

<b>Università</b>	Università Cattolica del Sacro Cuore
<b>Classe</b>	L-15 - Scienze del turismo
<b>Nome del corso in italiano</b>	Tourism management, sostenibilità e valorizzazione del territorio <i>adeguamento di: Tourism management, sostenibilità e valorizzazione del territorio (1430027).</i>
<b>Nome del corso in inglese</b>	Tourism management, sustainability, and enhancing the land
<b>Lingua in cui si tiene il corso</b>	italiano
<b>Codice interno all'ateneo del corso</b>	
<b>Data di approvazione della struttura didattica</b>	13/12/2023
<b>Data di approvazione del senato accademico/consiglio di amministrazione</b>	12/02/2024
<b>Data della consultazione con le organizzazioni rappresentative a livello locale della produzione, servizi, professioni</b>	06/09/2018 - 14/11/2018
<b>Data del parere favorevole del Comitato regionale di Coordinamento</b>	11/12/2018
<b>Modalità di svolgimento</b>	a. Corso di studio convenzionale
<b>Eventuale indirizzo internet del corso di laurea</b>	<a href="https://www.unicatt.it/corsi/triennale/tourism-management-sostenibilita-valorizzazione-territorio-brescia.html">https://www.unicatt.it/corsi/triennale/tourism-management-sostenibilita-valorizzazione-territorio-brescia.html</a>
<b>Facoltà di riferimento ai fini amministrativi</b>	LETTERE e FILOSOFIA
<b>Altre Facoltà</b>	SC. LINGUISTICHE e LETTERATURE STRANIERE
<b>Massimo numero di crediti riconoscibili</b>	12 DM 16/3/2007 Art 4 <a href="#">Nota 1063 del 29/04/2011</a>
<b>Numero del gruppo di affinità</b>	1

### **Obiettivi formativi qualificanti della classe: L-15 Scienze del turismo**

I laureati nei corsi di laurea della classe devono:

- possedere un'adeguata conoscenza delle discipline di base economiche, geografiche, antropologiche e sociologiche, nonché nelle materie culturali e giuridiche attinenti alle interdipendenze settoriali del mercato turistico;
- possedere una buona padronanza dei metodi della ricerca sociale ed economica e di parte almeno delle tecniche proprie dei diversi settori di applicazione, con competenze relative alla misura, al rilevamento e al trattamento dei dati pertinenti l'analisi sociale;
- possedere un'adeguata conoscenza della cultura organizzativa dei contesti lavorativi, che assicuri una competenza applicativa e metta in condizione di operare in modo polivalente nelle imprese e nelle amministrazioni attive nel settore;
- acquisire le metodiche disciplinari nelle tecniche di promozione e fruizione dei beni e delle attività culturali;
- essere in grado di collocare le specifiche conoscenze acquisite nel più generale contesto culturale, economico e sociale, sia esso a livello locale, nazionale e sovranazionale;
- essere in grado di utilizzare efficacemente, in forma scritta e orale, almeno due lingue dell'Unione Europea, oltre l'italiano, nell'ambito specifico di competenza e per lo scambio di informazioni generali;
- possedere adeguate competenze e strumenti idonei alla comunicazione e alla gestione dell'informazione.

Sbocchi occupazionali e attività professionali previsti dai corsi di laurea sono in diversi ambiti, quali il turismo, l'organizzazione di attività sociali compatibili con l'ambiente, la comunicazione turistica per il mercato dell'editoria tradizionale, multimediale e negli uffici stampa di enti e di imprese del settore.

Ai fini indicati, i curricula dei corsi di laurea della classe:

- comprendono in ogni caso attività finalizzate all'acquisizione di conoscenze fondamentali nei vari campi della economia, della geografia e della sociologia del turismo e delle altre discipline rilevanti, connettendo i vari saperi specialistici all'interno di un sistema coerente di conoscenze teoriche e abilità operative;
- comprendono in ogni caso almeno una quota di attività formative orientate all'apprendimento di capacità operative nel settore delle tecniche turistiche, dell'analisi di mercato e nella gestione delle aziende operanti nell'industria dell'ospitalità in cui si ricomprendono i servizi culturali e ambientali;
- prevedono, in relazione a obiettivi specifici, attività esterne, come tirocini formativi presso enti o istituti del settore, aziende e amministrazioni pubbliche, anche straniere, oltre a soggiorni di studio presso altre università italiane, estere, anche nel quadro di accordi internazionali.

### **Relazione del nucleo di valutazione per accreditamento**

## **Vedi allegato**

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

1° incontro con le parti sociali.

Data: 6 settembre 2018, presso la Sede di Brescia dell'Università Cattolica del Sacro Cuore

Organo accademico che ha effettuato la consultazione: Direzione di Sede dell'Università Cattolica del Sacro Cuore di Brescia e Presidenza della Facoltà di Lettere.

Tipologia delle organizzazioni consultate (consultazione diretta): Enti pubblici territoriali (Comune, Provincia), Assessorati e loro uffici operativi nel comparto turistico e della mobilità, Agenzie di Viaggio e Tour operator locali, Associazioni di Categoria (commercio, ricettività alberghiera), imprenditori di settore (direttore di grandi alberghi).

