppo territoriale. È inoltre prevista la possibilità di proseguire gli studi in Dottorati di ricerca, tra cui si segnala il Dottorato in Beni culturali, formazione e territorio del Dipartimento di afferenza, con cui il CdS condivide una forte vocazione interdisciplinare nei settori storico-artistico, archeologico e geografico.

Progettazione del CdS

In riferimento a Documento di progettazione del CdS, 1.2 Il progetto formativo (R3.A. 2-3-4) si inserisce il seguente commento:

Le categorie professionali individuate dalla codifica ISTAT

2.5.1.6.0 Specialisti nelle relazioni pubbliche, dell'immagine e professioni assimilate

(cfr. SUA CdS, Quadro A2.b – Il corso prepara alla professione di (codifiche ISTAT)

si presentano sostanzialmente pertinenti ai risultati di apprendimento e agli sbocchi occupazionali previsti dal programma formativo del CdS.

Riguardo alle competenze relazionali citate nella codifica ISTAT il CdS intende formare esperti in comunicazione strategica costruita per la promozione turistica, approfondendo la conoscenza del cambiamento culturale, sociale e dei mercati in atto a scala internazionale e fornendo competenze e strumenti per operare nel processo di produzione su cui si fonda lo sviluppo del turismo. In termini di promozione dell'immagine il CdS orienta i laureati a sviluppare capacità competitive nella creazione di prodotti turistici e brand originali che mettano in luce vocazioni e potenzialità spesso sconosciute dei territori come attrattori, con particolare attenzione allo sviluppo di capacità e competenze in web marketing.

Tuttavia, l'attuale esigenza di continuo adeguamento delle competenze e dei caratteri dell'offerta turistica in risposta alla domanda, vanno progressivamente individuando anche articolazioni delle figure professionali più dettagliate e spesso ancora non codificate istituzionalmente secondo la lettura delle metodologie statistiche accreditate.

In relazione a queste esigenze ci si propone di proporre all'ISTAT l'introduzione di ulteriori codifiche, pertinenti figure professionali che rispondano ai percorsi di cambiamento in atto.

A seguito delle ricerche fatte per il progetto di istituzione del CdS in oggetto, può risultare di particolare interesse una eventuale codifica

ISTAT della professione:

'Programmatore e manager della destinazione turistica',

con l'obiettivo di una qualificazione di figure professionali capaci di collaborare per la costruzione della destinazione turistica, dotate di conoscenze e capacità interpretative e promozionali relative a risorse e patrimoni e di pertinenti capacità applicative di carattere economico-manageriale, fra cui in particolare la conoscenza del web marketing.

Link inserito: <http://>

Pdf inserito: [Documento di Progettazione del Corso](#) 

Relazione Nucleo di Valutazione per accreditamento

Il Nucleo di Valutazione ha preso in esame la documentazione presentata dal Dipartimento di: Storia, Patrimonio culturale, Formazione e Società, dell'Università degli Studi di Roma 'Tor Vergata' per la proposta di istituzione di un nuovo corso di studio da erogare in lingua inglese 'Tourism Strategy, Cultural Heritage and Made in Italy' classe LM-49. Il NdV esprime il proprio parere come risultato delle seguenti considerazioni ed attività: 1. Come preconditione, il Nucleo ribadisce che, nell'ambito delle proposte rivolte all'ampliamento dell'offerta formativa dell'Ateneo, ogni proposta di accreditamento/ istituzione /attivazione di nuovi CdS (L, LM, LMCU) debba risultare progettata in coerenza con le 'Politiche di Ateneo e Programmazione: obiettivi strategici per la didattica'; 2. Per formulare il parere il NdV ha considerato, oltre alle basi dati di Ateneo e del MIUR, anche i seguenti documenti: a. Politiche di Ateneo e Programmazione: obiettivi strategici per la didattica approvato dal Senato Accademico il 25 gennaio 2015 e dal Consiglio di Amministrazione il 27 gennaio 2015; b. Relazione sulle modifiche dell'Offerta Formativa dell'Università degli studi di Roma 'Tor Vergata' proposte per l'a.a. 2018/19 approvata dal Presidio di Qualità nella seduta del 15 febbraio 2018 e dal Senato Accademico nella seduta del 20 febbraio 2018, parte 1°: istruttoria sulla proposta di istituzione del Corso di laurea Magistrale in 'Tourism Strategy, Cultural Heritage and Made in Italy' classe LM-49; c. Piano strategico; d. Piano integrato 2016-18, Aggiornamento 2017; e. Linee guida per l'accREDITamento iniziale dei CdS di nuova attivazione da parte delle Commissioni di Esperti della Valutazione (CEV)- ANVUR f. Linee guida per l'accREDITamento periodico delle sedi e dei CdS; g. DM 1059/2013 All. A lettera b) requisiti di docenza caratteristiche dei docenti di riferimento, punto ii) lettera e), lettera f). h. DM 987/2016; 3. Il NdV ha effettuato un'analisi dei CdS offerti nella macroarea di Lettere e Filosofia che ha evidenziato quanto segue: a. Nell'area sono presenti 2 Dipartimenti che propongono

complessivamente 21 CdS così suddivisi: i) 8 Corsi di laurea triennale di cui (1 nella classe L-1, 1 nella classe L-5, 1 nella classe L-10, 2 nella classe L-11, 1 nella classe L-15, 1 nella classe L-19, 1 nella classe L20,); ii) 12 corsi di laurea magistrale di cui (1 LM-2/LM-15, 1 LM-5/LM-84, 1 LM14/LM39, 1 LM-19, 1 LM-37, 1 LM-45/LM-65, 1 LM-49, 1 LM-50, 1 LM-85, 1 LM-78, 2 LM-89); iii) inoltre viene offerto un CdS a ciclo unico della classe LMR/02. b. Il Dipartimento di Storia, Patrimonio culturale, Formazione e Società, tenendo conto delle politiche di ateneo, orientate al miglioramento della performance delle LM che costituiscono anche l'asset principale dell'offerta formativa della macroarea di Lettere e Filosofia (8 CL, 12 CLM, 1CLM), propone la istituzione di un CdS LM di tipo internazionale. 4. Il NdV ha esaminato i seguenti documenti presentati dal Dipartimento di Storia, Patrimonio culturale, Formazione e Società: a. Progettazione del CdS LM-49 'Tourism Strategy, Cultural Heritage and Made in Italy'(in lingua inglese); b. Tabella delle attività formative dell'Ordinamento didattico del CdS; c. Offerta didattica programmata del CdS; d. I contenuti dei quadri SUA-CdS previsti dall'ANVUR; e. Il regolamento didattico del CdS; f. Le lettere di endorsement di: Learn Italy USA LLC, Mood Hotels, Oman Tourism College, Convention Bureau Italia; g. Lettera del direttore del dipartimento che esprime parere favorevole alla nuova istituzione; h. Lettera della Commissione Paritetica del Dipartimento di Storia, Patrimonio culturale, Formazione e Società che esprime parere favorevole alla nuova istituzione del CdS in oggetto; 5. In relazione ai documenti sopra esaminati il NdV ha constatato che: a. Il CdS ha un ordinamento didattico che prevede oltre alla conoscenza della lingua inglese ed all'approfondimento della stessa, anche la formazione nelle discipline del territorio, storiche, delle arti, dello spettacolo, sociali, giuridiche ed economico gestionali applicate al turismo con particolare riguardo alle tecnologie informatiche utilizzabili per la gestione dei prodotti turistici; b. Nell'ateneo è presente un corso LM in italiano 'Progettazione e Gestione dei Sistemi turistici', che ha come obiettivo quello di formare figure professionali in grado di operare con capacità di metodo e di competenze nell'ambito del settore turistico. La nuova proposta si differenzia, dal CdS erogato in lingua italiana, in particolare: i) per l'affrontare problematiche che portano alla formazione di figure con competenze professionali spendibili su scala internazionale, ii) per l'attenzione alla programmazione di attrattori turistici gestibili da personale di provenienza da tutti i continenti e rivolti a un pubblico internazionale; c. Il contesto nazionale vede 19 atenei che offrono un CLM della classe LM-49. Non sono presenti corsi di studio analoghi nella Regione Lazio e nelle regioni limitrofe erogati in lingua inglese; d. Nelle linee programmatiche dell'Ateneo esiste una precisa indicazione per lo sviluppo della didattica con connotazione internazionale; e. Nel documento di progettazione del CdS LM-49 Tourism Strategy, Cultural Heritage and Made in Italy (in lingua inglese) sono ben specificate: i) le motivazioni per la progettazione/attivazione del CdS, ii) le analisi della domanda e dei profili di competenza e dei risultati di apprendimento attesi; iii) in quale misura si è tenuto conto degli esiti delle consultazioni

con le organizzazioni interpellate; iii) la coerenza con le politiche di ateneo e gli obiettivi strategici per la didattica; iv) l'esperienza dello studente; v) le risorse strutturali previste; vi) l'Assicurazione della Qualità. 6. E' chiaramente specificato il percorso formativo in carico al Dipartimento proponente. 7. Il Nucleo suggerisce, comunque, di istituire un comitato di indirizzo come prevede ANVUR per i CdS che non hanno un albo professionale o un'associazione riconosciuta di riferimento. L'insediamento di un comitato di indirizzo di corso di studi (pur esistendo un comitato di indirizzo di macroarea) potrebbe risultare utile, anche ai fini del superamento della criticità evidenziata dagli stessi proponenti del corso, per l'individuazione e l'implementazione dei codici ISTAT. Considerato quanto sopra, anche in virtù del DM 987/2016, il Nucleo esprime le seguenti valutazioni: il CdS LM-49 Tourism Strategy, Cultural Heritage and Made in Italy (in lingua inglese) ha carattere internazionale e la documentazione prodotta evidenzia: i) la coerenza con il piano strategico di ateneo; ii) un accurato progetto formativo supportato da valide motivazioni con una caratterizzazione di rilevante interdisciplinarietà; iii) una iniziativa volta a colmare la totale carenza nell'area, della medesima regione e quelle limitrofe oltre che all'intero territorio nazionale, di CdS internazionali della stessa classe; iv) ulteriori opportunità occupazionali per le classe LM-49. Pertanto il Nucleo di Valutazione esprime parere favorevole all'attivazione della procedura per l'istituzione del nuovo corso di studi in Tourism Strategy, Cultural Heritage and Made in Italy e per l'accREDITAMENTO iniziale per a.a. 2019/20.

Parere del comitato regionale di coordinamento

Il Comitato, dopo ampia discussione e sulla base delle informazioni contenute nella documentazione trasmessa, - verificato che la proposta è rispondente, per quanto di competenza del CRUL, a quanto indicato dalla normativa vigente, - verificata l'assenza di sovrapposizione con altri corsi di laurea appartenenti alla stessa classe presenti nella Regione Lazio, - constatato che la proposta si inquadra positivamente in un'azione mirata a differenziare l'offerta formativa dei corsi universitari della Regione Lazio, unanime, esprime parere favorevole alla proposta di istituzione.

Pdf inserito: 

Consultazione con le organizzazioni rappresentative - a livello nazionale e internazionale - della produzione di beni e servizi, delle professioni (Istituzione del corso)



Riguardo alla consultazione con i soggetti rappresentativi del mondo delle professioni, che saranno ascoltati con cadenza periodica da concordare, al fine di condurre una analisi approfondita e mirata di esigenze e potenzialità di sviluppo del progetto formativo del CdS, i docenti proponenti hanno dialogato con:

- Istituzioni Pubbliche ed Enti locali, con cui sono in atto attività di collaborazione scientifica;
- Strutture internazionali che hanno assicurato scambi di studenti e contributi da parte di docenti di Università straniere;
- Strutture Pubbliche e Private operative nel mondo del turismo, che rappresentano idonei sbocchi occupazionali per gli studenti e già hanno dimostrato un elevato interesse all'istituendo CdS.

Fra i soggetti consultati si evidenziano:

Ministero dei Beni e delle Attività Culturali (MIBAC);
Ministero dell'Agricoltura e del Turismo;
Regione Lazio: Agenzia regionale del Turismo
Comune di Roma: Roma Capitale
Learn Italy-The Italian School, New York;
New York Language Center;
Skal International;
Young Skal International;
University of Brighton-Centre of Sport, Tourism and Leisure (COSTALS);
Pennsylvania State University-Erie, Fine Arts Department;
Oman Tourism College (OTC)-Dublin Institute of Technology (DIT)-
Department of Tourism and Management Studies;
Uniwersytet Gdański, Instytut Geografii
Convention Bureau Italia;
OIC (Organizzazione Internazionale Congressi, Eventi e Provider ECM);
IMEX Group – IMEX Exhibitions;
Celuch Consulting;
Ega Worldwide Congresses & Events;
Blastness;
AICA – Associazione Internazionale Confindustria Alberghi;
NH Hotels;
RSI Group;
Tridente Collection - Mood Hotels;
OasisCollection.

Riguardo ai soggetti consultati direttamente o tramite documenti, si rinvia alla documentazione in Allegato (Verbali e Dichiarazioni) in cui vengono riportati:

- Verbali di incontro con alcuni Operatori;
- Dichiarazioni di apprezzamento e auspicio per il progetto di allestimento del CdS in oggetto.
- Dichiarazioni di disponibilità e interesse a partecipare al Comitato di

Indirizzo del CdS, da parte di rappresentanti di Istituzioni e operatori dell'industria del turismo e della formazione nello stesso settore.

Nell'ambito degli Studi di settore, è stato, in primo luogo, consultato il Rapporto della Banca d'Italia - Eurosystem, 'Turismo in Italia. Numeri e potenziale di sviluppo' (2018, n. 23). Ai fini di una verifica della validità e opportunità degli obiettivi formativi del CdS è stato essenziale analizzare dati sulla posizione dell'Italia nel confronto internazionale, in termini di impatto del turismo nell'economia, e in termini di capacità attrattiva, mediante la lettura di dati sulla spesa turistica effettuata nel nostro Paese da parte di turisti stranieri.

Questo Rapporto, a sua volta, esamina dati statistici del World Trade and Tourism Council ('Travel & Tourism: Economic Impact 2018 – World, Italy, Londra, 2018), dai quali risulta che in Italia nel 2017 il 5,5% del PIL e il 6,5% dell'occupazione (pari a quasi 1,5 milioni di posti di lavoro) erano riconducibili al turismo. In entrambi i casi, il Paese si collocava al di sopra della media OCSE.

L'impatto complessivo del turismo sul PIL per il nostro Paese nel 2017 registrava un valore (13%) superiore a quello registrato nella media dei Paesi UE e dell'economia mondiale nel suo complesso.

Anche l'impatto complessivo sull'occupazione risultava molto rilevante nel nostro Paese: al settore erano complessivamente riconducibili quasi 3,4 milioni di posti di lavoro, pari al 15% del totale (a fronte di circa il 10% in media nel mondo).

Tra il 2010 e il 2017 le spese degli stranieri in Italia sono cresciute a un ritmo quadruplo rispetto a quello del PIL nominale e la loro incidenza su di esso è passata dall'1,8 al 2,3%.

La spesa pro capite giornaliera dei turisti, calcolata per stato di residenza, nel 2017 proveniva per il 58,5% dai Paesi UE e per il 41,5% dai Paesi extra UE.

Nel 'World Travel and Tourism Council-Economic Impact 2018 Italy' compare anche, in base a dati 2017, il confronto tra l'impatto economico del turismo in Italia e quello registrato da 200 Paesi che offrono prodotto turistico comparabile, attirando turisti da tipologie di mercati anch'essi comparabili con quelli che si interfacciano con il nostro Paese. L'Italia dimostra, in questo confronto, una progressiva sensibilità a esigenze di rinnovamento e sviluppo della professionalità del settore, registrando una incidenza economica del turismo nel settore dell'occupazione totale del Paese che la pone, nel medesimo confronto realizzato all'interno degli altri Paesi considerati, davanti ad alcune fra le più ricche nazioni europee (Francia, Germania), con un dato che supera, nel nostro Paese, lo stesso contributo del turismo al PIL.

A fronte di questi dati risulta evidente l'esigenza di una adeguata formazione di profili culturali e professionali capaci di confrontarsi a scala mondiale in materia di turismo. Riguardo alla conoscenza della domanda formativa a scala mondiale su questi contenuti è risultata di grande utilità e attualità una analisi basilare a scala internazionale, svolta dal World Economic Forum (WEF) che, nell'introduzione al 'The Global Competitiveness Report 2017-2018', include l'istruzione superiore come

fattore chiave e cruciale per l'efficienza dell'attuale processo produttivo. L'elevata domanda di cambiamento di alcuni orientamenti dei percorsi formativi nel nostro Paese, con particolare riguardo all'interazione fra questi e il sistema occupazionale, è evidente da alcuni dati che sono stati presi in considerazione mediante una diversificazione, specializzazione e attualizzazione degli Ambiti tematici del Corso. Ci si riferisce alle esigenze che emergono nel Ranking sulla competitività dei sistemi-Paese elaborato, ancora dal WEF, (Global Competitiveness Index 2017-2018), in cui l'Italia si posiziona al 43° posto, dopo Sud Corea (26°), Estonia (29°) e Spagna (34°), sulla scorta di alcuni fattori esaminati nello Studio, quali il rapporto con le istituzioni (95°), lo scenario macroeconomico del Paese (96°), l'efficienza del mercato del lavoro (116°) e l'andamento dei mercati finanziari (126°). Nel campo dell'istruzione superiore l'Italia si posiziona al 41° posto (al di sotto della media europea), penalizzata dalla bassa presenza di Internet, dunque dell'uso del web, nelle scuole (67°) e da una qualità del sistema educativo che rimane molto modesto (44°) nel confronto a scala mondiale.

Inoltre il WEF riferisce, sul punto 'Tourism and Job Creation-Advancing the 2030 Development Agenda', sul contributo, in continua crescita, del turismo alla creazione di occupazione e pone in prima linea obiettivi e risultati di apprendimento che vengono previsti nell'assetto del CdS in oggetto, quali la conoscenza di percorsi, filiere e strutture dell'odierna economia globalizzata. Questa, a sua volta, richiede formazione di profili di competenza e figure professionali altamente istruite, capaci di pensare criticamente e di operare a scale internazionali su sistemi complessi, in rapida mutazione ed in ambiente digitale. In questa linea è necessario che venga enfatizzata la capacità di cooperare e lavorare con individui con differenti background e specifiche 'abilità' nelle sfide, nel confronto e nella critica, dunque al di fuori di percorsi convenzionali fondati sull'apprendimento mnemonico.

La validità della struttura dell'impianto formativo del CdS, articolato sulla base di settori di offerta ampiamente diversificati e articolati al proprio interno, è stata verificata grazie alla consultazione di interessanti rendiconti sull'andamento economico del settore dell'intermediazione turistica ('The strength of the U.S. travel agency market', in Phocuswright, novembre 2018).

I dati dimostrano che, nonostante l'ampia autonomia conquistata dai consumatori nella gestione delle proprie attività turistiche, grazie all'uso sempre più personalizzato del web, i comparti selezionati fra i più competitivi e innovativi nell'ambito del travel agency, costituiscono ancora i più grandi consumatori di prodotti di viaggio, insieme alle agenzie di viaggio online (On Line Travel Agency) e ai canali diretti dei fornitori (supplier-direct channels) e coesistendo proficuamente con i consumatori diretti. Fra il 2017 e il 2021 si prevede un incremento dell'operatività dell'intero comparto dell'intermediazione, accanto a una contrazione dell'intervento on line del consumatore diretto.

Il complessivo mercato del travel agency statunitense raggiungerà, prevedibilmente, nel 2021 una quota di 127 miliardi di dollari, a fronte

dei 112.8 miliardi registrati nel 2017.

Dalla rivista Phocuswright è dunque venuto un importante contributo che conferma come la crescente capacità delle tecnologie nel funzionare come soggetti 'intelligenti', e in particolare la capacità di elaborazione di Big e Open Data da parte della rete dell'intermediazione, siano dati vincenti nella costruzione di una offerta di interesse globale che tuttavia è obbligata, per essere effettivamente competitiva, a guardare a elevati livelli di specializzazione delle competenze per quanto riguarda la conoscenza dei diversi mercati 'locali'. Il CdS in oggetto propone come proprio dato distintivo Insegnamenti rivolti alla valorizzazione di potenzialità e individualità territoriali, culturali ed economico-produttive, a diverse scale, in coerenza con la crescente domanda di specializzazione e personalizzazione dell'offerta turistica.

Nell'ambito degli Studi di settore sono stati consultati, inoltre, alcuni Repertori statistici:

EUROSTAT, indagini 2018

ENIT, L'offerta ricettiva nell'Unione europea, 2015

ISTAT, Turismo in cifre, 2018

UNWTO, World Tourism Barometer:

European Union Short Term Tourism Trends Tourism Towards 2030,

UNWTO/GTERC Asia Tourism Trends,

Compendium of Tourism Statistics, 2018 Edition,

Yearbook of Tourism Statistics, 2018 Edition,

Key Performance Indicators for Tourism:

Marketing Evaluation,

E-Marketing for Tourism Destinations,

Tourism Product Development,

Tourism Destination Branding

The Decision-making Process of Meetings, Congresses, Conventions and Incentives Organizers

Key Outbound Tourism Markets in South-East Asia

The Indian Outbound Travel Market

The Russian Outbound Travel Market

The Middle East Outbound Travel Market

The Chinese Outbound Travel Market

Riguardo alla domanda che è stato possibile conoscere nell'incontro diretto con potenziali studenti, l'ambito più significativo da cui è emersa un'ampia e vivace richiesta di formazione, in termini di internazionalizzazione e di professionalizzazione, è stata espressa da:

-studenti e laureati provenienti dal bacino mediterraneo, dall'Europa orientale, da Medio ed Estremo Oriente, Paesi dai quali già è presente nell'Ateneo di Roma Tor Vergata un considerevole numero di iscritti al Corso di Laurea Magistrale LM/49 in lingua italiana e, in alcuni casi, al Dottorato in 'Beni culturali, Formazione e Territorio';

-studenti iscritti ai Corsi di Laurea Triennale dell'Ateneo, in Lingue della società dell'Informazione, Scienze del turismo, Beni culturali;
-studenti con titoli in Master di 1° livello in materia di turismo, tenuti nell'Ateneo di Roma Tor Vergata (Master 'Ospitalità e Marketing dei Territori') ed esterni (LUISS, Master 'Turismo e Territorio' e Master di altri Atenei).

Questi studenti si sono dimostrati fortemente interessati a una formazione aggiornata sui caratteri di eccellenza del patrimonio culturale dell'Italia e sull'attrattività attuale del Made in Italy e, in via particolare, sugli effetti diretti e indiretti esercitati sul processo turistico dalle diverse e molteplici condizioni della odierna mobilità internazionale.

Pdf inserito: [Dichiarazioni, Endorsement, Verbali delle Parti Sociali](#) 

Consultazione con le organizzazioni rappresentative - a livello nazionale e internazionale - della produzione di beni e servizi, delle professioni (Consultazioni successive)

A partire dall'A.A. 2023/2024, concluso il periodo emergenziale a seguito della pandemia da Sars Covid-19 e in vista di una possibile revisione dell'ordinamento didattico del CdS e dell'introduzione di nuovi curricula, sono state consolidate e ampliate le attività di confronto strutturato con i rappresentanti del sistema turistico, culturale e istituzionale, nell'ambito delle politiche di Assicurazione della Qualità e in coerenza con il modello AVA3 e con le Linee guida ANVUR. Tali iniziative si inseriscono in una strategia volta a garantire il costante allineamento tra obiettivi formativi, risultati di apprendimento attesi e fabbisogni professionali espressi dal mercato del lavoro.

In particolare, negli incontri del 7 novembre 2023, 9 gennaio e 3 settembre 2024 con i rappresentanti della Confederazione Nazionale dell'Artigianato e della Piccola e Media Impresa – Settore Turismo, Federalberghi e UNINDUSTRIA, sono stati esaminati il carattere culturale, scientifico e professionalizzante del CdS, nonché gli obiettivi formativi e i profili in uscita. Le organizzazioni coinvolte hanno confermato la coerenza del CdS con le figure professionali emergenti nel comparto turistico, in particolare nell'ambito della gestione alberghiera e della progettazione strategica dell'offerta territoriale.

Le consultazioni hanno inoltre portato all'ipotesi di collaborazioni operative, tra cui: seminari con esperti del settore, attivazione di tirocini curriculari e stage post-lauream presso le aziende affiliate, e progettazione congiunta di attività formative professionalizzanti. Durante l'incontro del 10 dicembre 2024 con i rappresentanti del settore turismo della Regione Lazio, è emersa l'esigenza di rafforzare, nel nuovo ordinamento, l'offerta formativa relativa alle competenze digitali, ritenute fondamentali per affrontare le sfide della trasformazione tecnologica e per rispondere alla domanda di personalizzazione e

innovazione dei servizi turistici. Di conseguenza, il nuovo assetto del CdS, attivo dall'A.A. 2025-2026, mira ad integrare competenze digitali e manageriali nella progettazione di sistemi turistici sostenibili e inclusivi. A conferma della volontà di consolidare il rapporto con le istituzioni territoriali, si è deciso di strutturare un confronto permanente tra il CdS e la Regione Lazio – settore turismo, con l'organizzazione di cicli seminariali congiunti e la progettazione partecipata di attività finanziate attraverso programmi europei, con il coinvolgimento attivo di docenti e studenti.

Nel corso dell'incontro del 7 gennaio 2025, i rappresentanti del CNA Turismo hanno ribadito l'importanza di potenziare, all'interno del percorso formativo, gli insegnamenti legati alle lingue straniere, al diritto, all'economia e alla gestione d'impresa. Hanno inoltre sottolineato la crescente rilevanza delle competenze trasversali: capacità decisionali, autonomia operativa, problem solving, comunicazione interculturale e lavoro in team, in particolare in contesti internazionali. In risposta a tali esigenze, il CdS ha confermato l'importanza strategica delle attività laboratoriali e dei tirocini in collaborazione con imprese e istituzioni.

Il 9 gennaio 2025 si è svolto un incontro con un rappresentante del Settore Cultura e Sviluppo dell'AICS (Agenzia Italiana per la Cooperazione allo Sviluppo), che ha evidenziato la necessità di valorizzare, anche in sede formativa, l'analisi dei dati di settore provenienti da organizzazioni internazionali (es. UNWTO, associazioni di settore). È stata raccomandata l'integrazione nel piano di studi di competenze orientate all'imprenditorialità e allo sviluppo di reti professionali, anche mediante attività laboratoriali e strumenti di networking tra studenti, alumni e docenti, utili alla costruzione di collaborazioni professionali post-laurea. In questo quadro, la consultazione con le parti interessate ha avuto un impatto diretto sull'evoluzione del progetto formativo: ha orientato le scelte relative all'introduzione di nuovi curricula (in italiano e inglese), alla modalità blended del CdS, alla revisione delle competenze attese, e all'incremento delle esperienze formative orientate alla professionalizzazione e all'internazionalizzazione.

In seguito all'istituzione del nuovo ordinamento, il Corso di Studio Magistrale ha intensificato in modo significativo le attività di confronto strutturato con i rappresentanti del settore turistico, culturale e istituzionale, nell'ottica del miglioramento continuo dell'offerta formativa e in coerenza con il modello AVA3 e con le Linee guida ANVUR in materia di consultazione sistematica degli stakeholder.

Un momento di particolare rilievo è stato rappresentato dal workshop dal titolo "Il turismo come industria globale. Scenari, competenze e opportunità per i professionisti di domani", svoltosi il 16 giugno 2025 presso l'Ateneo. L'iniziativa ha visto la partecipazione di manager e professionisti di primarie realtà del comparto alberghiero e turistico nazionale e internazionale affiliati a Unindustria, i quali hanno offerto un'analisi articolata delle trasformazioni in atto nel settore. Gli interventi hanno evidenziato come il turismo contemporaneo si configuri ormai quale industria globale ad alta intensità di competenze manageriali, nella quale risultano determinanti la capacità di lettura dei mercati

internazionali, la gestione strategica dell'esperienza del cliente, l'integrazione tra patrimonio culturale e offerta ricettiva, nonché l'adozione di strumenti digitali avanzati. Il confronto con gli studenti e con il corpo docente ha consentito di raccogliere indicazioni utili in merito al rafforzamento delle competenze operative, alla centralità della sostenibilità e alla necessità di integrare le conoscenze economico-gestionali con la dimensione culturale e territoriale.

Nel novembre 2025 si è svolto un incontro con rappresentanti del gruppo Ambrosetti – TEHA. L'iniziativa ha offerto spunti significativi in ordine al rafforzamento delle competenze di pianificazione strategica, di valutazione economico-finanziaria dei progetti e di lettura dei trend globali, sottolineando l'esigenza di formare figure professionali capaci di integrare cultura organizzativa, performance economica e visione internazionale. È emersa con chiarezza l'esigenza di potenziare nel percorso formativo le competenze di analisi dei trend globali, di valutazione economica dei progetti e di costruzione di modelli di business sostenibili, rafforzando al contempo la dimensione internazionale del Corso.

Particolarmente rilevante, sotto il profilo istituzionale e ai fini dell'Assicurazione della Qualità, è stata la riunione del Comitato di Indirizzo del 30 gennaio 2026, che nella sua nuova composizione ha visto la partecipazione di rappresentanti di associazioni di categoria, organismi del settore congressuale, enti di promozione turistica, istituzioni culturali e soggetti pubblici di rilevanza nazionale. L'incontro, espressamente orientato alla verifica della coerenza tra obiettivi formativi e fabbisogni del mercato del lavoro, ha consentito di approfondire diversi profili strategici dell'offerta didattica. Dal confronto è emersa l'importanza di rafforzare ulteriormente il raccordo tra formazione teorica e competenze applicative, di consolidare i percorsi di tirocinio e placement, e di sviluppare competenze trasversali legate alla digitalizzazione, alla sostenibilità e alla gestione dei dati statistici e di mercato. È stata inoltre sottolineata la necessità di incrementare le opportunità di internazionalizzazione, sia attraverso partnership accademiche sia mediante collaborazioni con operatori esteri.

Particolarmente significativa, sotto il profilo dell'orientamento e del raccordo con il mercato del lavoro, è stata l'organizzazione del workshop bilingue "Il mercato del lavoro nel turismo: filiere produttive, competenze e opportunità professionali. Imprese, dati e professioni a confronto / The Labour Market in Tourism: Production Chains, Skills, and Career Opportunities", svoltosi il 26 marzo 2026 presso l'Aula Sabatino Moscati della Macroarea di Lettere e Filosofia. L'iniziativa ha visto la partecipazione dei componenti del Comitato di Indirizzo (rappresentanti dell'Istituto Nazionale di Statistica, di Federalberghi, CNA, Federcongressi & Eventi, FIAVET, nonché del Convention Bureau Roma & Lazio e della Direzione regionale Musei nazionali Lazio). Nel corso della prima sessione sono stati presentati dati aggiornati sulla domanda e sull'offerta turistica, con particolare riferimento ai trend settoriali, alle dinamiche occupazionali e alle prospettive evolutive del comparto. La seconda sessione ha approfondito i profili professionali emergenti, le

competenze richieste dalle imprese e i fabbisogni formativi, mettendo in evidenza la crescente centralità di competenze trasversali (digitalizzazione, gestione dei dati, sostenibilità, project management) e di capacità di integrazione lungo l'intera filiera turistica. La sessione conclusiva, dedicata al dialogo con gli studenti, ha rappresentato un momento qualificato di orientamento professionale e di verifica diretta della coerenza tra gli obiettivi formativi del Corso di Studio e gli sbocchi professionali. La prossima riunione del Comitato di Indirizzo, fissata per il 16 giugno 2026, costituirà la sede istituzionale per la presentazione formale delle linee di indirizzo e delle novità didattiche programmate per l'anno accademico 2026/2027. In particolare, si mostrerà che sono stati pienamente recepiti i suggerimenti emersi durante le consultazioni con i rappresentanti del CNA, i quali avevano evidenziato la necessità di potenziare le competenze nelle discipline giuridiche e l'acquisizione di soft skills trasversali. In risposta a tali istanze e al fine di intercettare i mutati fabbisogni del settore turistico, l'offerta formativa 2026/2027 è stata infatti arricchita con l'introduzione di due nuovi insegnamenti strategici e caratterizzanti: 'Diritto della navigazione, trasporti e turismo' e 'Organisational psychology'.

Nel complesso, è possibile affermare che le iniziative realizzate hanno permesso un dialogo sistematico e qualificato tra il Corso di Studio e il contesto socio-economico di riferimento. Il confronto con i rappresentanti del settore ha contribuito a confermare la coerenza del profilo professionale del laureato rispetto alle esigenze del mercato, evidenziando al contempo alcune direttrici di ulteriore sviluppo sulle quali il CdS ha già avviato un processo di riflessione. L'attività di consultazione svolta, sia in forma seminariale sia in sede istituzionale, si configura ormai come elemento strutturale del sistema di Assicurazione della Qualità del Corso, contribuendo in modo concreto all'aggiornamento continuo dell'offerta formativa e al rafforzamento dell'integrazione tra il mondo accademico e quello professionale.

Pdf inserito: 

Istituzione di più corsi nella classe



Gruppo di affinità

Gruppo: 1

Delibera di ateneo relativa all'istituzione di ulteriori corsi nella classe - 73

Parte Testuale

Obiettivi formativi specifici del Corso e descrizione del percorso formativo, anche con riferimento ai descrittori di Dublino



Il Corso di Studio Magistrale in Tourism Strategy, Cultural Heritage and Made in Italy si propone di formare figure professionali altamente qualificate, dotate di competenze interdisciplinari avanzate, capaci di operare nei sistemi turistici complessi, nei settori della valorizzazione del patrimonio culturale e territoriale e nella promozione integrata del brand Made in Italy, in coerenza con gli obiettivi qualificanti previsti dal decreto ministeriale per la classe di appartenenza.

Il Corso intende sviluppare nei laureati:

- conoscenze approfondite e integrate nei campi economico-aziendale, giuridico, geografico-territoriale, storico-artistico, sociale e culturale, applicate alla progettazione, gestione e valutazione di strategie di sviluppo turistico sostenibile;
- capacità di analisi critica dei sistemi turistici, dei mercati nazionali e internazionali e delle dinamiche competitive, con particolare attenzione ai processi di innovazione, digitalizzazione e transizione ecologica;
- competenze specialistiche nella pianificazione strategica, nel destination management, nel marketing territoriale e culturale, nella valorizzazione dei patrimoni materiali e immateriali e nella promozione integrata dei comparti produttivi connessi al Made in Italy;
- autonomia di giudizio nella valutazione di politiche pubbliche, piani di sviluppo, modelli di governance multilivello e strategie d'impresa in ambito turistico e culturale;
- abilità comunicative avanzate, anche in contesti interculturali e internazionali, e capacità di operare in team multidisciplinari;
- capacità di apprendimento permanente e aggiornamento continuo, in coerenza con l'evoluzione normativa, tecnologica e di mercato.

In particolare, il Corso di Studio forma laureate e laureati capaci di:

- utilizzare fluentemente la lingua inglese, in forma scritta e orale, con padronanza dei lessici disciplinari specialistici relativi al turismo, alla gestione aziendale, alla cultura e al marketing internazionale;
- interpretare e valorizzare le componenti del patrimonio storico-

artistico, paesaggistico e immateriale come attrattori culturali strategici, anche attraverso strumenti comunicativi innovativi e piattaforme digitali;

- elaborare e implementare strategie di sviluppo turistico integrato e sostenibile, in linea con gli obiettivi dell'Agenda 2030 e con i principi di responsabilità sociale d'impresa;
- progettare e coordinare piani di marketing strategico e operativo, con riferimento a differenti politiche di mercato, segmenti target e contesti territoriali, anche in chiave internazionale;
- favorire l'accessibilità e l'inclusività dell'offerta turistica, promuovendo modelli di fruizione culturale e territoriale orientati alla sostenibilità sociale;
- analizzare e sviluppare piani di web marketing, digital communication e branding, valorizzando il Made in Italy quale leva competitiva e attrattore turistico globale;
- supportare le imprese turistiche e culturali nella definizione di strategie competitive e modelli di business innovativi, sotto il profilo economico, organizzativo, sociale e ambientale;
- predisporre business plan e strumenti di controllo di gestione per imprese e organizzazioni operanti nei settori del turismo e della valorizzazione culturale;
- operare con adeguate competenze giuridiche nei processi gestionali delle imprese turistiche e nelle relazioni con enti pubblici e stakeholder territoriali;
- contribuire alla costruzione e allo sviluppo di reti tra imprese, istituzioni e attori del territorio, promuovendo modelli di governance collaborativa e partenariati pubblico-privati;
- utilizzare strumenti digitali avanzati per la gestione, la promozione e la commercializzazione di prodotti turistici complessi, anche in ambienti internazionali e multiculturali;
- maturare competenze operative attraverso tirocini formativi obbligatori in Italia e all'estero, nonché mediante esperienze di mobilità internazionale, funzionali all'inserimento in sistemi turistici integrati.

Articolazione del percorso formativo

Il percorso formativo biennale si struttura in ambiti disciplinari coerenti con il nuovo ordinamento e con gli obiettivi qualificanti della classe.

1. Ambito linguistico e internazionale

Il Corso promuove il consolidamento e l'approfondimento delle competenze linguistiche, con particolare riferimento alla lingua inglese, quale strumento essenziale per operare nei contesti turistici globali. Sono inoltre previste opportunità di studio di ulteriori lingue strategiche per i mercati emergenti (ad esempio la lingua russa).

Il Centro Linguistico di Ateneo supporta lo sviluppo di competenze linguistiche avanzate, funzionali a carriere internazionali e alla gestione di relazioni con operatori, imprese e istituzioni sovranazionali.

2. Ambito geografico-territoriale e della pianificazione

Le discipline di area geografica e territoriale forniscono strumenti teorici e metodologici per l'analisi integrata dei territori, considerati nella loro complessità ambientale, socio-economica e culturale. Le studentesse e gli studenti acquisiscono competenze nella lettura critica dei sistemi territoriali, nella pianificazione strategica e nella progettazione di interventi infrastrutturali, eventi e politiche di sviluppo locale.

3. Ambito giuridico, sociale e della governance

Le discipline giuridiche e socio-antropologiche consentono di comprendere i quadri normativi nazionali, europei e internazionali che regolano il settore turistico e culturale, nonché le dinamiche sociali e interculturali connesse alla mobilità globale.

Particolare attenzione è dedicata ai modelli di governance multilivello, alle politiche pubbliche per il turismo e alla regolazione dei mercati.

4. Ambito storico-artistico e culturale

Le discipline storiche, artistiche e dello spettacolo permettono di acquisire una conoscenza avanzata dei patrimoni culturali materiali e immateriali, quali risorse strategiche per la competitività territoriale. L'approccio integra strumenti di analisi critica e metodologie di valorizzazione innovative, anche in prospettiva comparata e internazionale.

5. Ambito economico-aziendale e manageriale

L'area economica e gestionale, centrale nel nuovo ordinamento, fornisce competenze avanzate in:

- economia del turismo e dei beni culturali;
- management delle imprese turistiche e culturali;
- marketing strategico e digitale;
- finanza e controllo di gestione;
- progettazione e valutazione di investimenti.

Tali insegnamenti rispondono alla domanda del mercato del lavoro di professionisti capaci di analizzare, progettare e implementare strategie efficienti e sostenibili nei sistemi turistici contemporanei.

Metodologie didattiche e dimensione internazionale

L'offerta formativa si sviluppa lungo due direttrici integrate:

1. Direttrice teorico-metodologica, fondata sul confronto con modelli analitici e interpretativi internazionali e sull'apporto di docenti provenienti da università straniere e contesti accademici globali.
2. Direttrice applicativa e professionalizzante, orientata all'eccellenza del know-how italiano nei settori del turismo, della cultura e del Made in Italy, integrata con metodologie formative di matrice internazionale.

Le attività didattiche comprendono lezioni frontali, didattica digitale integrata, workshop, project work, laboratori e testimonianze aziendali.

Sono previsti tirocini curriculari presso imprese, enti pubblici e privati, in Italia e all'estero.

La prova finale, cui sono attribuiti 18 CFU, consiste in un elaborato originale di ricerca o in un project work applicativo ad elevato contenuto innovativo.

Percorsi linguistici differenziati

Il Corso è erogato in lingua inglese e in lingua italiana.

- Il percorso in lingua inglese privilegia un orientamento spiccatamente manageriale e internazionale, con focus su strategie d'impresa, marketing globale, analisi dei mercati e gestione di contesti multiculturali.
- Il percorso in lingua italiana, pur assicurando competenze linguistiche avanzate, è maggiormente orientato alla progettazione e gestione dei sistemi turistici con attenzione agli impatti sociali, culturali, economici e ambientali, valorizzando in modo specifico il patrimonio nazionale e le dinamiche territoriali.

Da ex QUADRO A4.b.1: Conoscenza e comprensione, e Capacità di applicare conoscenza e comprensione: Sintesi

I laureati e le laureate conosceranno le strategie progettuali, manageriali e produttive messe in atto da parte degli attori del turismo nel contesto italiano, nel quadro di alcuni percorsi di confronto con contesti internazionali, nonché la specificità del patrimonio culturale italiano come attrattore turistico, inerenti alle risorse storico-artistiche e alle componenti economico-territoriali originali del processo di produzione Made in Italy.

Al fine di conseguire risultati di apprendimento in questi ambiti di conoscenza saranno adottate metodologie formative e usati strumenti didattici diversificati secondo percorsi di studio specificamente orientati, tuttavia sulla base di un comune orientamento all'integrazione fra materie di insegnamento di matrice essenzialmente umanistica e contenuti di natura economico-manageriale. Metodologie e strumenti saranno articolati in percorsi coerenti con la struttura formativa originale e con i contenuti caratterizzanti del Corso di Studio, mediante lezioni, seminari, attività laboratoriali, stage o tirocini obbligatori (presso enti o istituti di ricerca, amministrazioni e aziende pubbliche e private in Italia e all'estero, nonché soggiorni di studio presso altre università italiane, europee ed extraeuropee, anche nel quadro di accordi internazionali), seminari con esponenti delle professioni nel turismo, project work individuali e di gruppo.

La verifica del raggiungimento dei risultati di apprendimento attesi in relazione alla acquisizione di conoscenze avverrà tramite un confronto/dibattito diretto con lo studente durante le lezioni e nel corso di eventi che stimoleranno lo studente a esprimere le proprie opinioni, in visite a spazi e strutture professionali specialistiche e nell'incontro con esponenti del mondo del lavoro, della cultura e della ricerca del settore turistico; mediante prove d'esame scritte e orali, valutazione di project work individuali e gruppo.

Lo studente acquisirà le capacità di applicazione dei contenuti conoscitivi acquisiti nei percorsi di studio esprimendosi in diverse lingue, nell'ambito di differenti contesti culturali; ricercando ed elaborando, nel quadro di ciascun percorso, dati provenienti da fonti e riferimenti bibliografici di matrice umanistica, sociale ed economica, nazionali e internazionali; applicando in contesti progettuali pertinenti al processo di sviluppo turistico i risultati di attività laboratoriali; imparando a tradurre in capacità operative e manageriali le proprie conoscenze di natura teorica.

Le metodologie e gli strumenti didattici utili a suscitare negli studenti queste attitudini applicative consisteranno in lezioni svolte con metodo esperienziale; seminari di contenuto specialistico; incontri con docenti di università italiane e straniere; partecipazione a incontri con esperti del mondo delle professioni; incontri con laureati e laureate di corsi di laurea magistrale in ambito turistico, provenienti da università italiane e internazionali, già occupati professionalmente nel processo di gestione e promozione del processo turistico. Una parte importante nell'ambito di queste metodologie formative avranno alcuni percorsi di guida ad un uso appropriato e pertinente di tecnologie idonee, nella comunicazione, nella programmazione di processi e prodotti, nella promozione di attrattori turistici di diversa natura.

Queste capacità saranno verificate come capacità progettuali lungo l'intero percorso compiuto dagli studenti, anche mediante una continua interazione on line fra studenti e docenti per una verifica progressiva dei risultati attesi nei diversi percorsi; mediante valutazioni intermedie istituzionali svolte periodicamente, che svolgeranno la funzione di dialogo critico sulle attività operative previste per alcuni esami e, in vista della fine del percorso, mediante discussione dei lavori individuali, con altri studenti e con laureati interessati, riguardo alle proposte di project work che i laureandi prepareranno per la presentazione della tesi di laurea. In particolare, nel corso della preparazione della tesi finale una parte importante verrà svolta dal confronto/verifica con interlocutori delle parti interessate.

Da ex QUADRO A4.c: Autonomia di giudizio, Abilità comunicative, Capacità di apprendimento

I laureati e le laureate saranno in grado di:

- decidere autonomamente e indirizzare interventi di progettazione, anche individuando e definendo segmenti innovativi di sviluppo del turismo;
- analizzare e interpretare, mediante inchieste dirette e sulla base di esperienze operative, la domanda di prodotto turistico;
- analizzare e interpretare autonomamente i caratteri originali di risorse, giacimenti e patrimoni culturali come attrattori, riguardo ai quali sapranno proporre percorsi innovativi di promozione;

- porsi come analisti e soggetti decisionali sensibili nei riguardi della promozione di una tipica cultura dell'offerta turistica nel contesto originale della tradizione italiana. Le laureate e i laureati del Corso acquisiscono autonomia di giudizio essenzialmente in quanto consapevoli delle esigenze dei protagonisti del turismo, che vanno progressivamente modificando le proprie aspettative e da 'ospiti' in cerca di informazioni tendono progressivamente a diventare 'viaggiatori consapevoli', operatori informati e responsabili delle proprie esperienze.

Questi obiettivi si raggiungeranno grazie allo svolgimento di progetti a carattere sperimentale, che costituiranno anche materiale d'esame, in cui lo studente sarà guidato ad acquisire informazioni dirette nel territorio e attraverso la rete, reinterprestando e selezionando i relativi contenuti anche sulla base di una rielaborazione originale e personale. Da un lato verranno rielaborati input teorico-metodologici della letteratura nazionale e internazionale; dall'altro, verranno esaminati dati provenienti da esperienze tecnico-professionali maturate nell'incontro con operatori dei relativi settori di attività.

Nell'ambito di una didattica specificamente interdisciplinare lo studente imparerà a proporre, per la preparazione della tesi finale, approcci ed elaborazioni cognitive individuali, anche grazie all'analisi dei risultati della somministrazione di questionari a stakeholders territoriali.

Il raggiungimento dell'obiettivo verrà verificato nel corso delle attività didattiche mediante prove intermedie orali e attraverso la redazione di elaborati scritti, negli insegnamenti di matrice storico-culturale; mediante valutazione di indagini e lavori di gruppo che realizzeranno applicazioni di teorie e modelli, simulazioni di esperienze aziendali e progettuali, risultati di applicazioni di indagini statistiche, negli insegnamenti di carattere economico.

Queste metodologie di valutazione saranno adottate trasversalmente durante il percorso formativo, in linea con una valutazione essenzialmente multidisciplinare dell'apprendimento.

I risultati di apprendimento attesi Corso di Studio nell'ambito delle abilità comunicative riguardano, in termini di contenuti di base, l'acquisizione dei concetti di coordinamento delle attività di comunicazione e valutazione progressiva dei prodotti comunicativi, mediante elaborazione e applicazione di contenuti originali da parte dello studente.

Capacità comunicative coerenti con gli obiettivi formativi del Corso di Studio saranno conseguite attraverso lo studio e la pratica delle lingue straniere, in attività collaborative attraverso lo sviluppo di capacità di implementazione di piani di comunicazione già esistenti, attraverso un approccio autonomo e personale da parte dello studente e in contesti non canonici.

Risultato atteso importante corrisponderà alla consapevolezza del ruolo, sostenuto da modalità e comportamenti comunicativi nel coinvolgimento di cittadini e portatori di interesse a vario titolo, e alla

capacità di condivisione di azioni comunicative con interlocutori specialisti e non, messe in atto in funzione di un rafforzamento del capitale sociale di una destinazione.

La valutazione dei risultati di apprendimento avverrà lungo l'intero percorso formativo, nel corso di attività esplicative di conoscenze e conclusioni di carattere formale e informale, rivolte a interlocutori professionalmente esperti e non, con particolare attenzione alla verifica di competenze nell'adozione di strumenti comunicativi di carattere multimediale. Le prove attraverso le quali avverrà la valutazione dell'apprendimento di abilità comunicative consisteranno in esposizioni di lavori degli studenti già durante le lezioni e in una interazione fra studenti e docenti, anche prima dell'esame finale, nel quadro di esperienze comunicative e promozionali dirette a operatori, referenti di contesti e comunità locali e cittadini.

I prodotti che costituiranno input e output di questi percorsi di ricorrente autovalutazione saranno project work in tema di web marketing, elaborati testuali e statistici, spunti per la costruzione di siti on line rappresentativi di destinazioni turistiche.

Le metodologie di valutazione prenderanno in considerazione essenzialmente il livello di maturità raggiunto dagli studenti nella comunicazione critica di contenuti ed esperienze acquisiti.

L'originalità dello sviluppo di capacità di apprendimento sarà un contenuto caratterizzante del Corso di Studio, per lo specifico iter formativo di carattere progettuale che contraddistingue il Corso stesso.

Le capacità di apprendimento, in termini di risultati attesi, diversificati in relazione ai contenuti degli insegnamenti, si dimostreranno in una acquisizione progressiva di competenze teoriche e applicative di livello specialistico, per l'acquisizione e la capacità di gestione di contenuti di complessità. Risultati significativi sono attesi nella consultazione ed elaborazione, con idonee metodologie informatiche, di dati e informazioni provenienti da bibliografie, sitografie e inchieste di terreno, con l'obiettivo di ideare input progettuali nella pianificazione economico-produttiva, promozionale, occupazionale; nell'acquisizione dei contenuti di base delle discipline economico-aziendali e nella capacità di elaborazione di questi per la costruzione di piani di business e soluzioni strategiche per l'azienda turistica, in particolare nel confronto evolutivo con i percorsi di cambiamento socio-economico del mercato turistico on line; nella capacità di imparare a contestualizzare le competenze di ambito aziendale nei pertinenti ambiti di interesse giuridico, anche a scale internazionali; nella conoscenza di strumenti per l'individuazione di segmenti di sviluppo turistico mediante la conoscenza di vocazioni e potenzialità territoriali 'minori' e non ancora conosciute dai soggetti del territorio, né considerate dai Piani strategici per il turismo locali; nel saper passare dalla conoscenza del ruolo e delle funzioni esercitate dalle tradizioni artistiche e manifatturiere dell'Italia, alla costruzione e progettazione di attrattori e segmenti del turismo locali.

La struttura formativa del Corso di Studio consente di prevedere come

risultante l'espressione e la messa in atto, da parte di studenti e laureati, di capacità di apprendimento progressivamente autonome grazie all'analisi e al commento in aula di casi studio e all'incentivazione di proposte progettuali, rispetto alle quali gli studenti saranno guidati a verificare la fattibilità e l'impatto economico, culturale, sociale e ambientale delle proposte stesse. Specifiche capacità di apprendimento verranno coltivate e promosse nel corso del processo formativo attraverso l'interazione fra studenti e docenti provenienti da università straniere, nel corso di incontri di studio e scambi con esperti ed esponenti di realtà imprenditoriali internazionali del settore turistico, nel corso delle esperienze formative che si svilupperanno attraverso la partecipazione a incontri, workshop, gare per l'organizzazione di eventi di interesse internazionale e attraverso la conoscenza analitica e interpretativa di esperienze progettuali di successo.

Le capacità di apprendimento andranno conseguite e valutate in via progressiva, mediante esercitazioni applicative in aula, incentrate sul 'saper fare', nel corso dell'elaborazione di project work proposti e realizzati individualmente o in team e attraverso simulazioni di esperienze nei campi della programmazione territoriale, della organizzazione aziendale, della gestione manageriale; esperienze che, a loro volta, consentiranno di valutare, attraverso l'analisi di continui feedback, le competenze trasversali e interdisciplinari acquisite dagli studenti.

La valutazione definitiva del raggiungimento di risultati nell'ambito delle capacità di apprendimento verrà messa in atto nel corso delle prove d'esame e nella preparazione e nella discussione degli elaborati per la prova finale.

Profilo e sbocchi



Profilo professionale e sbocchi occupazionali e professionali previsti per i laureati

Nome della figura professionale formata: Tourism and Culture Manager

Funzione in un contesto di lavoro e competenze:

Il Tourism and Culture Manager svolge abitualmente le seguenti funzioni:

1. Pianificazione strategica e governance dei sistemi turistici
 - Progettare, coordinare e gestire sistemi turistici complessi,

valutandone gli impatti economici, sociali, culturali e ambientali.

- Elaborare strategie di sviluppo territoriale e culturale di medio-lungo periodo, anche in ambito urbano e metropolitano, con particolare riferimento alla programmazione di eventi e alla rigenerazione culturale.

- Contribuire alla definizione di modelli di governance multilivello, favorendo il coordinamento tra attori pubblici e privati.

- Collaborare alla costruzione e al consolidamento di destinazioni turistiche integrate e competitive.

2. Analisi e valorizzazione delle risorse territoriali

- Individuare e attivare "giacimenti" di risorse territoriali (culturali, ambientali, paesaggistiche, enogastronomiche, manifatturiere e legate al Made in Italy), trasformandoli in asset strategici per lo sviluppo turistico.

- Progettare segmenti innovativi di offerta turistica, coerenti con le vocazioni territoriali e con i nuovi trend di mercato.

- Valorizzare il patrimonio materiale e immateriale attraverso iniziative intersettoriali e infrastrutturali orientate alla sostenibilità e all'innovazione.

3. Management delle imprese turistiche e culturali

- Gestire imprese turistiche integrando servizi culturali, ambientali e ricettivi in un'ottica di filiera e di offerta integrata.

- Redigere e implementare business plan e strumenti di controllo economico-finanziario per la corretta gestione dei prodotti e dei servizi turistici.

- Individuare punti di forza e di debolezza nei modelli organizzativi e nei sistemi di destination management, proponendo interventi migliorativi.

4. Marketing strategico, branding e comunicazione digitale

- Analizzare la domanda turistica e il comportamento dei consumatori, anche mediante strumenti di market intelligence e data analysis, al fine di sviluppare prodotti personalizzati e competitivi.

- Valutare il posizionamento dell'offerta nei mercati nazionali e internazionali e predisporre piani annuali e pluriennali di marketing.

- Definire e coordinare azioni integrate nelle aree della promozione, dell'advertising, della distribuzione e delle vendite.

- Progettare e attuare piani di web marketing e digital communication per la promozione dell'immagine del territorio e del brand culturale.

- Gestire e commercializzare prodotti turistici attraverso piattaforme multimediali e tecnologie innovative.

5. Progettazione e sviluppo del prodotto turistico-culturale

- Ideare, progettare, documentare e comunicare servizi e prodotti turistici complessi, integrando soluzioni culturali, tecnologiche e commerciali.

- Definire il prodotto turistico in coerenza con standard qualitativi elevati, criteri di sostenibilità e accessibilità, e con le esigenze dei

diversi segmenti target.

- Contribuire alla creazione di esperienze turistiche ad alto valore aggiunto, fondate sull'autenticità culturale e sull'innovazione.

6. Analisi dei mercati e internazionalizzazione

- Monitorare le tendenze e i cambiamenti dei mercati internazionali, analizzando il comportamento dei consumatori e dei competitor.
- Confrontarsi con i processi di globalizzazione del turismo e degli eventi culturali, sviluppando strategie di internazionalizzazione.
- Operare efficacemente in contesti multiculturali e transnazionali, valorizzando reti e partenariati internazionali.

Nel suo complesso, il Tourism and Culture Manager si configura come una figura professionale capace di coniugare visione strategica, competenze manageriali, sensibilità culturale e capacità di innovazione, operando quale mediatore qualificato tra patrimonio, impresa, territorio e mercati globali.

COMPETENZE

Sbocchi occupazionali:

Il Tourism and Culture Manager, in virtù della preparazione interdisciplinare avanzata acquisita nel Corso di Laurea Magistrale, esercita prevalentemente la propria attività professionale nei seguenti ambiti lavorativi, per i quali il percorso formativo fornisce competenze specifiche e necessarie:

1. Imprese del settore turistico e culturale (settore privato)

- Imprese turistiche operanti nella progettazione, gestione e commercializzazione di prodotti culturali, esperienziali e sostenibili;
- Gruppi alberghieri e strutture ricettive con offerta integrata territoriale e culturale;
- Tour operator specializzati in turismo culturale, heritage tourism e valorizzazione del Made in Italy;
- Imprese di marketing territoriale e comunicazione strategica per il turismo;
- Società di consulenza manageriale nel settore turistico e della valorizzazione del patrimonio.

In tali contesti, la figura assume ruoli di pianificazione strategica, marketing, sviluppo prodotto, controllo di gestione e coordinamento di progetti territoriali complessi.

2. Enti pubblici e organismi di governo del territorio

- Amministrazioni locali e regionali nei settori turismo, cultura e sviluppo economico;
- Agenzie di promozione turistica e organismi di Destination Management (DMO);
- Enti di gestione di distretti turistici, sistemi turistici locali e ambiti territoriali integrati.

In questi ambiti, il Tourism and Culture Manager contribuisce alla programmazione strategica, alla pianificazione dello sviluppo

turistico sostenibile e alla definizione di politiche di valorizzazione del patrimonio culturale e ambientale.

3. Istituzioni culturali e organismi di gestione del patrimonio

- Musei, fondazioni culturali, parchi archeologici e siti di interesse storico-artistico;
- Organizzazioni impegnate nella gestione, promozione e fruizione del patrimonio culturale materiale e immateriale;
- Enti organizzatori di eventi culturali di rilevanza territoriale, nazionale o internazionale.

In tali contesti, la figura svolge funzioni di progettazione culturale, sviluppo di servizi, marketing e gestione economico-organizzativa.

4. Libera professione e consulenza specialistica

- Attività di consulenza in ambito di destination management, marketing turistico e culturale, pianificazione strategica e sviluppo di prodotti territoriali;
- Supporto tecnico alla redazione di business plan, piani di marketing e progetti di valorizzazione integrata del patrimonio.

Nome della figura professionale formata: Esperto consulente e progettista della filiera turistica

Funzione in un contesto di lavoro e competenze:

L'Esperto consulente e progettista della filiera turistica è una figura professionale ad alta qualificazione, dotata di competenze interdisciplinari in ambito economico-gestionale, territoriale, giuridico e culturale, finalizzate alla progettazione, integrazione e sviluppo competitivo dei sistemi turistici complessi.

Nell'esercizio abituale della professione, tale figura svolge i seguenti compiti principali:

1. Analisi e diagnosi della filiera turistica

- Analizzare la struttura e il funzionamento della filiera turistica territoriale (ricettività, servizi culturali, mobilità, enogastronomia, manifattura locale, eventi), individuandone criticità e potenzialità.
- Mappare stakeholder pubblici e privati, valutando relazioni, livelli di integrazione e modelli di governance.
- Effettuare studi di fattibilità economica, organizzativa e territoriale per nuovi progetti di sviluppo turistico.

2. Progettazione strategica e sviluppo integrato

- Progettare interventi integrati di sviluppo della filiera turistica, coerenti con le vocazioni territoriali e con gli obiettivi di sostenibilità economica, sociale e ambientale.
- Elaborare piani strategici per la qualificazione e l'innovazione dell'offerta turistica, favorendo l'integrazione tra patrimonio culturale, ambiente, imprese creative e produzioni tipiche.
- Definire modelli organizzativi e partenariati pubblico-privati per la gestione coordinata della destinazione.

3. Pianificazione economico-finanziaria e accesso ai

finanziamenti

- Redigere business plan, piani economico-finanziari e modelli di sostenibilità gestionale per progetti turistici e culturali.
- Supportare enti e imprese nella partecipazione a bandi regionali, nazionali ed europei, predisponendo proposte progettuali e documentazione tecnica.
- Valutare l'impatto economico e occupazionale degli interventi sulla filiera territoriale.

4. Innovazione, digitalizzazione e competitività

- Integrare strumenti digitali e piattaforme tecnologiche nei processi di promozione, gestione e commercializzazione dell'offerta turistica.
- Sviluppare strategie di marketing territoriale e branding di destinazione, anche attraverso l'analisi dei dati di mercato.
- Promuovere l'adozione di modelli innovativi di business e di gestione collaborativa nella filiera.

5. Monitoraggio e valutazione delle performance

- Definire indicatori di performance economica, sociale e ambientale per la valutazione dei sistemi turistici.
- Monitorare l'efficacia delle politiche e dei progetti attuati, proponendo azioni correttive e migliorative.
- Redigere report tecnici e documentazione strategica per enti pubblici, imprese e stakeholder.

6. Consulenza specialistica e coordinamento progettuale

- Fornire consulenza strategica a enti pubblici, imprese e organizzazioni culturali in materia di sviluppo della filiera turistica.
- Coordinare gruppi di lavoro multidisciplinari nella progettazione e implementazione di interventi complessi.
- Facilitare processi partecipativi e di concertazione territoriale tra attori economici e istituzionali.

Nel suo complesso, l'Esperto consulente e progettista della filiera turistica opera quale figura di raccordo tra pianificazione strategica, sostenibilità territoriale e competitività di mercato, contribuendo alla costruzione di sistemi turistici integrati, innovativi e resilienti.

COMPETENZE

Sbocchi occupazionali:

L'Esperto consulente e progettista della filiera turistica esercita prevalentemente la propria attività professionale in ambiti nei quali risultano essenziali competenze avanzate di analisi territoriale, pianificazione strategica, progettazione economico-finanziaria e governance dei sistemi turistici integrati, acquisite nel percorso di Laurea Magistrale.

I principali sbocchi occupazionali, strettamente coerenti con la preparazione specialistica fornita dal Corso di Studio, sono i seguenti:

1. Società di consulenza e studi professionali (settore privato)

- Società di consulenza strategica e gestionale specializzate in turismo, sviluppo territoriale e valorizzazione del patrimonio culturale;
- Studi professionali e società di progettazione impegnate nella redazione di piani di sviluppo turistico, business plan e progetti integrati di filiera;
- Imprese operanti nella pianificazione e nel management di destinazioni turistiche e distretti culturali.

In tali contesti la figura svolge attività di analisi, progettazione, valutazione economico-finanziaria e coordinamento di interventi complessi.

2. Enti pubblici e amministrazioni territoriali

- Regioni, Città metropolitane, Province e Comuni nei settori turismo, cultura e sviluppo economico;
- Agenzie pubbliche di promozione turistica e organismi di Destination Management (DMO);
- Enti responsabili della programmazione territoriale e della gestione di sistemi turistici locali.

In questi ambiti l'Esperto contribuisce alla pianificazione strategica, alla progettazione di interventi finanziati (anche su fondi europei) e al coordinamento della filiera turistica territoriale.

3. Enti e organismi di gestione di distretti e reti territoriali

- Distretti turistici e culturali;
- Consorzi, fondazioni e reti di imprese operanti nella valorizzazione integrata di risorse culturali, ambientali ed economico-produttive;
- Organizzazioni impegnate nella progettazione di partenariati pubblico-privati per lo sviluppo locale.

4. Libera professione e attività autonoma di consulenza

- Attività professionale autonoma nella consulenza per la progettazione, pianificazione e sviluppo della filiera turistica;
- Supporto tecnico-specialistico per la predisposizione di progetti di finanziamento, studi di fattibilità e piani di marketing territoriale integrato.

Il corso prepara alla professione di (codifiche ISTAT)

1. Specialisti nella commercializzazione di beni e servizi (escluso il settore ICT) - (2.5.1.5.2)
2. Specialisti della gestione e del controllo nelle imprese private - (2.5.1.2.0)

Per essere ammessi occorre essere in possesso della laurea o del diploma universitario di durata triennale, ovvero di altro titolo di studio conseguito all'estero, riconosciuto idoneo. Sono previsti specifici criteri di accesso che prevedono il possesso di requisiti curriculari e una adeguata preparazione delle studentesse e degli studenti.

I requisiti curriculari consistono in:

- possesso di un titolo di studio di laurea triennale o diploma equiparato, o titolo acquisito all'estero e riconosciuto idoneo in una fra le seguenti Classi di laurea:

L-01, L-06, L-11, L-12, L-15, L-17, L-18, L-21, L-33, L-40;

oppure

- almeno 42 CFU nei seguenti settori scientifico-disciplinari (o, in caso di titolo di studio acquisito all'estero, in ambiti disciplinari assimilabili):

1. Discipline economico-statistiche (SECS-P/01 Economia politica; SECS-P/07 Economia aziendale; SECS-P/08 Economia e gestione delle imprese; SECS-P/10 Organizzazione aziendale; SECS-P/12 Storia economica; SECS-S/01 Statistica; SECS-S/03 Statistica economica; SECS-S/05 Statistica sociale)
2. Discipline geografiche e del territorio (GEO/04 Geografia fisica e geomorfologia; ICAR/06 Topografia e cartografia; ICAR/18 Storia dell'architettura; M-GGR/01 Geografia; M-GGR/02 Geografia economico politica);
3. Discipline giuridiche (IUS/06 Diritto della navigazione; IUS/07 Diritto del lavoro; IUS/14 Diritto dell'Unione europea);
4. Discipline informatiche (INF/01 Informatica; ING-INF/05 Sistemi di elaborazione delle informazioni);
5. Discipline linguistiche (L-LIN/04 Lingua e traduzione lingua francese; L-LIN/07 Lingua e traduzione lingua spagnola; L-LIN/09 Lingua e traduzione lingue portoghese e brasiliana; L-LIN/12 Lingua e traduzione lingua inglese; L-LIN/14 Lingua e traduzione lingua tedesca);
6. Discipline psico-socio-antropologiche (M-PSI/05 Psicologia sociale; M-DEA/01 Discipline demoetnoantropologiche; SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi; SPS/10 Sociologia dell'ambiente e del territorio);
7. Discipline storiche (M-STO/01 Storia medievale; M-STO/02 Storia moderna; M-STO/03 Storia dell'Europa orientale; M-STO/04 Storia contemporanea; M-STO/06 Storia delle religioni);
8. Discipline storico-artistiche e dello spettacolo (L-ANT/02 Storia

greca; L-ANT/03 Storia romana; L-ANT/07 Archeologia classica; L-ART/01 Storia dell'arte medievale; L-ART/02 Storia dell'arte moderna; L-ART/03 Storia dell'arte contemporanea; L-ART/04 Museologia e critica artistica e del restauro; L-ART/05 Discipline dello spettacolo; L-ART/07 Musicologia e storia della musica).

L'adeguata preparazione personale è verificata tramite un colloquio con la Commissione preposta, nominata dal/dalla Direttore/Direttrice del Dipartimento, che può essere svolto anche in modalità telematica, a seguito dell'identificazione dei candidati e delle candidate.

L'adeguata preparazione personale prevede una conoscenza nell'ambito delle forme e modalità di conservazione e valorizzazione del patrimonio storico-artistico, territoriale ed economico-produttivo; fondamenti di conoscenze informatiche; scienze sociali.

È, inoltre, richiesta la padronanza, in forma scritta e orale, della lingua inglese di livello B2. La competenza della lingua è verificata tramite la presentazione di una certificazione pari al livello richiesto o in sede di colloquio.

Modalità di ammissione

Ai fini dell'ammissione al CdS, è richiesto il possesso dei requisiti curriculari previsti dall'ordinamento (verificato a partire dal curriculum degli studi universitari, con attestazione degli esami sostenuti) e un'adeguata preparazione.

Quest'ultima viene verificata attraverso un Colloquio nel corso del quale lo studente che fa domanda di immatricolazione incontra una Commissione, nominata dal direttore di dipartimento, su parere del Coordinatore. Tale Colloquio può avvenire anche in forma telematica sulla piattaforma stabilita dall'Ateneo, a seguito di idonea giustificazione presentata da parte dello studente interessato.

Durante il Colloquio si valuta anche l'orientamento dello studente verso le discipline previste dall'Ordinamento Didattico del Corso di laurea (conoscenza nell'ambito delle forme e modalità di conservazione e valorizzazione del patrimonio storico-artistico, territoriale ed economico-produttivo; fondamenti di conoscenze informatiche; scienze sociali).

Per chi intende iscriversi al curriculum erogato in lingua inglese è, inoltre, richiesto il possesso di una conoscenza linguistica dell'inglese adeguata al parametro B2, comprovata tramite apposita certificazione o verificata in sede di colloquio.

Per i soli studenti stranieri che scelgono il curriculum erogato interamente in lingua italiana, è, invece, richiesta l'attestazione di conoscenza della lingua italiana adeguata al parametro B2, altrimenti verificata in sede di colloquio.

Modalità di ammissione per studenti richiedenti VISTO: <https://www-2023.tourismstrategy.lettere.uniroma2.it/application/>

Modalità di ammissione per studenti residenti in Italia/EU:
<https://www-2023.tourismstrategy.lettere.uniroma2.it/admission-requirements/>

Link:

<https://segreteria.lettere.uniroma2.it/home/procedure-di-accesso-ai-corsi/iscrizioni-online-lauree-magistrali/immatricolazione-anche-con-abbreviazione-di-corso-corsi-di-laurea-magistrale/>

Caratteristiche della prova finale



La prova finale intende verificare le competenze scientifiche, metodologiche e professionali acquisite durante il percorso formativo. Essa consiste nella presentazione e discussione di una ricerca su un tema coerente con gli obiettivi del Corso di Studio, da cui sia possibile valutare il contributo originale dello studente. Il Corso di Studio privilegia elaborati di ricerca risultanti da attività interdisciplinari e interattive fra i diversi insegnamenti e fra le diverse aree tematiche. Vengono incentivate attività di ricerca sperimentali, ovvero svolte "sul campo" attraverso il coinvolgimento diretto di stakeholders che operano nei contesti territoriali e nell'ambito dei processi presi in esame. In tal modo il laureando è in grado di interagire fin da subito con un potenziale contesto lavorativo.

Modalità di svolgimento della prova finale

Ai sensi dell'art. 11 (Prova finale) del Regolamento didattico del CdS, la prova finale per il conseguimento della laurea magistrale è pubblica e consiste nella discussione di un elaborato scritto, in lingua italiana o inglese, organizzato sulla base di un project work su un tema concordato con il relatore/relatrice, che è il/la docente titolare di un insegnamento per il quale il/la laureando/a abbia acquisito almeno 6 CFU. La Direttrice/Direttore del Dipartimento, su motivata richiesta, sentito il Coordinatore/Coordinatrice e con congruo anticipo rispetto alla scadenza per la presentazione della domanda di laurea, può autorizzare a svolgere tale compito ad altra/o docente. Il relatore/relatrice indica una correlatrice/correlatore, che può essere anche un/una docente di altri atenei, anche stranieri, o comunque un esperto/esperta della materia.

Nell'elaborato, che dovrà rispondere ai criteri fondamentali della scrittura scientifica, il laureando/a deve dimostrare capacità avanzate di organizzazione coerente e di trattazione critica delle nozioni acquisite nel corso di studi nonché delle fonti e del materiale bibliografico su cui ha basato il proprio lavoro. Alla prova finale sono attribuiti 18 CFU.

Il calendario delle prove finali prevede di norma sei sedute, articolate in tre sessioni, nei mesi di luglio, ottobre, dicembre, febbraio, marzo e maggio. La domanda di laurea viene presentata rispettando le scadenze e le modalità previste dalla Segreteria Studenti, pubblicate sul relativo sito.

La commissione giudicatrice della prova finale è nominata dal Direttore/Direttrice del Dipartimento su proposta della Coordinatrice/Coordinatore ed è composta da 7 membri effettivi, tra cui il/la Presidente, e 2 supplenti. I componenti della commissione (effettivi e supplenti) che per gravi e giustificati motivi siano impossibilitati ad assicurare la loro presenza sono tenuti a darne immediata comunicazione, in forma scritta, al/alla Presidente della commissione, alla Direttrice/Direttore del Dipartimento e al Coordinatore/Coordinatrice, che provvederà alla loro sostituzione. Il relatore/relatrice e il correlatore/correlatrice, in caso di assenza, dovranno inviare alla commissione una relazione scritta.

La commissione giudicatrice della prova finale esprime la sua valutazione in centodecimi. Il voto minimo per il superamento della prova è di sessantasei centodecimi. Il voto della prova finale viene determinato partendo dalla media dei voti degli esami sostenuti pesati secondo i CFU (media ponderata). Al valore così ottenuto si applica la seguente formula: $\text{media ponderata} / 3 \times 11$. Al voto così ottenuto la commissione può aggiungere fino ad un massimo di 5 punti senza darne motivazione scritta o fino a un massimo di 7 dandone motivazione scritta e può, con giudizio unanime, concedere al candidato la lode, qualora la votazione raggiunga 110/110.

Nell'assegnazione dei punteggi aggiuntivi, la Commissione può prendere in considerazione anche l'eventuale esperienza Erasmus del laureando/a e la tempistica nella quale il laureando/a si appresta a concludere il suo percorso di studio.

I parametri per la valutazione della Prova finale prendono in considerazione:

- *La conoscenza della bibliografia pertinente al tema della tesi;
- *La definizione chiara degli obiettivi che il lavoro intende raggiungere;
- *La conoscenza della metodologia di indagine applicata, in coerenza con gli obiettivi;
- *La fattibilità del progetto;
- *Gli effetti potenziali previsti nell'ambito del contesto a cui il progetto è rivolto, in termini culturali, sociali, territoriali.

Oltre alle linee guida della Macroarea, ai nostri studenti e alle nostre studentesse viene fornita una guida alla tesi di laurea, in inglese e in

italiano, nel sito del CdS:
<https://www-2023.tourismstrategy.lettere.uniroma2.it/laurearsi/>

Parte Tabellare

Attività caratterizzanti



Ambito Disciplinare	Settore	CFU		min da D.M. per l'ambito
		min	MAX	
Discipline economiche e gestionali	ECON-06/A Economia aziendale ECON-07/A Economia e gestione delle imprese	6	24	6
Discipline storiche, delle arti e dello spettacolo	ARCH-01/D Archeologia classica ARCH-01/E Archeologia cristiana, tardoantica e medievale ARTE-01/A Storia dell'arte medievale ARTE-01/B Storia dell'arte moderna ARTE-01/C Storia dell'arte contemporanea ARTE-01/D Museologia e critica artistica e del restauro HIST-02/A Storia moderna HIST-03/A Storia contemporanea	6	12	6

	STAN-01/B Storia romana STEC-01/B Storia economica			
Discipline giuridiche, sociali e antropologico-culturali	GIUR-01/A Diritto privato GIUR-05/A Diritto costituzionale e pubblico GIUR-06/A Diritto amministrativo e pubblico GIUR-09/A Diritto internazionale GSPS-05/A Sociologia generale GSPS-06/A Sociologia dei processi culturali e comunicativi GSPS-08/A Sociologia dei processi economici e del lavoro GSPS-08/B Sociologia dell'ambiente e del territorio SDEA-01/A Discipline demoetnoantropologiche STAT-03/B Statistica sociale	12	18	6
Discipline geografiche-territoriali	BIOS-05/A Ecologia GEOG-01/A Geografia GEOG-01/B Geografia economico-politica	12	18	6
Lingue straniere	ANGL-01/C Lingua, traduzione e linguistica inglese	12	12	6
Minimo di crediti riservati dall'ateneo minimo da D.M. 48:		-		

Attività affini



Ambito Disciplinare	CFU	
	min	MAX
Attività formative affini o integrative	12	12
Minimo di crediti riservati dall'ateneo:	-	

Totale Attività Affini

12 - 12

Descrizione sintetica delle attività affini o integrative



Nell'ottica di una maggiore diversificazione del percorso offerto agli studenti all'interno dei curricula previsti per il Corso di Studio, sono stati individuati e selezionati settori in grado di garantire ed accrescere l'apprendimento di competenze ulteriori rispetto al management, alla comunicazione e all'innovazione. Le attività formative affini o integrative comprendono, quindi, settori scientifico-disciplinari che intendono fornire conoscenze in campi di interesse ampi e diversificati. Pertanto, si è ritenuto necessario non soltanto implementare l'offerta per le lingue straniere, individuate per soddisfare quei mercati turistici di rilievo negli ultimi anni, ma anche ampliare l'offerta formativa con diversi insegnamenti che consentono l'approfondimento di tematiche legate alle discipline economiche, giuridiche, informatiche, sociologiche e geografiche per riservare una maggiore attenzione alle strutture economiche, culturali e sociali e agli elementi che inquadrano il Corso di Studio in un contesto molteplici. Si persegue, così, una maggiore integrazione e diversificazione di conoscenze e competenze funzionali a competere nel mercato internazionale e globale, oltre che ad operare in filiera sul territorio nazionale, ponendo l'attenzione a una realtà sempre più proiettata verso la digitalizzazione dell'offerta e la comunicabilità delle territorialità d'eccellenza.

Altre attività



Ambito Disciplinare		CFU	
		min	MAX
A scelta dello studente		12	12
Per la prova finale		18	18
Ulteriori attività formative (art. 10, comma 5, lettera d)	Ulteriori conoscenze linguistiche	-	-
	Abilità informatiche e telematiche	-	-
	Tirocini formativi e di orientamento	-	-
	Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro	-	-
Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. d		6	
Per stages e tirocini presso imprese, enti pubblici o privati, ordini professionali		6	6

Totale Altre Attività

42 - 42

Raggruppamento settori



Per modificare il raggruppamento dei settori

Riepilogo CFU



CFU totali per il conseguimento del titolo

120

Range CFU totali del corso	102 - 138
----------------------------	-----------

Massimo numero di crediti riconoscibili (D.M. n. 931/2024)	24
---	----

Eventuale articolazione curriculare inclusi eventuali orientamenti/indirizzi
(ex Eventuali Curriculum)

Curriculum: E-tourism, Heritage and Made in

 **Italy ▼**

Crediti ai settori



Codice Interno Ateneo:

Curriculum: Progettazione e Gestione del

 **Turismo ▼**

Crediti ai settori



Codice Interno Ateneo:

Offerta Didattica Programmata

Curriculum: E-tourism, Heritage and Made in Italy

Attività caratterizzanti	Settore	CFU
Discipline economiche e gestionali	ECON-06/A Economia aziendale	8
	BUSINESS PLAN AND MARKETING AND COMMUNICATION ELEMENTS FOR ITALIAN TOURISM MARKET (1 anno) - 12 CFU - annuale - obbl	2
		4

	REVENUE MANAGEMENT (NESSUNA CANALIZZAZIO NE) (1 anno) - 6 CFU - annuale	
	FUNDAMENTA LS OF BUSINESS ADMINISTRATI ON (NESSUNA CANALIZZAZIO NE) (2 anno) - 6 CFU - annuale - obbl	
	ECON-07/A Economia e gestione delle imprese	
	BUSINESS PLAN AND MARKETING AND COMMUNICATI ON ELEMENTS FOR ITALIAN TOURISM MARKET (1 anno) - 12 CFU - annuale - obbl	
	BUSINESS TOURISM STRATEGIES: DESTINATION MARKETING AND MICE (NESSUNA CANALIZZAZIO NE) (1 anno) - 6 CFU - annuale	
Discipline storiche, delle arti e dello spettacolo	ARCH-01/E Archeologia	8 6

	cristiana, tardoantica e medievale		1
			2
	<i>MEDIEVAL ARCHAEOLOG Y LM A (NESSUNA CANALIZZAZIO NE) (1 anno) - 6 CFU - annuale</i>		
	ARTE-01/B Storia dell'arte moderna		
	<i>ART HISTORY AND MUSEUM STUDIES (EARLY MODERN AND MODERN) (NESSUNA CANALIZZAZIO NE) (1 anno) - 6 CFU - annuale</i>		
	<i>ITALIAN RENAISSANCE ART (NESSUNA CANALIZZAZIO NE) (1 anno) - 6 CFU - annuale</i>		
	<i>ROMAN BAROQUE ART (NESSUNA CANALIZZAZIO NE) (2 anno) - 6 CFU - annuale</i>		
	STAN-01/B Storia romana		
	<i>THE ROMAN WORLD: HISTORY,</i>		

	<i>CULTURE AND MATERIAL REMAINS (NESSUNA CANALIZZAZIONE) (1 anno) - 6 CFU - annuale</i>	
	STEC-01/B Storia economica	
	<i>URBAN ECONOMIC HISTORY (NESSUNA CANALIZZAZIONE) (1 anno) - 6 CFU - annuale</i>	
Discipline giuridiche, sociali e antropologico-culturali	GIUR-09/A Diritto internazionale <i>INTERNATIONAL PROTECTION OF CULTURAL HERITAGE (NESSUNA CANALIZZAZIONE) (1 anno) - 6 CFU - annuale</i> GSPS-06/A Sociologia dei processi culturali e comunicativi <i>SOCIOLOGY OF COMMUNICATION (NESSUNA CANALIZZAZIONE) (1 anno) - 6 CFU - annuale</i>	3 0 - 1 8

GSPS-08/B Sociologia
dell'ambiente e del territorio

*WEB
MARKETING,
TOURISM
DEVELOPMEN
T AND MADE
IN ITALY
(NESSUNA
CANALIZZAZIO
NE) (1 anno) -
6 CFU -
annuale - obbl*

SDEA-01/A Discipline
demoetnoantropologiche

*ANTHROPOLO
GY OF
TOURISM LM A
(NESSUNA
CANALIZZAZIO
NE) (1 anno) -
6 CFU -
annuale*

*ANTHROPOLO
GY OF
TOURISM LM B
(NESSUNA
CANALIZZAZIO
NE) (1 anno) -
6 CFU -
annuale*

STAT-03/B Statistica sociale

*STATISTICS
FOR TOURISM
(NESSUNA
CANALIZZAZIO
NE) (1 anno) -
6 CFU -
annuale*

GEOG-01/A Geografia

*TERRITORIAL
MANAGEMENT
OF
SUSTAINABLE
TOURISM
(NESSUNA
CANALIZZAZIO
NE) (1 anno) -
6 CFU -
annuale*

*GIS MAPPING
AND DATA
VISUALIZATIO
N LM B
(NESSUNA
CANALIZZAZIO
NE) (2 anno) -
6 CFU -
annuale*

*GIS MAPPING
AND DATA
VISUALIZATIO
N LM A
(NESSUNA
CANALIZZAZIO
NE) (2 anno) -
6 CFU -
annuale*

GEOG-01/B Geografia
economico-politica

*NEW
SCENARIOS
AND TOURISM
STRATEGIES IN
MIDDLE EAST:
FROM OIL
ECONOMY TO
TOURISM
DIVERSIFICATI
ON (NESSUNA
CANALIZZAZIO
NE) (1 anno) -*

	6 CFU - annuale	
	TOURISM AND MADE IN ITALY (NESSUNA CANALIZZAZIO NE) (1 anno) - 6 CFU - annuale	
	CULTURAL HERITAGE ECONOMICS AND TECHNOLOGY FOR SUSTAINABLE TOURISTIC TERRITORIAL PLANNING (NESSUNA CANALIZZAZIO NE) (2 anno) - 6 CFU - annuale - obbl	
	NICHE TOURISM TREND AND DEVELOPMEN T (NESSUNA CANALIZZAZIO NE) (2 anno) - 6 CFU - annuale	
Lingue straniere	ANGL-01/C Lingua, traduzione e linguistica inglese ENGLISH FOR TOURISM (NESSUNA CANALIZZAZIO NE) (1 anno) - 12 CFU - annuale - obbl	1 2 - 1 2

Minimo di crediti riservati dall'ateneo: - (minimo da D.M. 48)	
Totale attività caratterizzanti	6 8 - 8 4

Attività affini	Settore	CFU
Attività formative affini o integrative	ASIA-01/F Lingue e letterature della Cina e dell'Asia sud-orientale	8
	CHINESE LANGUAGE (NESSUNA CANALIZZAZIONE) (1 anno) - 6 CFU - annuale	2 - 1 2
	ECON-08/A Organizzazione aziendale	m
	ORGANISATIONAL PSYCHOLOGY LM A (NESSUNA CANALIZZAZIONE) (1 anno) - 6 CFU - annuale	i n 1 2
	GEOG-01/A Geografia	

*TERRITORIAL
MANAGEMENT
OF
SUSTAINABLE
TOURISM
(NESSUNA
CANALIZZAZIO
NE) (1 anno) -
6 CFU -
annuale*

*GIS MAPPING
AND DATA
VISUALIZATIO
N LM B
(NESSUNA
CANALIZZAZIO
NE) (2 anno) -
6 CFU -
annuale*

*GIS MAPPING
AND DATA
VISUALIZATIO
N LM A
(NESSUNA
CANALIZZAZIO
NE) (2 anno) -
6 CFU -
annuale*

GIUR-04/A Diritto del lavoro

*LABOUR LAW
IN TOURISM
(NESSUNA
CANALIZZAZIO
NE) (1 anno) -
6 CFU -
annuale*

**GIUR-11/A Diritto privato
comparato**

*INTELLECTUAL
PROPERTY
FOR CULTURAL
HERITAGE &*

MADE IN ITALY (NESSUNA CANALIZZAZIO NE) (1 anno) - 6 CFU - annuale	
---	--

IINF-05/A Sistemi di elaborazione delle informazioni	
--	--

DIGITAL TOURISM (NESSUNA CANALIZZAZIO NE) (2 anno) - 6 CFU - annuale - obbl	
---	--

PAED-02/B Pedagogia sperimentale	
-------------------------------------	--

EXPERIMENTA LISM, STORYTELLING , MUSEUM B (NESSUNA CANALIZZAZIO NE) (1 anno) - 6 CFU - annuale	
--	--

EXPERIMENTA LISM, STORYTELLING , MUSEUM A (NESSUNA CANALIZZAZIO NE) (1 anno) - 6 CFU - annuale	
--	--

PEMM-01/D Etnomusicologia	
---------------------------	--

MUSIC AND CULTURAL IDENTITY	
-----------------------------------	--

	(NESSUNA CANALIZZAZIO NE) (2 anno) - 6 CFU - annuale	
	SDEA-01/A Discipline demoetnoantropologiche ANTHROPOLO GY OF TOURISM LM B (NESSUNA CANALIZZAZIO NE) (1 anno) - 6 CFU - annuale	
	SLAV-01/A Slavistica RUSSIAN LANGUAGE (NESSUNA CANALIZZAZIO NE) (2 anno) - 6 CFU - annuale	
	STAA-01/J Storia dei paesi islamici HISTORY AND CULTURE OF ISLAMIC SOCIETIES (NESSUNA CANALIZZAZIO NE) (1 anno) - 6 CFU - annuale	
Totale attività Affini		1 2 - 1 2

Altre attività		CEU CFU Rad
A scelta dello studente		1 2 - 1 2
Per la prova finale		1 8 - 1 8
Ulteriori attività formative (art. 10, comma 5, lettera d)	Ulteriori conoscenze linguistiche	- -
	Abilità informatiche e telematiche	- -
	Tirocini formativi e di orientamento	- -
	Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro	- -
Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. d		6
Per stages e tirocini presso imprese, enti pubblici o privati, ordini professionali		6 - 6
Totale Altre Attività		4 2 - 4 2

CFU totali per il conseguimento del titolo	120	
CFU totali inseriti nel curriculum: <i>E-tourism, Heritage and Made in Italy</i>	120	102 - 138

Curriculum: Progettazione e Gestione del Turismo

Attività caratterizzanti	Settore	CFU
Discipline economiche e gestionali	ECON-07/A Economia e gestione delle imprese	8
	ECONOMIA E GESTIONE DELLE ATTIVITA' CULTURALI E TURISTICHE (1 anno) - 6 CFU - annuale	4
	MANAGEMENT DEGLI EVENTI. BANDI PROGETTI E RETI LM (NESSUNA CANALIZZAZIONE) (2 anno) - 6 CFU - annuale - obbl	2
	ECONOMIA E GESTIONE DELLE ATTIVITA' CULTURALI E TURISTICHE (2 anno) - 6 CFU - annuale	4

	MANAGEMENT DEGLI EVENTI. BANDI PROGETTI E RETI LM B (NESSUNA CANALIZZAZIO NE) (2 anno) - 6 CFU - annuale	
Discipline storiche, delle arti e dello spettacolo	ARCH-01/D Archeologia classica STORIA DELL'ARCHEOL OGIA LM (1 anno) - 6 CFU - annuale ARCHEOLOGIA ROMANA: PERCORSI LM (1 anno) - 6 CFU - annuale ARCHEOLOGIA E STORIA DELL'ARTE ROMANA A LM (NESSUNA CANALIZZAZIO NE) (1 anno) - 6 CFU - annuale ARCHEOLOGIA GRECA: PERCORSI LM (1 anno) - 6 CFU - annuale STORIA DELL'ARCHEOL OGIA LM (2 anno) - 6 CFU - annuale ARCHEOLOGIA	6 2 6 2

ROMANA:
PERCORSI LM
(2 anno) - 6
CFU - annuale

ARCHEOLOGIA
GRECA:
PERCORSI LM
(2 anno) - 6
CFU - annuale

ARTE-01/A Storia dell'arte
medievale

STORIA
DELL'ARTE
MEDIEVALE
LM (1 anno) - 6
CFU - annuale

STORIA
DELL'ARTE
MEDIEVALE
LM B
(NESSUNA
CANALIZZAZIO
NE) (1 anno) -
6 CFU -
annuale

STORIA
DELL'ARTE
MEDIEVALE
LM (2 anno) - 6
CFU - annuale

ARTE-01/B Storia dell'arte
moderna

STORIA
DELL'ARTE
MODERNA LM
(1 anno) - 6
CFU - annuale

ARTE-01/C Storia dell'arte
contemporanea

*STORIA
DELL'ARTE
CONTEMPORANEA LM (1
anno) - 6 CFU -
annuale*

*STORIA
DELL'ARTE
CONTEMPORANEA LM (1
anno) - 12 CFU
- annuale*

*STORIA
DELL'ARTE
CONTEMPORANEA LM (2
anno) - 6 CFU -
annuale*

*STORIA
DELL'ARTE
CONTEMPORANEA LM (2
anno) - 12 CFU
- annuale*

ARTE-01/D Museologia e
critica artistica e del restauro

*FILOLOGIA E
STORIA DELLA
FRUIZIONE
ARTISTICA LM
A (NESSUNA
CANALIZZAZIO
NE) (2 anno) -
6 CFU -
annuale*

HIST-02/A Storia moderna

*STORIA
MODERNA LM
(CORSO
AVANZATO) (2*

	anno) - 12 CFU - annuale	
	STORIA MODERNA LM A (CORSO AVANZATO) (NESSUNA CANALIZZAZIO NE) (2 anno) - 6 CFU - annuale	
	FONTI E METODI PER LA STORIA MODERNA LM A (NESSUNA CANALIZZAZIO NE) (2 anno) - 6 CFU - annuale	
	STAN-01/B Storia romana	
	STORIA ROMANA LM (1 anno) - 6 CFU - annuale	
	STORIA ROMANA LM (2 anno) - 6 CFU - annuale	
	STEC-01/B Storia economica	
	STORIA ECONOMICA DELL'EUROPA CONTEMPORA NEA (CORSO JEAN MONNET) LM (1 anno) - 6 CFU - annuale	
	STORIA ECONOMICA	

	<i>DELL'EUROPA CONTEMPORANEA (CORSO JEAN MONNET) LM (2 anno) - 6 CFU - annuale</i>	
Discipline giuridiche, sociali e antropologico-culturali	GIUR-01/A Diritto privato	
	<i>LINEAMENTI DI DIRITTO PRIVATO LM (1 anno) - 6 CFU - annuale</i>	
	<i>DIRITTO PRIVATO DEL TURISMO LM (1 anno) - 6 CFU - annuale</i>	
	GIUR-05/A Diritto costituzionale e pubblico	
	<i>DIRITTO PUBBLICO DEL TURISMO LM (NESSUNA CANALIZZAZIO NE) (1 anno) - 6 CFU - annuale</i>	
	GSPS-06/A Sociologia dei processi culturali e comunicativi	
	<i>TEORIA E TECNICA DELLE COMUNICAZIO NI DI MASSA LM A (NESSUNA CANALIZZAZIO</i>	

*NE) (1 anno) -
6 CFU -
annuale*

GSPS-08/B Sociologia
dell'ambiente e del territorio

*SOCIOLOGIA
DEL TURISMO
E DELLO
SVILUPPO
LOCALE LM (1
anno) - 6 CFU -
annuale - obbl*

SDEA-01/A Discipline
demoetnoantropologiche

*TURISMO
ENOGASTRON
OMICO LM A
(NESSUNA
CANALIZZAZIO
NE) (1 anno) -
6 CFU -
annuale*

STAT-03/B Statistica sociale

*FONTI,STRUM
ENTI E METODI
PER L'ANALISI
DEI FLUSSI
TURISTICI LM
(1 anno) - 6
CFU - annuale*

*STATISTICA
PER LA
VALUTAZIONE
DEI SERVIZI
TURISTICI LM
(2 anno) - 6
CFU - annuale
- obbl*

FONTI,STRUM

	ENTI E METODI PER L'ANALISI DEI FLUSSI TURISTICI LM (2 anno) - 6 CFU - annuale	
Discipline geografiche-territoriali	BIOS-05/A Ecologia APPLIED ECOLOGY TO NATURE CONSERVATIO N AND TOURISM LM A (NESSUNA CANALIZZAZIO NE) (1 anno) - 6 CFU - annuale GEOG-01/A Geografia GEOGRAFIA PER LA PIANIFICAZION E DEL TURISMO LM (1 anno) - 12 CFU - annuale - obbl GIS MAPPING AND DATA VISUALIZATIO N LM A (NESSUNA CANALIZZAZIO NE) (2 anno) - 6 CFU - annuale GIS MAPPING AND DATA VISUALIZATIO N LM B (NESSUNA	3 8 - 1 8

	CANALIZZAZIONE) (2 anno) - 6 CFU - annuale	
	GEOG-01/B Geografia economico-politica	
	TURISMO E SOSTENIBILITA' (NESSUNA CANALIZZAZIONE) (1 anno) - 6 CFU - annuale	
Lingue straniere	ANGL-01/C Lingua, traduzione e linguistica inglese LINGUA INGLESE 1 LM (1 anno) - 12 CFU - annuale - obbl LINGUA INGLESE (LIVELLO B2) (NESSUNA CANALIZZAZIONE) (2 anno) - 6 CFU - annuale	1 8 - 1 2
Minimo di crediti riservati dall'ateneo: - (minimo da D.M. 48)		
Totale attività caratterizzanti		6 8 - 8 4

Attività affini	Settore	CFU Def
Attività formative affini o integrative	ECON-06/A Economia aziendale	1
	<i>BUSINESS PLAN LM (1 anno) - 6 CFU - annuale</i>	2
	<i>ECONOMIA AZIENDALE LM A (NESSUNA CANALIZZAZIONE) (1 anno) - 6 CFU - annuale</i>	0
	<i>BUSINESS PLAN LM (2 anno) - 6 CFU - annuale</i>	1
		2
		m
		i
		n
		1
		2
	ECON-07/A Economia e gestione delle imprese	
	<i>MANAGEMENT DEGLI EVENTI. BANDI PROGETTI E RETI LM (NESSUNA CANALIZZAZIONE) (2 anno) - 6 CFU - annuale - obbl</i>	
	<i>ECONOMIA E GESTIONE DELLE ATTIVITA' CULTURALI E TURISTICHE (2</i>	

<i>anno) - 6 CFU - annuale</i>	
<i>MANAGEMENT DEGLI EVENTI. BANDI PROGETTI E RETI LM B (NESSUNA CANALIZZAZIO NE) (2 anno) - 6 CFU - annuale</i>	

GEOG-01/A Geografia

<i>GEOGRAFIA PER LA PIANIFICAZION E DEL TURISMO LM (1 anno) - 12 CFU - annuale - obbl</i>	
<i>GIS MAPPING AND DATA VISUALIZATIO N LM A (NESSUNA CANALIZZAZIO NE) (2 anno) - 6 CFU - annuale</i>	
<i>GIS MAPPING AND DATA VISUALIZATIO N LM B (NESSUNA CANALIZZAZIO NE) (2 anno) - 6 CFU - annuale</i>	

GIUR-02/B Diritto della navigazione e dei trasporti

<i>DIRITTO DELLA NAVIGAZIONE, TRASPORTI E TURISMO LM A (NESSUNA CANALIZZAZIO NE) (1 anno) - 6 CFU - annuale</i>	
--	--

GIUR-04/A Diritto del lavoro	
------------------------------	--

<i>DIRITTO INTERNAZION ALE E COMPARATO DEL LAVORO LM (NESSUNA CANALIZZAZIO NE) (2 anno) - 6 CFU - annuale</i>	
--	--

IINF-05/A Sistemi di elaborazione delle informazioni	
--	--

<i>TURISMO DIGITALE LM A (NESSUNA CANALIZZAZIO NE) (1 anno) - 6 CFU - annuale</i>	
--	--

<i>ANALISI DEI DATI E SISTEMI DIGITALI PER IL TURISMO (1 anno) - 6 CFU - annuale</i>	
---	--

ITAL-01/A Letteratura italiana	
--------------------------------	--

<i>LETTERATURA DI VIAGGIO E DELLE</i>	
--	--

<i>MIGRAZIONI LM (NESSUNA CANALIZZAZIO NE) (2 anno) - 6 CFU - annuale</i>	
---	--

PEMM-01/D Etnomusicologia	
---------------------------	--

<i>CULTURE MUSICALI EXTRAEUROPE E LM A (NESSUNA CANALIZZAZIO NE) (1 anno) - 6 CFU - annuale</i>	
---	--

STAA-01/L Lingua e letteratura araba	
---	--

<i>LINGUA E LETTERATURA ARABA 1 A (NESSUNA CANALIZZAZIO NE) (2 anno) - 6 CFU - annuale</i>	
--	--

STAT-03/B Statistica sociale	
------------------------------	--

<i>FONTI,STRUM ENTI E METODI PER L'ANALISI DEI FLUSSI TURISTICI LM (1 anno) - 6 CFU - annuale</i>	
---	--

<i>STATISTICA PER LA VALUTAZIONE DEI SERVIZI TURISTICI LM (2 anno) - 6</i>	
--	--

	<i>CFU - annuale</i> <i>- obbl</i>	
	<i>FONTI,STRUMENTI E METODI PER L'ANALISI DEI FLUSSI TURISTICI LM</i> <i>(2 anno) - 6</i> <i>CFU - annuale</i>	
Totale attività Affini		1 2 - 1 2

Altre attività		CEU Rad
A scelta dello studente		1 2 - 1 2
Per la prova finale		1 8 - 1 8
Ulteriori attività formative (art. 10, comma 5, lettera d)	Ulteriori conoscenze linguistiche	- -
	Abilità informatiche e telematiche	- -
	Tirocini formativi e di orientamento	- -
	Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del	- -

	lavoro	
Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. d		6
Per stages e tirocini presso imprese, enti pubblici o privati, ordini professionali		6 - 6
Totale Altre Attività		4 2 - 4 2

CFU totali per il conseguimento del titolo	120	
CFU totali inseriti nel curriculum: <i>Progettazione e Gestione del Turismo</i>	120	102 - 138

Regolamento Didattico del CdS

Pdf inserito: 

Indicazione dei piani di studio offerti agli studenti

Pdf inserito: 

Matrice di Tuning

Discipline storiche, delle arti e dello spettacolo

Conoscenza e comprensione

Il laureato magistrale del CdS Tourism "Strategy, Cultural Heritage and Made in Italy" si forma come figura professionale dotata di competenze specialistiche e capacità interpretative avanzate, idonee a interagire con un pubblico internazionale e con i diversi attori del sistema turistico-culturale. L'area delle discipline storiche, delle arti e dello spettacolo contribuisce in modo determinante alla costruzione di tale profilo, assicurando l'acquisizione di conoscenze approfondite relative ai contenuti identitari del patrimonio storico-artistico e alla loro proiezione nei mercati globali.

Gli ambiti di conoscenza riguardano, in particolare, l'elaborazione di strategie aggiornate per il posizionamento del patrimonio culturale nei diversi contesti internazionali; l'individuazione di percorsi di valorizzazione integrata; le tecniche di promozione, comunicazione e management delle risorse territoriali; nonché le metodologie più idonee per l'interpretazione, la narrazione e la gestione dei contenuti di maggiore competitività del patrimonio italiano.

Le metodologie e gli strumenti adottati per il conseguimento delle conoscenze si articolano in relazione ai diversi ambiti disciplinari e insegnamenti, integrando saperi di matrice umanistica con contributi economico-gestionali e tecnico-scientifici, secondo un approccio interdisciplinare coerente con la natura trasversale del fenomeno turistico. Le attività formative, in linea con gli obiettivi qualificanti della Classe LM-49, si collocano all'interno di ambiti coordinati di insegnamenti caratterizzanti e affini, finalizzati a garantire una preparazione sistemica e integrata.

Nell'area specifica delle discipline storiche, delle arti e dello spettacolo, i risultati di apprendimento attesi riguardano la comprensione critica dei patrimoni storici e artistici, considerati nella loro dimensione culturale, economica e territoriale. Il laureato magistrale acquisisce un sistema avanzato di conoscenze e competenze inerenti:

- alla capacità di operare all'interno di sistemi turistici territoriali caratterizzati da un'offerta integrata di beni culturali e ambientali o dalla presenza diffusa di imprese turistiche;
- alla programmazione e pianificazione di progetti di intervento culturale;
- alla promozione e comunicazione di prodotti turistico-culturali, anche mediante l'impiego di tecnologie digitali e multimediali.

Strumenti metodologici e capacità di analisi sono ulteriormente sviluppati attraverso il confronto con istituzioni culturali - in particolare museali - che consentono agli studenti di acquisire elementi utili alla valutazione della fattibilità di iniziative espositive, anche in ambito performativo e musicale. La verifica delle conoscenze e della capacità di comprensione tiene conto della competenza nel contestualizzare risorse e prodotti culturali oggetto di studio, nonché della capacità di interpretarne il valore nel quadro di casi concreti analizzati durante il percorso formativo.

L'accertamento dell'effettivo apprendimento avviene mediante esami scritti e/o orali, elaborazione di progetti, discussione di casi studio e redazione di relazioni relative alle attività di tirocinio.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Nel quadro degli obiettivi formativi specifici del Corso di Studio, orientati a una integrazione strutturale tra didattica teorica e attività operative - anche attraverso tirocini curriculari - al laureato magistrale è richiesta la capacità di tradurre in modo consapevole e autonomo le conoscenze acquisite nel percorso universitario in competenze professionali spendibili nei diversi ambiti del mercato turistico e culturale. Tale capacità si sostanzia nell'attitudine a operare in contesti complessi, interpretando la domanda turistica e progettando risposte coerenti, innovative e sostenibili.

Con particolare riferimento all'area delle discipline storiche, delle arti e dello spettacolo, i risultati di apprendimento attesi riguardano lo sviluppo di competenze applicative fondate su solide capacità di analisi interpretativa dei patrimoni culturali e sulla maturazione di una autonoma attitudine progettuale in ordine alla loro gestione e valorizzazione. L'attività didattica è pertanto orientata non solo alla comprensione critica dei contenuti storico-artistici, ma anche alla loro traduzione in strategie operative.

Attraverso esercitazioni, studio e discussione di casi aziendali, testimonianze di operatori del settore, periodi di stage e preparazione della prova finale, il laureato magistrale acquisisce la capacità di:

- analizzare e interpretare i diversi contesti turistici, individuandone i valori identitari e le potenzialità ambientali, storiche e culturali;
- progettare interventi di valorizzazione del patrimonio culturale coerenti con le specificità territoriali e con le dinamiche della domanda nazionale e internazionale;
- ideare e gestire iniziative ed azioni relative all'offerta turistica, sia incoming sia outgoing, con particolare attenzione a eventi e prodotti tematici d'area, curandone altresì gli aspetti di promozione e comunicazione.

Al fine di consolidare tali competenze, le metodologie didattiche comprendono attività di ricerca e indagine finalizzate alla contestualizzazione storica e territoriale dei patrimoni oggetto di studio, mediante l'utilizzo di dati, fonti bibliografiche e documentarie, nonché attraverso visite didattiche e sopralluoghi presso siti di interesse culturale.

La valutazione delle capacità applicative si concentra sulla qualità progettuale delle proposte elaborate dagli studenti - quali progetti di allestimento, format espositivi, percorsi tematici o iniziative culturali - e sulla loro adeguata differenziazione in relazione ai diversi destinatari (pubblici e privati, esperti e non esperti, istituzioni scolastiche di primo e secondo grado).

L'accertamento dell'effettivo raggiungimento delle competenze avviene mediante esami scritti e/o orali, valutazione di elaborati progettuali, relazioni di tirocinio, discussione di casi studio e svolgimento di attività applicative assegnate nel corso degli insegnamenti.

Le conoscenze e capacità sono conseguite e verificate nelle

seguenti attività formative:

Anno di corso 1 - ARCHEOLOGIA E STORIA DELL'ARTE ROMANA A LM (cfu 6 - AB9 - 272626093) [url](#)

Anno di corso 1 - ARCHEOLOGIA GRECA: PERCORSI LM (cfu 6 - AB9 - 272626097) [url](#)

Anno di corso 1 - ARCHEOLOGIA GRECA: PERCORSI LM A (cfu 6 - AB9 - 272626098) (modulo di ARCHEOLOGIA GRECA: PERCORSI LM) [url](#)

Anno di corso 1 - ARCHEOLOGIA ROMANA: PERCORSI LM (cfu 6 - AB9 - 272626047) [url](#)

Anno di corso 1 - ARCHEOLOGIA ROMANA: PERCORSI LM A (cfu 6 - AB9 - 272626048) (modulo di ARCHEOLOGIA ROMANA: PERCORSI LM) [url](#)

Anno di corso 1 - ART HISTORY AND MUSEUM STUDIES (EARLY MODERN AND MODERN) (cfu 6 - AB9 - 272626073) [url](#)

Anno di corso 1 - CULTURE MUSICALI EXTRAEUROPEE LM A (cfu 6 - AB9 - 272630414) [url](#)

Anno di corso 1 - EXPERIMENTALISM, STORYTELLING, MUSEUM A (cfu 6 - AB9 - 272630405) [url](#)

Anno di corso 1 - EXPERIMENTALISM, STORYTELLING, MUSEUM B (cfu 6 - AB9 - 272630401) [url](#)

Anno di corso 1 - HISTORY AND CULTURE OF ISLAMIC SOCIETIES (cfu 6 - AB9 - 272626069) [url](#)

Anno di corso 1 - INTERNATIONAL PROTECTION OF CULTURAL HERITAGE (cfu 6 - AB9 - 272626059) [url](#)

Anno di corso 1 - MEDIEVAL ARCHAEOLOGY LM A (cfu 6 - AB9 - 272626072) [url](#)

Anno di corso 1 - STORIA DELL'ARCHEOLOGIA LM (cfu 6 - AB9 - 272626045) [url](#)

Anno di corso 1 - STORIA DELL'ARCHEOLOGIA LM A (cfu 6 - AB9 - 272626046) (modulo di STORIA DELL'ARCHEOLOGIA LM) [url](#)

Anno di corso 1 - STORIA DELL'ARTE CONTEMPORANEA LM (cfu 12 - AB9 - 272626094) [url](#)

Anno di corso 1 - STORIA DELL'ARTE CONTEMPORANEA LM (cfu 6 - AB9 - 272626041) [url](#)

Anno di corso 1 - STORIA DELL'ARTE CONTEMPORANEA LM A (cfu 6 - AB9 - 272626042) (modulo di STORIA DELL'ARTE CONTEMPORANEA LM) [url](#)

Anno di corso 1 - STORIA DELL'ARTE CONTEMPORANEA LM A (cfu 6 - AB9 - 272626095) (modulo di STORIA DELL'ARTE CONTEMPORANEA LM) [url](#)

Anno di corso 1 - STORIA DELL'ARTE CONTEMPORANEA LM B (cfu 6 - AB9 - 272626096) (modulo di STORIA DELL'ARTE CONTEMPORANEA LM) [url](#)

Anno di corso 1 - STORIA DELL'ARTE MEDIEVALE LM (cfu 6 - AB9 - 272626036) [url](#)

Anno di corso 1 - STORIA DELL'ARTE MEDIEVALE LM A (cfu 6 - AB9 - 272626037) (modulo di STORIA DELL'ARTE MEDIEVALE LM) [url](#)

Anno di corso 1 - STORIA DELL'ARTE MEDIEVALE LM B (cfu 6 - AB9 - 272626038) [url](#)

Anno di corso 1 - STORIA DELL'ARTE MODERNA LM (cfu 6 - AB9 - 272626039) [url](#)

Anno di corso 1 - STORIA DELL'ARTE MODERNA LM A (cfu 6 - AB9 - 272626040) (modulo di STORIA DELL'ARTE MODERNA LM) [url](#)

Anno di corso 1 - STORIA ECONOMICA DELL'EUROPA CONTEMPORANEA (CORSO JEAN MONNET) LM (cfu 6 - AB9 - 272626043) [url](#)

Anno di corso 1 - STORIA ECONOMICA DELL'EUROPA CONTEMPORANEA LM A (cfu 6 - AB9 - 272626044) (modulo di STORIA ECONOMICA DELL'EUROPA CONTEMPORANEA (CORSO JEAN MONNET) LM) [url](#)

Anno di corso 1 - STORIA ROMANA LM (cfu 6 - AB9 - 272626034) [url](#)

Anno di corso 1 - STORIA ROMANA LM A (cfu 6 - AB9 - 272626035) (modulo di STORIA ROMANA LM) [url](#)

Anno di corso 2 - ALTRE ATTIVITA' (TIROCINIO, STAGE, LABORATORIO, SEMINARIO) (cfu 6 - AB9 - 272708323) [url](#)

Anno di corso 2 - ARCHEOLOGIA GRECA: PERCORSI LM (cfu 6 - AB9 - 272716513) [url](#)

Anno di corso 2 - ARCHEOLOGIA ROMANA: PERCORSI LM (cfu 6 - AB9 - 272716480) [url](#)

Anno di corso 2 - CULTURAL HERITAGE ECONOMICS AND TECHNOLOGY FOR SUSTAINABLE TOURISTIC TERRITORIAL PLANNING (cfu 6 - AB9 - 272716499) [url](#)

Anno di corso 2 - FILOLOGIA E STORIA DELLA FRUIZIONE ARTISTICA LM A (cfu 6 - AB9 - 272716486) [url](#)

Anno di corso 2 - LETTERATURA DI VIAGGIO E DELLE MIGRAZIONI LM (cfu 6 - AB9 - 272716489) [url](#)

Anno di corso 2 - MUSIC AND CULTURAL IDENTITY (cfu 6 - AB9 - 272716505) [url](#)

Anno di corso 2 - ROMAN BAROQUE ART (cfu 6 - AB9 - 272716504) [url](#)

Anno di corso 2 - STAGE (cfu 6 - AB9 - 272708275) [url](#)

Anno di corso 2 - STAGE (cfu 6 - AB9 - 272708281) [url](#)

Anno di corso 2 - STORIA DELL'ARCHEOLOGIA LM (cfu 6 - AB9 - 272716479) [url](#)

Anno di corso 2 - STORIA DELL'ARTE CONTEMPORANEA LM (cfu 12 - AB9 - 272716512) [url](#)

Anno di corso 2 - STORIA DELL'ARTE CONTEMPORANEA LM (cfu 6 - AB9 - 272716477) [url](#)

Anno di corso 2 - STORIA DELL'ARTE MEDIEVALE LM (cfu 6 - AB9 - 272716475) [url](#)

Anno di corso 2 - STORIA ECONOMICA DELL'EUROPA CONTEMPORANEA (CORSO JEAN MONNET) LM (cfu 6 - AB9 - 272716478) [url](#)

Anno di corso 2 - STORIA MODERNA LM (CORSO AVANZATO) (cfu 12 - AB9 - 272716482) [url](#)

Anno di corso 2 - STORIA MODERNA LM A (CORSO AVANZATO) (cfu 6 - AB9 - 272716483) (modulo di STORIA MODERNA LM (CORSO AVANZATO)) [url](#)

Anno di corso 2 - STORIA MODERNA LM A (CORSO AVANZATO) (cfu 6 - AB9 - 272716485) [url](#)

Anno di corso 2 - STORIA MODERNA LM B (CORSO AVANZATO) (cfu 6 - AB9 - 272716484) (modulo di STORIA MODERNA LM (CORSO

Discipline economiche e gestionali

Conoscenza e comprensione

L'area delle discipline economiche e gestionali è finalizzata all'acquisizione di conoscenze avanzate relative ai fondamenti dell'economia e della gestione delle imprese turistiche, con particolare attenzione alle dinamiche organizzative, strategiche e finanziarie che caratterizzano il settore, nonché ai modelli di governance e valorizzazione dei beni culturali in una prospettiva integrata con lo sviluppo territoriale.

Gli insegnamenti afferenti ai settori scientifico-disciplinari caratterizzanti forniscono strumenti teorici e metodologici per comprendere il funzionamento dell'impresa turistica, l'analisi dei mercati di riferimento, la pianificazione strategica e la sostenibilità economica dei progetti culturali e turistici. Specifico rilievo è attribuito allo studio delle normative e dei modelli gestionali applicabili al settore dei beni culturali e degli eventi, nonché ai processi di innovazione e digitalizzazione.

Le metodologie didattiche adottate comprendono lezioni frontali, analisi di casi studio, esercitazioni su business plan, attività di benchmarking tra modelli imprenditoriali di successo e insuccesso, nonché simulazioni di indagini di mercato funzionali allo sviluppo di progetti imprenditoriali. Attraverso tali attività, il laureato magistrale acquisisce un sistema avanzato di conoscenze e competenze inerenti:

- ai modelli di gestione delle imprese turistiche, con particolare riferimento all'integrazione tra strutture ricettive, servizi culturali e risorse ambientali;
- alle strategie di commercializzazione, distribuzione e gestione dei prodotti turistici, anche mediante l'impiego di tecnologie digitali e strumenti multimediali;
- ai processi di internazionalizzazione e globalizzazione delle attività turistiche e degli eventi culturali;
- all'analisi degli scenari di mercato e delle dinamiche competitive del settore.

L'accertamento delle conoscenze e della capacità di comprensione avviene mediante esami scritti e/o orali, elaborazione di progetti, analisi di scenari di mercato e redazione di elaborati collegati alla prova finale, con particolare attenzione alla capacità di interpretare dati e contesti economici complessi.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

L'area economico-gestionale mira allo sviluppo di competenze applicative volte a tradurre i contenuti teorici in capacità operative nell'ambito della gestione e dell'innovazione dell'impresa turistica. Tale obiettivo è perseguito anche attraverso attività di collaborazione con il mondo imprenditoriale e con i soggetti rappresentativi delle Parti sociali coinvolti nella progettazione e nel monitoraggio del Corso di Studio.

Gli studenti sono chiamati a misurarsi con situazioni operative concrete, mediante la realizzazione di project work, l'elaborazione di business plan, la simulazione della partecipazione a bandi e gare pubbliche, l'organizzazione di eventi e l'analisi diretta di realtà aziendali attraverso inchieste e interviste a operatori del settore.

Attraverso esercitazioni, discussione di casi aziendali, testimonianze di professionisti, periodi di stage e attività connesse alla prova finale, il laureato magistrale sviluppa la capacità di:

- analizzare e intervenire su mercati turistici caratterizzati da pluralità culturali e differenziazioni linguistiche;
- progettare e gestire prodotti e servizi turistici, curandone gli aspetti di promozione, vendita e distribuzione;
- utilizzare in modo avanzato strumenti di Information and Communication Technology (ICT), con particolare riferimento ai sistemi informativi per il turismo, al web marketing, alla gestione di dati multimediali e ai servizi collaborativi per la produzione e condivisione di contenuti e conoscenze.

La valutazione delle competenze applicative tiene conto della qualità progettuale delle proposte elaborate, della capacità di analisi dei dati economici e di mercato, nonché dell'efficacia delle soluzioni prospettate. L'accertamento dell'effettivo apprendimento avviene tramite esami scritti e/o orali, valutazione di project work, relazioni di tirocinio, discussione di casi aziendali e presentazione dei progetti sviluppati nel percorso formativo, anche in sede di discussione della prova finale.

Le conoscenze e capacità sono conseguite e verificate nelle seguenti attività formative:

Anno di corso 1 - BUSINESS PLAN (cfu 6 - AB9 - 272626053) (modulo di BUSINESS PLAN AND MARKETING AND COMMUNICATION ELEMENTS FOR ITALIAN TOURISM MARKET) [url](#)

Anno di corso 1 - BUSINESS PLAN AND MARKETING AND COMMUNICATION ELEMENTS FOR ITALIAN TOURISM MARKET (cfu 12 - AB9 - 272626051) [url](#)

Anno di corso 1 - BUSINESS PLAN LM (cfu 6 - AB9 - 272626086) [url](#)

Anno di corso 1 - BUSINESS PLAN LM A (cfu 6 - AB9 - 272626087) (modulo di BUSINESS PLAN LM) [url](#)

Anno di corso 1 - BUSINESS TOURISM STRATEGIES: DESTINATION MARKETING AND MICE (cfu 6 - AB9 - 272626075) [url](#)

Anno di corso 1 - ECONOMIA AZIENDALE LM A (cfu 6 - AB9 - 272626088) [url](#)

Anno di corso 1 - ECONOMIA E GESTIONE DELLE ATTIVITA' CULTURALI E TURISTICHE (cfu 6 - AB9 - 272626091) [url](#)

Anno di corso 1 - ECONOMIA E GESTIONE DELLE ATTIVITÀ CULTURALI E TURISTICHE A (cfu 6 - AB9 - 272626092) (modulo di ECONOMIA E GESTIONE DELLE ATTIVITA' CULTURALI E TURISTICHE) [url](#)

Anno di corso 1 - MARKETING AND COMMUNICATION ELEMENTS FOR ITALIAN TOURISM MARKET (cfu 6 - AB9 - 272626052) (modulo di BUSINESS PLAN AND MARKETING AND COMMUNICATION ELEMENTS FOR ITALIAN TOURISM MARKET) [url](#)

Anno di corso 1 - REVENUE MANAGEMENT (cfu 6 - AB9 - 272626074)

[url](#)

Anno di corso 1 - WEB MARKETING, TOURISM DEVELOPMENT AND MADE IN ITALY (cfu 6 - AB9 - 272626050) [url](#)

Anno di corso 2 - ALTRE ATTIVITA' (TIROCINIO, STAGE, LABORATORIO, SEMINARIO) (cfu 6 - AB9 - 272708323) [url](#)

Anno di corso 2 - BUSINESS PLAN LM (cfu 6 - AB9 - 272716514) [url](#)

Anno di corso 2 - CULTURAL HERITAGE ECONOMICS AND TECHNOLOGY FOR SUSTAINABLE TOURISTIC TERRITORIAL PLANNING (cfu 6 - AB9 - 272716499) [url](#)

Anno di corso 2 - ECONOMIA E GESTIONE DELLE ATTIVITA' CULTURALI E TURISTICHE (cfu 6 - AB9 - 272716518) [url](#)

Anno di corso 2 - EXTRA ACTIVITIES (cfu 6 - AB9 - 272708274) [url](#)

Anno di corso 2 - FUNDAMENTALS OF BUSINESS ADMINISTRATION (cfu 6 - AB9 - 272716498) [url](#)

Anno di corso 2 - MANAGEMENT DEGLI EVENTI. BANDI PROGETTI E RETI LM (cfu 6 - AB9 - 272716500) [url](#)

Anno di corso 2 - MANAGEMENT DEGLI EVENTI. BANDI PROGETTI E RETI LM B (cfu 6 - AB9 - 272716519) [url](#)

Anno di corso 2 - STAGE (cfu 6 - AB9 - 272708275) [url](#)

Anno di corso 2 - STAGE (cfu 6 - AB9 - 272708281) [url](#)

Discipline giuridiche, sociali e antropologico-culturali

Conoscenza e comprensione

Nel percorso formativo del CdS il contributo delle discipline giuridiche, sociali e antropologico-culturali riveste un ruolo centrale e strategico, in ragione della crescente complessità normativa e socio-economica che caratterizza il settore turistico a livello nazionale e internazionale. Gli insegnamenti afferenti a tale ambito - sia caratterizzanti sia affini - concorrono alla costruzione di una solida dimensione giuridica internazionale del turismo, integrata con la comprensione delle dinamiche sociali, territoriali e culturali che incidono sulla produzione e fruizione dell'offerta turistica.

Gli obiettivi formativi sono orientati all'acquisizione di conoscenze relative:

- ai fondamenti del diritto internazionale e comparato applicato al turismo e alla protezione del patrimonio culturale, materiale e immateriale;
- agli obblighi di tutela e valorizzazione dei beni culturali e dei marchi, nazionali e internazionali, con particolare attenzione al brand *Made in Italy*;
- alla disciplina delle condizioni di lavoro nel settore turistico e culturale;
- ai principi della sociologia del territorio, con riferimento ai soggetti istituzionali e agli attori economico-sociali coinvolti nei processi di sviluppo locale;
- alle metodologie statistiche per l'analisi dei flussi turistici e dei comportamenti dei consumatori;
- ai fondamenti del coordinamento comunicativo e del web marketing in

chiave socio-culturale.

Le metodologie didattiche adottate prevedono lezioni frontali con approccio partecipativo, discussione di casi problematici, analisi delle fonti normative e della documentazione ufficiale internazionale, nonché approfondimenti seminariali con esperti impegnati nell'attuazione di convenzioni e strumenti istituzionali sovranazionali.

Per le discipline sociali e antropologiche, l'attività formativa comprende l'analisi di casi studio, l'utilizzo e l'elaborazione di database specialistici, l'interpretazione di dati statistici di diversa provenienza e l'approfondimento della letteratura scientifica di settore.

La verifica delle conoscenze e della capacità di comprensione, in ambito giuridico, riguarda la padronanza dei quadri normativi internazionali e nazionali, la capacità di analisi e sintesi della documentazione ufficiale e l'esposizione critica di casi relativi alla tutela e valorizzazione del patrimonio culturale, anche intangibile. Nell'ambito delle discipline sociali, la valutazione concerne la capacità di elaborare dati, utilizzare fonti bibliografiche in modo autonomo, interpretare metodologie statistiche e formulare proposte progettuali in materia di comunicazione e web marketing.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

L'area delle discipline giuridiche, sociali e antropologico-culturali è finalizzata allo sviluppo di competenze applicative che consentano agli studenti di operare in modo consapevole nel rispetto dei quadri normativi e delle dinamiche sociali che regolano il settore turistico e culturale.

In ambito giuridico, la formazione mira a sviluppare la capacità di applicare i principi e le norme internazionali e nazionali in materia di protezione, conservazione e valorizzazione del patrimonio culturale ed economico-produttivo, nonché di interpretare correttamente gli strumenti giuridici relativi alla tutela dei marchi e delle indicazioni di origine. Particolare rilievo assume l'acquisizione di competenze comunicative specialistiche, attraverso l'uso appropriato della terminologia giuridica internazionale e la capacità di redigere e presentare analisi documentali fondate su fonti ufficiali.

Le attività didattiche includono esercitazioni pratiche dedicate alla presentazione e analisi di siti del patrimonio mondiale, materiale e immateriale, mediante studio autonomo della documentazione normativa e istituzionale reperita anche attraverso risorse digitali. Per quanto concerne le discipline sociali e antropologiche, l'applicazione delle conoscenze si traduce nello sviluppo di competenze nell'analisi dei fenomeni territoriali, nella progettazione di strategie comunicative e nella capacità di elaborare dati statistici funzionali alla pianificazione turistica. Le attività comprendono esercitazioni di gruppo, simulazioni di presentazioni pubbliche, confronto tra studenti su testi e traduzioni, nonché elaborazione di proposte progettuali orientate al web marketing territoriale.

Particolare importanza è attribuita alla capacità di utilizzare dati territoriali e strumenti statistici per generare input operativi destinati a

strategie di promozione e valorizzazione, nonché alla partecipazione a esperienze collaborative tra diversi soggetti del territorio.

Le conoscenze e capacità sono conseguite e verificate nelle seguenti attività formative:

Anno di corso 1 - ANTHROPOLOGY OF TOURISM LM A (cfu 6 - AB9 - 272626062) [url](#)

Anno di corso 1 - ANTHROPOLOGY OF TOURISM LM B (cfu 6 - AB9 - 272626070) [url](#)

Anno di corso 1 - DIRITTO DELLA NAVIGAZIONE, TRASPORTI E TURISMO LM A (cfu 6 - AB9 - 272630327) [url](#)

Anno di corso 1 - DIRITTO PRIVATO DEL TURISMO LM (cfu 6 - AB9 - 272626080) [url](#)

Anno di corso 1 - DIRITTO PRIVATO DEL TURISMO LM A (cfu 6 - AB9 - 272626081) (modulo di DIRITTO PRIVATO DEL TURISMO LM) [url](#)

Anno di corso 1 - DIRITTO PUBBLICO DEL TURISMO LM (cfu 6 - AB9 - 272626082) [url](#)

Anno di corso 1 - FONTI,STRUMENTI E METODI PER L'ANALISI DEI FLUSSI TURISTICI LM (cfu 6 - AB9 - 272626089) [url](#)

Anno di corso 1 - FONTI,STRUMENTI E METODI PER L'ANALISI DEI FLUSSI TURISTICI LM A (cfu 6 - AB9 - 272626090) (modulo di FONTI,STRUMENTI E METODI PER L'ANALISI DEI FLUSSI TURISTICI LM) [url](#)

Anno di corso 1 - INTELLECTUAL PROPERTY FOR CULTURAL HERITAGE & MADE IN ITALY (cfu 6 - AB9 - 272626066) [url](#)

Anno di corso 1 - INTERNATIONAL PROTECTION OF CULTURAL HERITAGE (cfu 6 - AB9 - 272626059) [url](#)

Anno di corso 1 - LABOUR LAW IN TOURISM (cfu 6 - AB9 - 272626067) [url](#)

Anno di corso 1 - LINEAMENTI DI DIRITTO PRIVATO LM (cfu 6 - AB9 - 272626076) [url](#)

Anno di corso 1 - LINEAMENTI DI DIRITTO PRIVATO LM A (cfu 6 - AB9 - 272626077) (modulo di LINEAMENTI DI DIRITTO PRIVATO LM) [url](#)

Anno di corso 1 - ORGANISATIONAL PSYCHOLOGY LM A (cfu 6 - AB9 - 272630328) [url](#)

Anno di corso 1 - SOCIOLOGIA DEL TURISMO E DELLO SVILUPPO LOCALE LM (cfu 6 - AB9 - 272626054) [url](#)

Anno di corso 1 - SOCIOLOGIA DEL TURISMO E DELLO SVILUPPO LOCALE LM A (cfu 6 - AB9 - 272626055) (modulo di SOCIOLOGIA DEL TURISMO E DELLO SVILUPPO LOCALE LM) [url](#)

Anno di corso 1 - SOCIOLOGY OF COMMUNICATION (cfu 6 - AB9 - 272626060) [url](#)

Anno di corso 1 - STATISTICS FOR TOURISM (cfu 6 - AB9 - 272626061) [url](#)

Anno di corso 1 - TEORIA E TECNICA DELLE COMUNICAZIONI DI MASSA LM A (cfu 6 - AB9 - 272626079) [url](#)

Anno di corso 1 - TURISMO DIGITALE LM A (cfu 6 - AB9 - 272626085) [url](#)

Anno di corso 1 - URBAN ECONOMIC HISTORY (cfu 6 - AB9 -

272626071) [url](#)

Anno di corso 2 - ALTRE ATTIVITA' (TIROCINIO, STAGE, LABORATORIO, SEMINARIO) (cfu 6 - AB9 - 272708323) [url](#)

Anno di corso 2 - DIGITAL TOURISM (cfu 6 - AB9 - 272716497) [url](#)

Anno di corso 2 - DIRITTO INTERNAZIONALE E COMPARATO DEL LAVORO LM (cfu 6 - AB9 - 272716487) [url](#)

Anno di corso 2 - EXTRA ACTIVITIES (cfu 6 - AB9 - 272708274) [url](#)

Anno di corso 2 - FONTI,STRUMENTI E METODI PER L'ANALISI DEI FLUSSI TURISTICI LM (cfu 6 - AB9 - 272716515) [url](#)

Anno di corso 2 - STATISTICA PER LA VALUTAZIONE DEI SERVIZI TURISTICI LM (cfu 6 - AB9 - 272716501) [url](#)

Anno di corso 2 - STATISTICA PER LA VALUTAZIONE DEI SERVIZI TURISTICI LM A (cfu 6 - AB9 - 272716502) (modulo di STATISTICA PER LA VALUTAZIONE DEI SERVIZI TURISTICI LM) [url](#)

Discipline geografico-territoriali

Conoscenza e comprensione

L'area delle discipline geografico-territoriali è finalizzata all'acquisizione di conoscenze avanzate relative all'analisi, interpretazione e pianificazione dei processi territoriali connessi allo sviluppo turistico, in una prospettiva multilivello (locale, nazionale e internazionale).

Gli obiettivi formativi riguardano la capacità di leggere e interpretare le vocazioni territoriali, individuandone potenzialità e criticità quali elementi fondativi per la costruzione, il posizionamento e il management delle destinazioni turistiche, comprese quelle cosiddette "di nicchia". Centrale è l'acquisizione di una solida "grammatica" della programmazione territoriale, fondata sulla conoscenza dei quadri normativi e delle politiche di sviluppo promosse a livello europeo e internazionale. Particolare rilievo è attribuito all'analisi delle trasformazioni culturali, sociali e tecnologiche che interessano i territori, anche in relazione ai processi produttivi connessi al *Made in Italy*, considerati quali fattori di ridefinizione dell'identità territoriale e di innovazione dell'offerta turistica. In tale prospettiva, viene approfondito il "Made in Italy" quale percorso di apprendimento del know-how culturale italiano, in grado di valorizzare produzioni manifatturiere e creative che, in taluni casi, presentano elevato contenuto artistico e simbolico.

Le metodologie didattiche prevedono lezioni frontali integrate da attività laboratoriali orientate alla rappresentazione e interpretazione dei processi territoriali attraverso strumenti analitici e cartografici, anche digitali. Gli studenti sono guidati alla presentazione orale di analisi territoriali, alla costruzione di mappe concettuali e cartografiche, nonché alla ricostruzione di esperienze associative e progettuali sviluppate nei territori per finalità culturali, occupazionali e di politica locale.

La valutazione delle conoscenze e della capacità di comprensione si basa sull'analisi critica di casi studio, sulla capacità di interpretare dati territoriali e sulla qualità dei lavori - prevalentemente di gruppo - finalizzati a delineare scenari di domanda turistica attraverso indagini sul campo.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Nel quadro degli obiettivi formativi del CdS, orientati all'integrazione tra dimensione teorica e attività operative - anche mediante tirocini curriculari - il laureato magistrale è chiamato a tradurre le conoscenze territoriali in competenze progettuali e gestionali funzionali allo sviluppo sostenibile delle destinazioni turistiche.

Nell'ambito delle discipline geografico-territoriali, le competenze applicative riguardano in particolare:

- la capacità di interpretare i processi territoriali, individuando vocazioni, risorse e potenzialità non immediatamente esplicitate;
- la trasformazione di tali potenzialità in attrattori turistici coerenti con l'identità del territorio;
- la progettazione e il management di destinazioni turistiche, attraverso l'integrazione di risorse culturali, ambientali ed economiche in relazione alla domanda espressa dai mercati;
- l'utilizzo di metodi e strumenti di analisi culturale, sociale ed economica per la pianificazione territoriale.

Le attività didattiche applicative si fondano sulla realizzazione di inchieste di terreno rivolte a stakeholder, operatori e visitatori, nonché sull'analisi di comportamenti territoriali e dinamiche di fruizione, anche al di fuori di delimitazioni amministrative precostituite. Tali attività mirano a sviluppare negli studenti capacità di lettura critica dei contesti e di elaborazione di proposte progettuali fondate su dati empirici.

La valutazione delle competenze applicative considera il livello di complessità e rigore metodologico delle indagini svolte, la correttezza dei parametri e degli indicatori utilizzati, nonché la coerenza delle proposte progettuali elaborate. Particolare attenzione è dedicata alla verifica di percorsi progettuali riferiti a contesti territoriali italiani, in un'ottica di valorizzazione integrata e sostenibile.

Le conoscenze e capacità sono conseguite e verificate nelle seguenti attività formative:

Anno di corso 1 - EXPERIMENTALISM, STORYTELLING, MUSEUM A (cfu 6 - AB9 - 272630405) [url](#)

Anno di corso 1 - EXPERIMENTALISM, STORYTELLING, MUSEUM B (cfu 6 - AB9 - 272630401) [url](#)

Anno di corso 1 - GEOGRAFIA PER LA PIANIFICAZIONE DEI SISTEMI TURISTICI LM A (cfu 6 - AB9 - 272626057) (modulo di GEOGRAFIA PER LA PIANIFICAZIONE DEL TURISMO LM) [url](#)

Anno di corso 1 - GEOGRAFIA PER LA PIANIFICAZIONE DEI SISTEMI TURISTICI LM B (cfu 6 - AB9 - 272626058) (modulo di GEOGRAFIA PER LA PIANIFICAZIONE DEL TURISMO LM) [url](#)

Anno di corso 1 - GEOGRAFIA PER LA PIANIFICAZIONE DEL TURISMO LM (cfu 12 - AB9 - 272626056) [url](#)

Anno di corso 1 - NEW SCENARIOS AND TOURISM STRATEGIES IN MIDDLE EAST: FROM OIL ECONOMY TO TOURISM DIVERSIFICATION (cfu 6 - AB9 - 272626063) [url](#)

Anno di corso 1 - TERRITORIAL MANAGEMENT OF SUSTAINABLE

TOURISM (cfu 6 - AB9 - 272626064) [url](#)

Anno di corso 1 - TOURISM AND MADE IN ITALY (cfu 6 - AB9 - 272626065) [url](#)

Anno di corso 1 - TURISMO E SOSTENIBILITA' (cfu 6 - AB9 - 272626084) [url](#)

Anno di corso 1 - TURISMO ENOGASTRONOMICO LM A (cfu 6 - AB9 - 272626078) [url](#)

Anno di corso 2 - ALTRE ATTIVITA' (TIROCINIO, STAGE, LABORATORIO, SEMINARIO) (cfu 6 - AB9 - 272708323) [url](#)

Anno di corso 2 - EXTRA ACTIVITIES (cfu 6 - AB9 - 272708274) [url](#)

Anno di corso 2 - GIS MAPPING AND DATA VISUALIZATION LM A (cfu 6 - AB9 - 272716509) [url](#)

Anno di corso 2 - GIS MAPPING AND DATA VISUALIZATION LM A (cfu 6 - AB9 - 272716516) [url](#)

Anno di corso 2 - GIS MAPPING AND DATA VISUALIZATION LM B (cfu 6 - AB9 - 272716508) [url](#)

Anno di corso 2 - GIS MAPPING AND DATA VISUALIZATION LM B (cfu 6 - AB9 - 272716517) [url](#)

Anno di corso 2 - NICHE TOURISM TREND AND DEVELOPMENT (cfu 6 - AB9 - 272716510) [url](#)

Anno di corso 2 - STAGE (cfu 6 - AB9 - 272708275) [url](#)

Anno di corso 2 - STAGE (cfu 6 - AB9 - 272708281) [url](#)

Area delle Lingue straniere

Conoscenza e comprensione

L'area delle Lingue straniere concorre in modo determinante alla costruzione del profilo internazionale del laureato magistrale, assicurando l'acquisizione di competenze linguistiche avanzate e di strumenti teorico-metodologici applicabili alla comunicazione e promozione dell'offerta turistica.

Con particolare riferimento all'insegnamento caratterizzante di "Inglese per il turismo" e agli insegnamenti affini relativi alle altre lingue offerte dal Corso di Studio, gli obiettivi formativi sono orientati alla conoscenza di un ampio spettro di teorie linguistiche e alla loro applicazione ai contesti specialistici del turismo. Il laureato magistrale acquisisce una padronanza avanzata, scritta e orale, della lingua inglese - nonché delle ulteriori lingue prescelte - dimostrando capacità di comprensione, analisi critica e produzione di testi specialistici destinati a differenti pubblici e finalizzati a diversi scopi comunicativi.

In particolare, lo studente sviluppa la capacità di analizzare e rielaborare testi orali e scritti relativi al settore turistico (report descrittivi, materiali promozionali, documenti progettuali, contenuti digitali), valutandone registro, finalità e destinatari, e dimostrando consapevolezza delle specificità del linguaggio tecnico-settoriale.

Le competenze linguistiche sono ulteriormente consolidate attraverso lo studio in lingua inglese di discipline caratterizzanti del percorso formativo, favorendo così l'acquisizione di lessico specialistico e la capacità di argomentazione in contesti accademici e professionali

internazionali.

Le metodologie didattiche includono lezioni frontali, esercitazioni, laboratori linguistici, attività di problem solving e lavori di gruppo, con particolare attenzione allo sviluppo dell'apprendimento autonomo e collaborativo. Gli studenti sono guidati alla consultazione critica di fonti accademiche online e alla ricerca di informazioni pertinenti nell'ambito degli studi sul turismo, rafforzando la capacità di utilizzare dati e materiali in lingua straniera.

La verifica del raggiungimento dei risultati di apprendimento avviene mediante prove scritte e orali, esercitazioni applicative e valutazioni collegate alla prova finale. Le modalità di accertamento e i criteri di valutazione sono specificati nei programmi dei singoli insegnamenti e tengono conto della padronanza linguistica, della correttezza terminologica e della capacità di analisi critica.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Nell'area delle Lingue straniere, l'obiettivo formativo prioritario consiste nello sviluppo di competenze applicative funzionali alla comunicazione internazionale dell'offerta turistica e alla gestione di relazioni professionali in contesti multiculturali.

Lo studente è chiamato a utilizzare in modo operativo le conoscenze linguistiche acquisite, dimostrando capacità di:

- ideare e presentare proposte di valorizzazione e promozione di prodotti turistici attraverso un linguaggio specialistico adeguato ai contesti internazionali;
- produrre e rielaborare testi scritti e orali destinati a diversi destinatari (istituzioni, imprese, turisti, stakeholder), adattando registro e strategie comunicative;
- comunicare efficacemente informazioni complesse in ambito accademico e professionale, sia in forma scritta sia orale;
- interagire in modo collaborativo ed efficace nella condivisione di idee progettuali in contesti multiculturali.

Il laureato magistrale è inoltre in grado di rapportarsi a diversi contesti territoriali e produttivi, riconoscendo il ruolo e le potenzialità dei vari stakeholder e contribuendo alla definizione di strategie di coordinamento e comunicazione coerenti con gli obiettivi di sviluppo turistico.

Le competenze applicative sono sviluppate attraverso un percorso formativo che comprende lezioni interattive, laboratori linguistici, esercitazioni su casi studio, presentazioni orali, attività individuali e di gruppo, partecipazione a seminari, nonché esperienze di tirocinio con redazione delle relative relazioni in lingua.

La valutazione delle capacità applicative tiene conto, oltre che delle prove scritte e orali, della qualità delle presentazioni pubbliche, della coerenza argomentativa e della padronanza del lessico specialistico dimostrate dagli studenti, anche in sede di discussione della prova finale.

Le conoscenze e capacità sono conseguite e verificate nelle seguenti attività formative:

Anno di corso 1 - CHINESE LANGUAGE (cfu 6 - AB9 - 272630541) [url](#)
Anno di corso 1 - ENGLISH FOR TOURISM (cfu 12 - AB9 - 272626049) [url](#)
Anno di corso 1 - LINGUA INGLESE 1 LM (cfu 12 - AB9 - 272626031) [url](#)
Anno di corso 1 - LINGUA INGLESE 1 LM A (cfu 6 - AB9 - 272626032) (modulo di LINGUA INGLESE 1 LM) [url](#)
Anno di corso 1 - LINGUA INGLESE 1 LM B (cfu 6 - AB9 - 272626033) (modulo di LINGUA INGLESE 1 LM) [url](#)
Anno di corso 2 - LINGUA E LETTERATURA ARABA 1 A (cfu 6 - AB9 - 272716488) [url](#)
Anno di corso 2 - LINGUA FRANCESE (LIVELLO B2) (cfu 6 - AB9 - 272716491) [url](#)
Anno di corso 2 - LINGUA INGLESE (LIVELLO B2) (cfu 6 - AB9 - 272716490) [url](#)
Anno di corso 2 - LINGUA POLACCA (LIVELLO B2) (cfu 6 - AB9 - 272716495) [url](#)
Anno di corso 2 - LINGUA PORTOGHESE (LIVELLO B2) (cfu 6 - AB9 - 272716493) [url](#)
Anno di corso 2 - LINGUA RUSSA (LIVELLO B2) (cfu 6 - AB9 - 272716496) [url](#)
Anno di corso 2 - LINGUA SPAGNOLA (LIVELLO B2) (cfu 6 - AB9 - 272716492) [url](#)
Anno di corso 2 - LINGUA TEDESCA (LIVELLO B2) (cfu 6 - AB9 - 272716494) [url](#)
Anno di corso 2 - RUSSIAN LANGUAGE (cfu 6 - AB9 - 272716506) [url](#)

Offerta Didattica Erogata

N.	Sede	Coorte	CUIN	Insegnamento	Settori insegnamento	Docente	Settore docente	Ore di didattica assistita
1		2026	2726 3032 9	ANALISI DEI DATI E SISTEMI DIGITALI PER IL TURISMO <i>annuale</i>	IINF-05/A	Maurizio VINCI CV		15
2		2026	2726 2606 2	ANTHROPOLOGY OF TOURISM <i>annuale</i>	SDE A-01/A	Giulia CASENTINI CV <i>Ricercatore a t.d.-t.pieno (L. 79/2022)</i>	SDE A-01/A	30
3		2026	2726 2607 0	ANTHROPOLOGY OF TOURISM	SDE A-01/A	Giulia CASENTINI CV <i>Ricercatore</i>	SDE A-01/A	30

				LM B annu ale		<i>e a t.d.- t.pien o (L. 79/2 022)</i>		
4		2026	2726 2608 3	APPL IED ECOL OGY TO NAT URE CON SERV ATIO N AND TOU RISM LM A annu ale	BIOS - 05/A	Doce nte di riferi ment o Cater ina LORE NZI CV <i>Ricer cator e confe rmat o</i>	BIOS - 05/A	30
5		2026	2726 2604 8	ARC HEO LOGI A ROM ANA: PERC ORSI LM A (mod ulo di ARC HEO LOGI A ROM ANA: PERC ORSI LM) <i>annu ale</i>	ARC H- 01/D	Beat rice CACC IOTTI CV <i>Profe ssore Assoc iato (L. 240/ 10)</i>	ARC H- 01/D	30
6		2026	2726 2607	ART HIST	ARTE -	Doce nte	ARTE -	30

			3	ORY AND MUS EUM STU DIES (EAR LY MOD ERN AND MOD ERN) <i>annu ale</i>	01/B	di riferi ment o Guen dalin a SERA FINE LLI CV <i>Profe ssore Assoc iato (L. 240/ 10)</i>	01/B	
7		2026	2726 2605 3	BUSI NES S PLA N (mod ulo di BUSI NESS PLA N AND MAR KETI NG AND COM MUN ICATI ON ELE MEN TS FOR ITALI AN TOU RISM MAR KET)	ECO N- 06/A	Fran cesc o GRA NES E CV		30

				<i>annuale</i>				
8		2026	2726 2608 7	BUSI NES S PLA N LM A (mod ulo di BUSI NESS PLA N LM) <i>annuale</i>	ECO N- 06/A	Marc o Gius eppe MEN EGU ZZO CV		30
9		2026	2726 2607 5	BUSI NES S TOU RISM STRA TEGI ES: DEST INAT ION MAR KETI NG AND MICE <i>annuale</i>	ECO N- 07/A	Fran cesc a SAN DRI CV		30
10		2025	2726 1399 3	CHIN ESE LAN GUA GE <i>annuale</i>	L- OR/2 1	Doce nte non speci ficat o		30
11		2026	2726 3054 1	CHIN ESE LAN GUA	ASIA - 01/F	Doce nte non speci		30

				GE <i>annu ale</i>		ficat o		
12		2025	2726 1398 2	CULT URA L HERI TAGE ECO NOM ICS AND TECH NOL OGY FOR SUST AINA BLE TOU RISTI C TER RITO RIAL PLA NNI NG <i>annu ale</i>	M- GGR/ 02	Doce nte di riferi ment o Ange la D'OR AZIO CV <i>Profe ssore Assoc iato (L. 240/ 10)</i>	GEO G- 01/B	30
13		2026	2726 3041 4	CULT URE MUS ICALI EXTR AEU ROP EE LM A <i>annu ale</i>	PEM M- 01/D	Doce nte di riferi ment o (pes o .5) Aless andr o COSE NTIN O CV <i>Ricer cator e a t.d.-</i>	PEM M- 01/D	5

						t.pieno (L. 79/2022)		
14		2025	272613980	DIGITAL TOURISM annuale	ING-INF/05	Alessandro ZUCCONI CV		30
15		2026	272626081	DIRITTO PRIVATO DEL TURISMO LM A (modulo di DIRITTO PRIVATO DEL TURISMO LM) <i>annuale</i>	GIUR - 01/A	Sofia Maria LENER CV		30
16		2026	272626082	DIRITTO PUBBLICO DEL TURISMO LM annuale	GIUR - 05/A	Concetta GIUNTA CV <i>Ricercatore e confermatore</i>	GIUR - 05/A	30
17		2026	272626088	ECONOMIA AZIENDALE	ECO N-06/A	Emilio CORTESE		30

				LE LM A <i>annu ale</i>		LLI CV		
18		2026	2726 2604 9	ENG LISH FOR TOU RISM <i>annu ale</i>	ANGL - 01/C	Mari na BRA NCA CCIO CV		60
19		2026	2726 3040 1	EXPE RIM ENT ALIS M, STO RYTE LLIN G, MUS EUM B <i>annu ale</i>	PAE D- 02/B	Doce nte di riferi ment o (pes o .5) Anto nella POC E CV <i>Profe ssore Ordin ario (L. 240/ 10)</i>	PAE D- 02/B	5
20		2026	2726 2609 0	FON TI,ST RUM ENTI E MET ODI PER L'AN ALISI DEI FLUS SI TURI STICI LM A (mod	STAT - 03/B	Mari o MAS TRA NGEL O CV		30

				ulo di FON TI,ST RUM ENTI E MET ODI PER L'AN ALISI DEI FLUS SI TURI STICI LM) <i>annu ale</i>				
21		2025	2726 1398 1	FUN DAM ENT ALS OF BUSI NES S ADM INIS TRAT ION <i>annu ale</i>	SECS - P/07	Thi Van Anh VU CV		30
22		2026	2726 2605 7	GEO GRA FIA PER LA PIAN IFICA ZION E DEI SIST EMI TURI STICI LM A (mod	GEO G- 01/A	Simo ne BOZ ZATO CV <i>Profe ssore Ordin ario (L. 240/ 10)</i>	GEO G- 01/A	30

				ulo di GEO GRA FIA PER LA PIAN IFICA ZION E DEL TURI SMO LM) <i>annu ale</i>				
23		2026	2726 2605 8	GEO GRA FIA PER LA PIAN IFICA ZION E DEI SIST EMI TURI STICI LM B (mod ulo di GEO GRA FIA PER LA PIAN IFICA ZION E DEL TURI SMO LM) <i>annu ale</i>	GEO G- 01/A	Simo ne BOZ ZATO CV <i>Profe ssore Ordin ario (L. 240/ 10)</i>	GEO G- 01/A	30
24		2025	2726	GIS	M-	Giov	GEO	30

			14648	MAP PING AND DATA VISU ALIZ ATIO N LM A <i>annu ale</i>	GGR/ 01	anna Giuli a ZAVE TTIE RI CV <i>Ricer cator e a t.d.- t.pien o (L. 79/2 022)</i>	G- 01/A	
25		2025	2726 1412 0	GIS MAP PING AND DATA VISU ALIZ ATIO N LM B <i>annu ale</i>	M- GGR/ 01	Giov anna Giuli a ZAVE TTIE RI CV <i>Ricer cator e a t.d.- t.pien o (L. 79/2 022)</i>	GEO G- 01/A	30
26		2026	2726 2606 9	HIST ORY AND CULT URE OF ISLA MIC SOCI ETIE S <i>annu ale</i>	STAA -01/J	Moh amm ed HAS HAS CV <i>Ricer cator e a t.d. - t.pien o (art. 24 c.3-b L. 240/ 10)</i>	STAA -01/J	30
27		2026	2726	INTE	GIUR	Doce	GIUR	30

			26066	LLECTUAL PROPERTY FOR CULTURAL HERITAGE & MADE IN ITALY <i>annuale</i>	- 11/A	n te di riferimento (peso .5) Elisabetta CORAPI CV <i>Professore Associato (L. 240/10)</i>	- 11/A	
28		2026	272626059	INTERNATIONAL PROTECTION OF CULTURAL HERITAGE <i>annuale</i>	GIUR - 09/A	Docente di riferimento (peso .5) Federica MUCCI CV <i>Professore Associato (L. 240/10)</i>	GIUR - 09/A	30
29		2026	272631432	ITALIAN RENAISSANCE ART <i>annuale</i>	ARTE - 01/B	Giovan Battista FIDANZA CV <i>Professore Ordin</i>	ARTE - 01/B	30

						ario (L. 240/ 10)		
30		2026	2726 2606 7	LAB OUR LAW IN TOU RISM <i>annu ale</i>	GIUR - 04/A	Doce nte di riferi ment o (pes o .5) Anto nella D'AN DRE A CV <i>Profe ssore Assoc iato (L. 240/ 10)</i>	GIUR - 04/A	30
31		2026	2726 2607 7	LINE AME NTI DI DIRI TTO PRIV ATO LM A (mod ulo di LINE AME NTI DI DIRIT TO PRIV ATO LM) <i>annu ale</i>	GIUR - 01/A	Anto no IOSS A CV		30
32		2025	2726	MAN	SECS	Doce	ECO	30

			1399 7	AGE MEN T DEGL I EVE NTI. BAN DI PRO GETT I E RETI LM <i>annu ale</i>	- P/08	nte di riferi ment o (pes o .5) Clau dia Mari a GOLI NELL I CV <i>Profe ssore Ordin ario</i>	N- 07/A	
33		2025	2726 1400 5	MAN AGE MEN T DEGL I EVE NTI. BAN DI PRO GETT I E RETI LM B <i>annu ale</i>	SECS - P/08	Doce nte di riferi ment o (pes o .5) Clau dia Mari a GOLI NELL I CV <i>Profe ssore Ordin ario</i>	ECO N- 07/A	30
34		2026	2726 2605 2	MAR KETI NG AND COM MUN ICATI ON ELE MEN TS	ECO N- 07/A	Fran cesc o GRA NES E CV		30

				FOR ITALIAN TOURISM MARKET (modulo di BUSINESS PLAN AND MARKETING AND COMMUNICATION ELEMENTS FOR ITALIAN TOURISM MARKET) <i>annuale</i>				
35		2026	272626072	MEDIEVAL ARCHAEOLOGY LM A <i>annuale</i>	ARCOH-01/E	Docente di riferimento Paola ORICCHIONI CV Riceratore	ARCOH-01/E	30

						<i>e a t.d. - t.pien o (art. 24 c.3-b L. 240/ 10)</i>		
36		2025	2726 1399 1	MUS IC AND CULT URA L IDEN TITY <i>annu ale</i>	L- ART/ 08	Doce nte non speci ficat o		30
37		2026	2726 2606 3	NEW SCE NARI OS AND TOU RISM STRA TEGI ES IN MID DLE EAST : FRO M OIL ECO NOM Y TO TOU RISM DIVE RSIFI CATI ON <i>annu ale</i>	GEO G- 01/B	Ange lo BATT AGLI A CV		30

38		2025	2726 1399 4	NICHE TOURISM TREND AND DEVELOPMENT <i>annuale</i>	M- GGR/ 02	Clau dio MILA NO CV		30
39		2026	2726 2607 4	REVENUE MANAGEMENT <i>annuale</i>	ECO N- 06/A	Ricca rdo COCC O CV		30
40		2025	2726 1398 8	ROMAN BAROQUE ART <i>annuale</i>	L- ART/ 02	Docente di riferimento Guen dalina SERA FINE LLI CV <i>Professore Associato (L. 240/ 10)</i>	ARTE - 01/B	30
41		2025	2726 1399 2	RUSSIAN LANGUAGE	L- LIN/ 21	Natal ia FEFE LOVA CV		30

				<i>annuale</i>				
42		2026	2726 2605 5	SOCIOLOGIA DEL TURISMO E DELL'OSVILUPPO LOCALE LM A (modulo di SOCIOLOGIA DEL TURISMO E DELL'OSVILUPPO LOCALE LM) <i>annuale</i>	GSPS - 08/B	Barbara MAUSSIER CV <i>Attività di insegnamento (art. 23 L. 240/10) Università Telematica San Raffaele Roma</i>	GSPS - 06/A	30
43		2026	2726 2606 0	SOCIOLOGY OF COMMUNICATION <i>annuale</i>	GSPS - 06/A	Docente non specificato		30
44		2025	2726	STAT	SECS	Mari		30

			1399 9	ISTICA PER LA VALUTAZIONE DEI SERVIZI TURISTICI LM A (modulo di STATISTICA PER LA VALUTAZIONE DEI SERVIZI TURISTICI LM) <i>annuale</i>	- S/05	o MAS TRA NGEL O CV		
45		2026	2726 2606 1	STATISTICS FOR TOURISM <i>annuale</i>	STAT - 03/B	Livia CELA RDO CV		30
46		2026	2726 2604 0	STORIA DELL'ARTE MODERNA LM A (mod	ARTE - 01/B	Giov an Batti sta FIDA NZA CV <i>Professore</i>	ARTE - 01/B	30

				ulo di STO RIA DELL' ARTE MOD ERN A LM) <i>annu ale</i>		<i>Ordin ario (L. 240/ 10)</i>		
47		2026	2726 2607 9	TEO RIA E TECN ICA DELL E COM UNIC AZIO NI DI MAS SA LM A <i>annu ale</i>	GSPS - 06/A	Doce nte non speci ficat o		30
48		2026	2726 2606 4	TER RITO RIAL MAN AGE MEN T OF SUST AINA BLE TOU RISM <i>annu ale</i>	GEO G- 01/A	Fran cesc a SABA TINI CV <i>Ricer cator e a t.d.- t.pien o (L. 79/2 022) Unive rsità Telem atica 'Univ ersita s MER</i>	GEO G- 01/B	30

						CATO RUM'		
49		2026	2726 2606 5	TOU RISM AND MAD E IN ITAL Y <i>annu ale</i>	GEO G- 01/B	Barb ara SANT ORO CV		30
50		2026	2726 2608 5	TURI SMO DIGIT ALE LM A <i>annu ale</i>	IINF- 05/A	Doce nte di riferi ment o Mich ele ANG ELAC CIO CV <i>Profe ssore Assoc iato confe rmat o</i>	IINF- 05/A	30
51		2026	2726 2608 4	TURI SMO E SOST ENIB ILITA ' <i>annu ale</i>	GEO G- 01/B	Alfon so PEC ORA RO SCA NIO CV		30
52		2026	2726 2607 8	TURI SMO ENO GAST RON OMI CO	SDE A- 01/A	Erne sto DI REN ZO CV		30

				LM A <i>annuale</i>				
53		2026	2726 2607 1	URB AN ECO NOM IC HIST ORY <i>annuale</i>	STEC - 01/B	Fern ando SALS ANO CV <i>Profe ssore Assoc iato (L. 240/ 10)</i>	STEC - 01/B	30
54		2026	2726 2605 0	WEB MAR KETI NG, TOU RISM DEV ELOP MEN T AND MAD E IN ITAL Y <i>annuale</i>	GSPS - 08/B	Silvia TEST A CV		30
							ore totali	1585

Didattica programmata per coorte

Sono garantiti i collegamenti informatici alle pagine del portale di ateneo dedicate a queste informazioni.

N.	Settori	Anno di corso	Insegnamento	Cognome Nome	Ruolo	Crediti	Ore	Docente di riferimento
----	---------	---------------------	--------------	-----------------	-------	---------	-----	------------------------------

								per corso
1.	IINF-05/A	Anno di corso 1	ANALISI DEI DATI E SISTEMI DIGITALI PER IL TURISMO link	VINCI MAURO CV		6	15	
2.	SDEA-01/A	Anno di corso 1	ANTHROPOLOGY OF TOURISMLM A link	CASENTINI GIULIA CV	RD	6	30	
3.	SDEA-01/A	Anno di corso 1	ANTHROPOLOGY OF TOURISMLM B link	CASENTINI GIULIA CV	RD	6	30	
4.	BIOS-05/A	Anno di corso 1	APPLIED ECOLOGY TO NATURE CONSERVATION AND	LORENZIN CATERINA CV	RU	6	30	✓

			TOU RISM LM A link					
5.	ARC H- 01/D	Anno di corso 1	ARC HEO LOGI A GRE CA: PERC ORSI LM link			6		
6.	ARC H- 01/D	Anno di corso 1	ARC HEO LOGI A ROM ANA: PERC ORSI LM link			6		
7.	ARC H- 01/D	Anno di corso 1	ARC HEO LOGI A ROM ANA: PERC ORSI LM A <i>(mod ulo di ARCH EOLO GIA ROM ANA: PERC ORSI LM)</i> link	CACC IOTTI BEAT RICE CV	PA	6	30	
8.	ARTE -	Anno di	ART HIST	SERA FINE	PA	6	30	

	01/B	corso 1	ORY AND MUS EUM STU DIES (EAR LY MOD ERN AND MOD ERN) link	LLI GUE NDA LINA CV				
9.	ECO N- 06/A	Anno di corso 1	BUSI NESS PLA N <i>(mod ulo di BUSI NESS PLAN AND MAR KETI NG AND COM MUNI CATI ON ELEM ENTS FOR ITALI AN TOUR ISM MAR KET)</i> link	GRA NES E FRA NCES CO CV		6	30	
10.	ECO N- 07/A ECO N- 06/A	Anno di corso 1	BUSI NESS PLA N AND MAR			12		

			KETI NG AND COM MUN ICATI ON ELE MEN TS FOR ITALI AN TOU RISM MAR KET link					
11.	ECO N- 06/A	Anno di corso 1	BUSI NESS PLA N LM link			6		
12.	ECO N- 06/A	Anno di corso 1	BUSI NESS PLA N LM A (<i>mod ulo di BUSI NESS PLAN LM</i>) link	MEN EGU ZZO MAR CO GIUS EPPE CV		6	30	
13.	ECO N- 07/A	Anno di corso 1	BUSI NESS TOU RISM STRA TEGI ES: DEST INATI ON MAR KETI	SAN DRI FRA NCES CA CV		6	30	

			NG AND MICE link					
14.	ASIA - 01/F	Anno di corso 1	CHIN ESE LAN GUA GE link			6	30	
15.	PEM M- 01/D	Anno di corso 1	CULT URE MUSI CALI EXTR AEU ROP EE LM A link	COSE NTIN O ALES SAN DRO CV	RD	6	5	
16.	GIUR - 01/A	Anno di corso 1	DIRIT TO PRIV ATO DEL TURI SMO LM link			6		
17.	GIUR - 01/A	Anno di corso 1	DIRIT TO PRIV ATO DEL TURI SMO LM A <i>(mod ulo di DIRIT TO PRIV ATO DEL TURI SMO</i>	LENE R SOFI A MARI A CV		6	30	

			LM/ link					
18.	GIUR - 05/A	Anno di corso 1	DIRITTO PUBBLICO DEL TURISMO LM link	GIUNTA CONNETTA CV	RU	6	30	
19.	ECO N- 06/A	Anno di corso 1	ECONOMIA AZIENDALE LM A link	CORTESE LLI EMILIO CV		6	30	
20.	ECO N- 07/A	Anno di corso 1	ECONOMIA E GESTIONE DELLE ATTIVITA' CULTURALI E TURISTICHE link			6		
21.	ANGL - 01/C	Anno di corso 1	ENGLISH FOR TOURISM link	BRA NCA CCIO MARI NA CV		12	60	
22.	PAE D- 02/B	Anno di corso 1	EXPERIMENTALISM,	POC E ANT ONE	PO	6	5	

			STOR YTEL LING, MUS EUM B link	LLA CV				
23.	STAT - 03/B	Anno di corso 1	FON TI,ST RUM ENTI E MET ODI PER L'AN ALISI DEI FLUS SI TURI STICI LM link			6		
24.	STAT - 03/B	Anno di corso 1	FON TI,ST RUM ENTI E MET ODI PER L'AN ALISI DEI FLUS SI TURI STICI LM A <i>(mod ulo di FONT I,STR UME NTI E MET ODI PER</i>	MAS TRA NGEL O MARI O CV		6	30	

			L'ANA LISI DEI FLUS SI TURI STICI LM) link					
25.	GEO G- 01/A	Anno di corso 1	GEO GRA FIA PER LA PIAN IFICA ZION E DEI SIST EMI TURI STICI LM A (mod ulo di GEOG RAFI A PER LA PIANI FICAZ IONE DEL TURI SMO LM) link	BOZ ZATO SIMO NE CV	PO	6	30	
26.	GEO G- 01/A	Anno di corso 1	GEO GRA FIA PER LA PIAN IFICA ZION E DEI SIST	BOZ ZATO SIMO NE CV	PO	6	30	

			EMI TURI STICI LM B (mod ulo di GEOG RAFI A PER LA PIANI FICAZ IONE DEL TURI SMO LM) link					
27.	GEO G- 01/A	Anno di corso 1	GEO GRA FIA PER LA PIAN IFICA ZION E DEL TURI SMO LM link			12		
28.	STAA -01/J	Anno di corso 1	HIST ORY AND CULT URE OF ISLA MIC SOCI ETIE S link	HAS HAS MOH AMM ED CV	RD	6	30	
29.	GIUR - 11/A	Anno di	INTE LLEC TUAL	COR API ELIS	PA	6	30	

		corso 1	PRO PERT Y FOR CULT URA L HERI TAGE & MAD E IN ITALY link	ABET TA CV				
30.	GIUR - 09/A	Anno di corso 1	INTE RNA TION AL PRO TECT ION OF CULT URA L HERI TAGE link	MUC CI FEDE RICA CV	PA	6	30	
31.	ARTE - 01/B	Anno di corso 1	ITALI AN REN AISS ANC E ART link	FIDA NZA GIOV AN BATT ISTA CV	PO	6	30	
32.	GIUR - 04/A	Anno di corso 1	LAB OUR LAW IN TOU RISM link	D'AN DRE A ANT ONE LLA CV	PA	6	30	
33.	GIUR - 01/A	Anno di	LINE AME NTI			6		

		corso 1	DI DIRIT TO PRIV ATO LM link					
34.	GIUR - 01/A	Anno di corso 1	LINE AME NTI DI DIRIT TO PRIV ATO LM A <i>(mod ulo di LINE AME NTI DI DIRIT TO PRIV ATO LM)</i> link	IOSS A ANT ONO CV		6	30	
35.	ANGL - 01/C	Anno di corso 1	LING UA INGL ESE 1 LM link			12		
36.	ECO N- 07/A	Anno di corso 1	MAR KETI NG AND COM MUN ICATI ON ELE MEN TS FOR ITALI	GRA NES E FRA NCES CO CV		6	30	

			AN TOU RISM MAR KET <i>(mod ulo di BUSI NESS PLAN AND MAR KETI NG AND COM MUNI CATI ON ELEM ENTS FOR ITALI AN TOUR ISM MAR KET)</i> link					
37.	ARC H- 01/E	Anno di corso 1	MEDI EVAL ARC HAE OLO GY LM A link	ORE CCHI ONI PAOL A CV	RD	6	30	
38.	GEO G- 01/B	Anno di corso 1	NEW SCE NARI OS AND TOU RISM STRA TEGI ES IN MID	BATT AGLI A ANG ELO CV		6	30	

			DLE EAST : FRO M OIL ECO NOM Y TO TOU RISM DIVE RSIFI CATI ON link					
39.	ECO N- 06/A	Anno di corso 1	REVE NUE MAN AGE MEN T link	COCC O RICC ARD O CV		6	30	
40.	GSPS - 08/B	Anno di corso 1	SOCI OLO GIA DEL TURI SMO E DELL O SVIL UPP O LOCA LE LM link			6		
41.	GSPS - 08/B	Anno di corso 1	SOCI OLO GIA DEL TURI SMO E DELL O	MAU SSIE R BAR BAR A CV		6	30	

			SVILUPPO LOCALE LM A (modulo di SOCIOLOGIA DEL TURISMO E DELL'OSVILUPPO LOCALE LM) link					
42.	GSPS - 06/A	Anno di corso 1	SOCIOLOGY OF COMMUNICATION link			6	30	
43.	STAT - 03/B	Anno di corso 1	STATISTICS FOR TOURISM link	CELRDO LIVIA CV		6	30	
44.	ARCH- 01/D	Anno di corso 1	STORIA DELL'ARCHEOLOGIA LM link			6		

45.	ARTE - 01/C	Anno di corso 1	STO RIA DELL' ARTE CON TEM POR ANE A LM link			6		
46.	ARTE - 01/C	Anno di corso 1	STO RIA DELL' ARTE CON TEM POR ANE A LM link			12		
47.	ARTE - 01/A	Anno di corso 1	STO RIA DELL' ARTE MEDI EVAL E LM link			6		
48.	ARTE - 01/B	Anno di corso 1	STO RIA DELL' ARTE MOD ERN A LM link			6		
49.	ARTE - 01/B	Anno di corso 1	STO RIA DELL' ARTE MOD ERN A LM A (mod ulo di	FIDA NZA GIOV AN BATT ISTA CV	PO	6	30	

			STORIA DELL' ARTE MODERNA LM) link					
50.	STEC - 01/B	Anno di corso 1	STORIA ECONOMICA DELL' EUROPA CONTEMPORANEA (CORSO JEAN MONNET) LM link			6		
51.	STAN - 01/B	Anno di corso 1	STORIA ROMANALM link			6		
52.	GSPS - 06/A	Anno di corso 1	TEORIA E TECNICA DELLE COMUNICAZIONI DI MASSA			6	30	

			LM A link					
53.	GEO G- 01/A	Anno di corso 1	TERR ITORI AL MAN AGE MEN T OF SUST AINA BLE TOU RISM link	SABA TINI FRA NCES CA CV		6	30	
54.	GEO G- 01/B	Anno di corso 1	TOU RISM AND MAD E IN ITALY link	SANT ORO BAR BAR A CV		6	30	
55.	IINF- 05/A	Anno di corso 1	TURI SMO DIGIT ALE LM A link	ANG ELAC CIO MICH ELE CV	PA	6	30	
56.	GEO G- 01/B	Anno di corso 1	TURI SMO E SOST ENIB ILITA' link	PEC ORA RO SCA NIO ALFO NSO CV		6	30	
57.	SDE A- 01/A	Anno di corso 1	TURI SMO ENO GAST RON OMIC O LM A link	DI REN ZO ERN ESTO CV		6	30	
58.	STEC	Anno	URB	SALS	PA	6	30	

	- 01/B	di corso 1	AN ECO NOM IC HIST ORY link	ANO FER NAN DO CV				
59.	GSPS - 08/B	Anno di corso 1	WEB MAR KETI NG, TOU RISM DEV ELOP MEN T AND MAD E IN ITALY link	TEST A SILVI A CV		6	30	
60.	0	Anno di corso 2	ALTR E ATTI VITA' (TIRO CINI O, STAG E, LAB ORA TORI O, SEMI NARI O) link			6		
61.	ARC H- 01/D	Anno di corso 2	ARC HEO LOGI A GRE CA: PERC ORSI			6		

			LM link					
62.	ARC H- 01/D	Anno di corso 2	ARC HEO LOGI A ROM ANA: PERC ORSI LM link			6		
63.	ECO N- 06/A	Anno di corso 2	BUSI NESS PLA N LM link			6		
64.	GEO G- 01/B	Anno di corso 2	CULT URA L HERI TAGE ECO NOM ICS AND TECH NOL OGY FOR SUST AINA BLE TOU RISTI C TERR ITORI AL PLA NNIN G link			6		
65.	IINF- 05/A	Anno di corso 2	DIGIT AL TOU			6		

			RISM link					
66.	GIUR - 04/A	Anno di corso 2	DIRIT TO INTE RNA ZION ALE E COM PAR ATO DEL LAVO RO LM link			6		
67.	ECO N- 07/A	Anno di corso 2	ECO NOM IA E GEST IONE DELL E ATTI VITA' CULT URA LI E TURI STIC HE link			6		
68.	0	Anno di corso 2	EXTR A ACTI VITIE S link			6		
69.	ARTE - 01/D	Anno di corso 2	FILO LOGI A E STO RIA DELL A FRUI			6		

			ZIONE E ARTI STIC A LM A link					
70.	0	Anno di corso 2	FINA L EXA M link			18		
71.	HIST - 02/A	Anno di corso 2	FON TIE MET ODI PER LA STO RIA MOD ERN A LM A link			6		
72.	STAT - 03/B	Anno di corso 2	FON TI,ST RUM ENTI E MET ODI PER L'AN ALISI DEI FLUS SI TURI STICI LM link			6		
73.	ECO N- 06/A	Anno di corso 2	FUN DAM ENTA LS OF BUSI			6		

			NESS ADM INIST RATI ON link					
74.	GEO G- 01/A	Anno di corso 2	GIS MAP PING AND DATA VISU ALIZ ATIO N LM A link			6		
75.	GEO G- 01/A	Anno di corso 2	GIS MAP PING AND DATA VISU ALIZ ATIO N LM A link			6		
76.	GEO G- 01/A	Anno di corso 2	GIS MAP PING AND DATA VISU ALIZ ATIO N LM B link			6		
77.	GEO G- 01/A	Anno di corso 2	GIS MAP PING AND DATA VISU ALIZ ATIO N LM B link			6		

78.	ITAL-01/A	Anno di corso 2	LETT ERAT URA DI VIAG GIO E DELL E MIGR AZIO NI LM link			6		
79.	STAA-01/L	Anno di corso 2	LING UA E LETT ERAT URA ARA BA 1 A link			6		
80.	FRA N-01/B	Anno di corso 2	LING UA FRA NCES E (LIVE LLO B2) link			6		
81.	ANGL-01/C	Anno di corso 2	LING UA INGL ESE (LIVE LLO B2) link			6		
82.	SLAV-01/A	Anno di corso 2	LING UA POL ACCA (LIVE LLO B2) link			6		

83.	FLM R- 01/D	Anno di corso 2	LING UA POR TOG HES E (LIVE LLO B2) link			6		
84.	SLAV - 01/A	Anno di corso 2	LING UA RUS SA (LIVE LLO B2) link			6		
85.	SPA N- 01/C	Anno di corso 2	LING UA SPAG NOL A (LIVE LLO B2) link			6		
86.	GER M- 01/C	Anno di corso 2	LING UA TEDE SCA (LIVE LLO B2) link			6		
87.	ECO N- 07/A	Anno di corso 2	MAN AGE MEN T DEGL I EVE NTI. BAN DI PRO			6		

			GETT I E RETI LM link					
88.	ECO N- 07/A	Anno di corso 2	MAN AGE MEN T DEGL I EVE NTI. BAN DI PRO GETT I E RETI LM B link			6		
89.	PEM M- 01/D	Anno di corso 2	MUSI C AND CULT URA L IDEN TITY link			6		
90.	GEO G- 01/B	Anno di corso 2	NICH E TOU RISM TRE ND AND DEV ELOP MEN T link			6		
91.	0	Anno di corso 2	PRO VA FINA LE link			18		

92.	ARTE - 01/B	Anno di corso 2	ROM AN BAR OQU E ART link			6		
93.	SLAV - 01/A	Anno di corso 2	RUS SIAN LAN GUA GE link			6		
94.	0	Anno di corso 2	STAG E link			6		
95.	0	Anno di corso 2	STAG E link			6		
96.	STAT - 03/B	Anno di corso 2	STAT ISTIC A PER LA VALU TAZI ONE DEI SERV IZI TURI STICI LM link			6		
97.	STAT - 03/B	Anno di corso 2	STAT ISTIC A PER LA VALU TAZI ONE DEI SERV			6		

			IZI TURI STICI LM A (mod ulo di STATI STICA PER LA VALU TAZI ONE DEI SERV IZI TURI STICI LM) link					
98.	ARC H- 01/D	Anno di corso 2	STO RIA DELL' ARC HEO LOGI A LM link			6		
99.	ARTE - 01/C	Anno di corso 2	STO RIA DELL' ARTE CON TEM POR ANE A LM link			6		
100.	ARTE - 01/C	Anno di corso 2	STO RIA DELL' ARTE CON TEM POR ANE			12		

			A LM link					
101.	ARTE - 01/A	Anno di corso 2	STO RIA DELL' ARTE MEDI EVAL E LM link			6		
102.	STEC - 01/B	Anno di corso 2	STO RIA ECO NOM ICA DELL' EUR OPA CON TEM POR ANE A (COR SO JEAN MON NET) LM link			6		
103.	HIST - 02/A	Anno di corso 2	STO RIA MOD ERN A LM (COR SO AVA NZAT O) link			12		
104.	HIST - 02/A	Anno di corso 2	STO RIA MOD ERN A LM			6		

			A (COR SO AVA NZAT O) link					
105.	HIST - 02/A	Anno di corso 2	STO RIA MOD ERN A LM A (COR SO AVA NZAT O) <i>(mod ulo di STOR IA MOD ERNA LM (COR SO AVAN ZATO)</i> link			6		
106.	HIST - 02/A	Anno di corso 2	STO RIA MOD ERN A LM B (COR SO AVA NZAT O) <i>(mod ulo di STOR IA MOD ERNA LM</i>			6		

			(COR SO AVAN ZATO) /link					
107.	STAN - 01/B	Anno di corso 2	STO RIA ROM ANA LM link			6		

Calendario del Corso di Studio e orario delle attività formative

Calendario del Corso di Studio e orario delle attività formative

<https://www-2023.tourismstrategy.lettere.uniroma2.it/calendari/>

Data di inizio dell'attività didattica

01/10/2026

Calendario degli esami di profitto

<https://www-2023.tourismstrategy.lettere.uniroma2.it/calendari/>

Calendario sessioni della Prova finale

<https://www-2023.tourismstrategy.lettere.uniroma2.it/laurearsi/>

Infrastrutture

Aule

Link inserito: <https://lettere.uniroma2.it/calendario-lezioni/>

Pdf inserito: 

Laboratori e Aule Informatiche

Link inserito: <https://lettere.uniroma2.it/calendario-lezioni/>

Pdf inserito: 

Sale Studio

Link inserito: <http://www.lettere.uniroma2.it/>

Pdf inserito: 

Biblioteche

Link inserito: <https://www-2023.lettere.biblio.uniroma2.it/>

Pdf inserito: 

Orientamento in ingresso e in itinere

Pdf inserito: 

Tutorato

Pdf inserito: 

Assistenza per lo svolgimento di periodi di formazione all' esterno (tirocini e stage)

Pdf inserito: 

Assistenza per la mobilità internazionale Pdf inserito:

[Lista Università partner](#)  Il Corso di Studi in Tourism Strategy, Cultural

Heritage and Made in Italy promuove attivamente la partecipazione degli studenti a programmi di mobilità internazionale, riconoscendo il valore formativo e culturale dell'esperienza all'estero nell'ambito dell'Alta Formazione Europea e internazionale. La mobilità è considerata parte integrante del percorso di studi e un'opportunità concreta per l'acquisizione di competenze trasversali, linguistiche e interculturali, coerenti con il profilo internazionale del CdS. Per l'organizzazione e la gestione delle attività di mobilità, il CdS si avvale del supporto dell'Ufficio Erasmus della Macroarea di Lettere e Filosofia (<https://lettere.uniroma2.it/ufficio-erasmus-2/>) e dell'Ufficio Speciale per le Relazioni Internazionali di Ateneo (<https://web.uniroma2.it/en/percorso/international>), che forniscono assistenza in tutte le fasi del percorso: dalla pubblicazione dei bandi all'erogazione delle borse, dall'assistenza amministrativa al riconoscimento finale dei crediti.

Il CdS dispone di un'ampia rete di accordi Erasmus+ attivi, che include numerose Università partner europee con programmi affini, cui si aggiungono ulteriori opportunità offerte dai protocolli di cooperazione della Macroarea e dell'Ateneo. Gli studenti possono inoltre partecipare ai programmi Erasmus+ Traineeship, Overseas e ad altre iniziative bilaterali.

La procedura per la mobilità outgoing prevede che gli studenti, con il supporto del docente referente Erasmus del CdS, definiscano il proprio Learning Agreement in coerenza con il piano di studi e gli obiettivi formativi del corso. Il Consiglio di Dipartimento approva il programma di studi estero e, al rientro, valuta e convalida i CFU conseguiti sulla base della documentazione fornita dallo studente (Transcript of Records, attestato del soggiorno, descrizione delle attività svolte). In caso di

variazioni rispetto al Learning Agreement iniziale, il Consiglio può deliberare comunque il riconoscimento, previa valutazione di congruità. Il CdS favorisce anche la mobilità incoming, accogliendo studenti Erasmus provenienti da università partner. L'erogazione di insegnamenti in lingua inglese, presente sin dalla sua istituzione, rende il corso accessibile e attrattivo per studenti internazionali. La docente referente Erasmus del CdS assicura assistenza continuativa sia agli studenti outgoing che a quelli incoming, facilitando il loro inserimento accademico e sociale.

Gli studenti del CdS hanno inoltre l'opportunità di partecipare alle attività promosse da prestigiose reti internazionali universitarie, tra cui: Venice International University – VIU (<http://www.univiu.org/>), consorzio accademico globale con sede a Venezia, che offre corsi internazionali, programmi intensivi e attività seminariali; YERUN – Young European Research Universities (<https://www.yerun.eu/>), rete che promuove progetti di formazione, ricerca e scambio accademico tra giovani università europee; UNICA – Network of Universities from the Capitals of Europe (<http://www.unica-network.eu/>), che favorisce l'internazionalizzazione dei corsi e dei dottorati, oltre allo scambio di buone pratiche nella didattica e nella terza missione.

Il CdS incoraggia la partecipazione a corsi erogati all'interno di VIU, riconoscendone l'elevato valore formativo e la forte componente internazionale. Il CdS valorizza anche la presenza di docenti stranieri coinvolti nella didattica, a testimonianza dell'orientamento internazionale dell'offerta formativa.

Tutte le informazioni aggiornate relative agli accordi attivi, alle opportunità di mobilità, ai bandi aperti e ai servizi di supporto sono pubblicate sul sito della Macroarea e del CdS. L'elenco aggiornato delle università partner è disponibile sul sito dell'ufficio Erasmus di Macroarea. Il CdS monitora l'andamento e l'efficacia della mobilità internazionale attraverso il Gruppo di Riesame e i dati forniti dal Nucleo di Valutazione di Ateneo. Le esperienze internazionali sono oggetto di valorizzazione anche nei percorsi di tesi, nei project work e nel placement post-laurea, contribuendo alla formazione di profili altamente qualificati per il mercato globale del turismo.

Link inserito: <https://lettere.uniroma2.it/ufficio-erasmus-2/>

Inserimento atenei in convenzione 

N.	Nazione	Ateneo in convenzione	Codice EACEA	Data convenzione	Titolo
1	Francia	Paris 1 Sorbonn e- Pantheo n		29/03/2017	solo italiano

2	Francia	Universi te Savoie- Mont Blanc		13/03/2 014	solo italiano
3	Paesi Bassi	Breda Universi ty of Applied Sciences		07/01/2 014	solo italiano
4	Portogal lo	Universi dade Catolica Portugu esa		09/09/2 019	solo italiano
5	Portogal lo	Universi dade De Coimbra	29242- EPP-1- 2014-1- PT- EPPKA3 -ECHE	04/02/2 014	solo italiano
6	Spagna	Universi dad De Almeria	29569- EPP-1- 2014-1- ES- EPPKA3 -ECHE	28/11/2 013	solo italiano
7	Spagna	Universi dad Rey Juan Carlos		20/11/2 013	solo italiano

Accompagnamento al lavoro Link inserito: <http://placement.uniroma2.it/>

Pdf inserito: 

Eventuali altre iniziative

Pdf inserito: 

Opinioni studenti

L'opinione dei laureandi è rilevata dall'Ateneo tramite questionari, i cui quesiti sono definiti dal consorzio AlmaLaurea. Il consorzio stesso cura l'elaborazione e la pubblicazione dei dati rilevati, attraverso il proprio sito

<https://www2.almalaurea.it/cgi-php/universita/statistiche/tendine.php?anno=2022&LANG=it&config=profilo>

L'amministrazione generale cura la pubblicazione della rilevazione dell'opinione degli studenti nel precedente anno accademico e una sintesi della rilevazione relativa all'opinione di laureandi e laureati sulla pagina del corso di studio pubblicata sul sito di Ateneo

http://web.uniroma2.it/module/name/Content/newlang/italiano/navpath/OFF/section_parent/4431

Il Gruppo di AQ del Corso di studio informa gli studenti sulle modalità e le finalità di tali rilevamenti, sollecita gli studenti stessi a una compilazione consapevole del questionari, promuove la diffusione e la conoscenza degli esiti del rilevamento (presso gli studenti e, più in generale, le parti interessate). L'opinione degli studenti e dei laureandi viene analizzata annualmente dal CdS, nelle fasi di programmazione dell'offerta didattica (con considerazioni riportate nella SUA CdS) e in fase di riesame (nel commento alla scheda di monitoraggio, nella riflessione relativa all'efficacia del percorso formativo in vista di evidenziare punti di forza e criticità e individuare iniziative di miglioramento, nella redazione di un eventuale riesame ciclico).

L'opinione degli studenti e dei laureandi viene inoltre analizzata dalla Commissione Paritetica di riferimento, che riporta la propria analisi al Dipartimento mediante la relazione annuale.

L'opinione degli studenti è analizzata anche dal Nucleo di Valutazione, in una relazione annuale dedicata a tale tema. Il Presidio di Qualità assicura la trasmissione di tale relazione a tutti i CdS.

Pdf inserito: 

Opinioni dei laureati

L'opinione dei laureati è rilevata dall'Ateneo tramite questionari, i cui quesiti sono definiti dal consorzio AlmaLaurea. Il consorzio stesso cura l'elaborazione e la pubblicazione dei dati rilevati, attraverso il proprio sito.

L'amministrazione generale cura la pubblicazione di una sintesi rilevazione relativa all'opinione dei laureandi e dei laureati sulla pagina del corso di studio pubblicata sul sito di Ateneo

http://web.uniroma2.it/module/name/Content/newlang/italiano/navpath/OFF/section_parent/4431

Il Gruppo di AQ del Corso di studio informa gli studenti sulle modalità e le finalità di tale rilevamento, segnalando che gli studenti saranno contattati, dopo la laurea, per tale finalità, sollecita gli studenti stessi a una compilazione consapevole del questionari, promuove la diffusione e la conoscenza degli esiti del rilevamento (presso gli studenti e, più in generale, le parti interessate).

L'opinione dei laureati viene analizzata annualmente dal CdS, nella fase di programmazione (riportando l'esito dell'analisi nella SUA CdS), nella fase di riesame (riportando le proprie considerazioni nel commento alla scheda di monitoraggio), nella eventuale redazione del rapporto ciclico, nella riflessione relativa all'efficacia del percorso formativo in vista di evidenziare punti di forza e criticità e individuare iniziative di miglioramento.

L'opinione dei laureati viene inoltre analizzata dalla Commissione Paritetica di riferimento, che riporta

la propria analisi al Dipartimento mediante la relazione annuale.

Pdf inserito: 

Dati di ingresso, di percorso e di uscita

Il CdS in Tourism Strategy, Cultural Heritage and Made in Italy effettua un'analisi sistematica dei dati relativi agli studenti immatricolati, al loro percorso accademico e agli esiti in uscita, al fine di monitorare l'adeguatezza del progetto formativo e promuovere il miglioramento continuo della qualità dell'offerta didattica. Tale analisi è curata dal Gruppo di Assicurazione della Qualità (AQ) del Corso, in coordinamento con il Presidio della Qualità di Ateneo e con il supporto del Manager didattico di Macroarea.

I dati sono reperiti attraverso:

- i sistemi informativi interni dell'Ateneo (es. report di carriera, indici di regolarità, tassi di abbandono);
- i dati forniti da AlmaLaurea per quanto riguarda i profili dei laureati e gli esiti occupazionali.

L'analisi considera i principali indicatori: numerosità degli immatricolati, provenienza geografica e accademica, distribuzione per genere, coorte, percorso degli studenti (CFU acquisiti, regolarità nel completamento, passaggi di corso), durata media degli studi, tassi di abbandono, percentuale di laureati in corso e fuori corso.

Le evidenze raccolte costituiscono base documentale per:

- le attività di programmazione didattica annuale e pluriennale;
- il Riesame annuale e ciclico del CdS;
- il confronto con il Comitato di Indirizzo e con le parti interessate esterne, anche in relazione all'evoluzione del mercato del lavoro;
- l'individuazione di punti di forza e aree di miglioramento;
- l'adozione di azioni correttive mirate (es. rimodulazione dei percorsi, rafforzamento del tutorato, interventi sulle propedeuticità, revisione dell'articolazione didattica).

A livello interno, i dati sono oggetto di discussione e valutazione nei momenti collegiali tra i docenti del CdS, anche ai fini di garantire il coordinamento tra insegnamenti e la coerenza dell'insieme delle attività formative con gli obiettivi formativi del Corso.

La Commissione Paritetica Docenti-Studenti analizza i dati di ingresso, percorso e uscita in occasione della redazione della Relazione Annuale, formulando osservazioni, suggerimenti e proposte da trasmettere al Consiglio di Dipartimento. La Commissione può inoltre avviare, in autonomia, indagini qualitative o quantitative su specifici aspetti del percorso formativo o della soddisfazione degli studenti.

Le risultanze delle analisi, anche nella forma aggregata o comparativa (confronti su base di classe, sede, o Ateneo), vengono illustrate nei momenti di interlocuzione con gli stakeholder, come indicato nelle pratiche di trasparenza e coinvolgimento previste dal sistema AVA.

I dati vengono pubblicati e aggiornati tempestivamente all'interno della piattaforma SUA-CdS non appena resi disponibili da Cineca o dal Presidio di Qualità, secondo quanto previsto dalle linee guida ANVUR.

Pdf inserito: 

Opinioni enti e imprese con accordi di stage / tirocinio curriculare o extra-curriculare

Il monitoraggio della qualità e dell'efficacia formativa degli stage e dei tirocini curricolari ed extracurricolari del CdS in Tourism Strategy, Cultural Heritage and Made in Italy si

avvale di una ricognizione strutturata delle opinioni di enti e aziende ospitanti, realizzata attraverso questionari standardizzati predisposti e gestiti dall'Ufficio Tirocini/Stage di Ateneo, in collaborazione con l'Ufficio Tirocini della Macroarea di Lettere e Filosofia (<https://lettere.uniroma2.it/stages-e-tirocini/>).

I questionari sono finalizzati a raccogliere valutazioni sulla preparazione degli studenti, sia in termini di competenze disciplinari e trasversali acquisite, sia in riferimento alla capacità di inserirsi efficacemente nei contesti lavorativi. Vengono altresì rilevati i punti di forza del percorso formativo e le eventuali aree di miglioramento, anche in relazione all'adeguatezza del tirocinio rispetto agli obiettivi formativi dichiarati.

I dati raccolti confluiscono in un database centralizzato di Ateneo, la cui consultazione è messa a disposizione del Corso di Studio per attività di analisi e valutazione. Il Gruppo AQ del CdS esamina periodicamente i risultati delle ricognizioni e li utilizza per:

- verificare la coerenza tra profili in uscita e preparazione effettiva degli studenti;
- valutare l'effettiva rispondenza tra obiettivi formativi e fabbisogni del mercato del lavoro;
- monitorare l'adeguatezza dei tirocini in rapporto alle funzioni richieste dalle realtà ospitanti;
- programmare eventuali azioni correttive e di miglioramento, anche attraverso il dialogo strutturato con le parti interessate.

I dati vengono inoltre condivisi nei momenti di confronto con il Comitato di Indirizzo e con gli stakeholder territoriali, per favorire l'aggiornamento dell'offerta formativa, stimolare nuove convenzioni e consolidare quelle esistenti. L'analisi dei giudizi espressi dai soggetti ospitanti costituisce anche un parametro per valutare la possibilità di rinnovare collaborazioni con enti e aziende che abbiano dimostrato particolare coerenza con il progetto formativo e capacità di offrire esperienze professionalizzanti significative. Dai primi monitoraggi emergono valutazioni molto positive da parte di numerosi enti pubblici e privati, italiani e stranieri, che hanno ospitato studenti in tirocinio. In diversi casi, le esperienze si sono tradotte in opportunità occupazionali post-laurea, a testimonianza della validità della formazione ricevuta e della coerenza tra gli obiettivi del CdS e le competenze richieste dai settori di riferimento.

La presenza di un Ufficio Tirocini di Macroarea dedicato, che opera in sinergia con l'Ufficio centrale di Ateneo, consente una gestione efficace e personalizzata delle procedure di attivazione, monitoraggio e valutazione dei tirocini. Sul sito dell'ufficio sono pubblicati l'elenco aggiornato delle numerose convenzioni attive e le istruzioni operative per studenti e strutture ospitanti.

Pdf inserito: 

Struttura organizzativa e responsabilità a livello di Ateneo

Organizzazione e responsabilità della AQ a livello del Corso di Studio

Riesame annuale