Ruoli ricoperti dai partecipanti alla consultazione: si è trattato dei rappresentanti delle seguenti istituzioni pubbliche e private

- Vicesindaco del Comune di Brescia;
- rappresentante Brevivet (tour operator);
- Ufficio Turismo Comune di Brescia;
- Bresciaturism;
- Assessorato alle Politiche della Mobilità ed ai servizi istituzionali del Comune di Brescia;
- Confcommercio Brescia;
- Gabinetto di Presidenza della Provincia di Brescia;
- Ufficio Turismo Comune di Brescia;
- Federalberghi Brescia;

- Direttore Hotel Villa Aminta di Stresa;
- Comune di Brescia.

Modalità e cadenza di studi e consultazioni: è prevista una verifica dei risultati conseguiti ed un confronto con le parti sociali per la valutazione degli stessi con cadenza annuale a partire dall'attivazione del CdS. La modalità prevede la stesura di una relazione e una riunione in presenza delle parti convocate per l'analisi della relazione stessa.

Risultanze della consultazione

I convocati rappresentanti di enti ed istituzioni pubbliche e private hanno espresso:

- approvazione ed interesse per l'iniziativa, rilevando che essa mira a colmare un vuoto formativo in ambito locale e a valorizzare le professionalità già esistenti e quelle che necessitano di ulteriore formazione;
- apprezzamento per la proposta formativa in campo linguistico;
- apprezzamento per la proposta di coniugare l'aspetto pragmatico ed economico, finalizzata alla valorizzazione e alla vendita del prodotto turistico;
- disponibilità a collaborare con l'Università e ad accogliere gli studenti per le attività pratiche e formative, auspicando che a tali attività vengano dedicati stages di lunghezza adeguata (oltre le 200 ore), al fine di permettere lo sviluppo di progetti più complessi;
- auspicio di risultati che comprendano una maggiore conoscenza delle nuove tecnologie, del territorio e della capacità di narrarlo e di fare comunicazione efficace per la valorizzazione della regione turistiche e delle sue risorse.

2° incontro con le parti sociali.

Data: 14 novembre 2018, presso la Sede di Brescia dell'Università Cattolica del Sacro Cuore

Organo accademico che ha effettuato la consultazione: Direzione di Sede dell'Università Cattolica del Sacro Cuore di Brescia e Presidenza della Facoltà di Lettere.

Tipologia delle organizzazioni consultate (consultazione diretta): Enti pubblici territoriali (Comune, Provincia), Assessorati e loro uffici operativi nel comparto turistico e della mobilità, Associazioni di Categoria (commercio, ricettività alberghiera), docenti, presidi e funzionari dell'Università Cattolica del Sacro Cuore.

Ruoli ricoperti dai partecipanti alla consultazione. Si è trattato dei rappresentanti delle seguenti istituzioni pubbliche e private:

- un Referente per il Servizio Turismo Comune di Brescia;
- un Referente per il Settore promozione della città - Comune di Brescia;
- Presidenza Provincia di Brescia - Capo di Gabinetto;
- la Delegata dall'Assessore Federico Manzoni - Comune di Brescia;
- Federalberghi Brescia Vice Presidente;
- un Referente per Federalberghi Brescia.

Modalità e cadenza di studi e consultazioni: è prevista una verifica dei risultati conseguiti ed un confronto con le parti sociali per la valutazione degli stessi con cadenza annuale a partire dall'attivazione del CdS. La modalità prevede la stesura di una relazione e una riunione in presenza delle parti convocate per l'analisi della relazione stessa.

Risultanze della consultazione:

I convocati rappresentanti di enti ed istituzioni pubbliche e private hanno espresso:

- Nuovo apprezzamento per la proposta e per il fatto che il progetto sembra aver recepito le indicazioni scaturite dall'incontro precedente;
- Apprezzamento per lo sforzo di colmare il vuoto formativo della Lombardia orientale e di dare risposta alle esigenze di chi già lavora nel comparto turistico;
- Auspicio di maggiore potenziamento dello studio delle lingue straniere;
- Richiesta di prevedere nei corsi di natura economica argomenti legati alla formazione di figure con professionalità e strumenti per dare vita a sinergie con il settore pubblico, allo scopo di intercettare fondi e risorse provenienti da bandi pubblici.

## **Vedi allegato**

### **Sintesi del parere del comitato regionale di coordinamento**

COMITATO DI COORDINAMENTO UNIVERSITARIO PER LA LOMBARDIA

Riunione del 11.12.2018

Il Comitato di coordinamento universitario per la Lombardia si riunisce il giorno 11 dicembre 2018 alle ore 15, presso la sede universitaria di Via Pignolo 76 a Bergamo.

Il Rettore dell'Università Cattolica del Sacro Cuore presenta al Comitato le proposte elaborate dal suo Ateneo.

Al termine della presentazione dei singoli progetti da parte di Rettori interessati, il Comitato sottolinea l'importanza dell'azione di coordinamento condotta dal Comitato che consente una adeguata valorizzazione delle specificità dei singoli Atenei assicurando una offerta formativa completa.

La presentazione preliminare di alcuni Corsi di studio avvenuta nei mesi scorsi ha infatti permesso agli Atenei di valutare l'impatto delle nuove attivazioni tenendo conto delle direttrici di sviluppo degli altri Atenei del territorio.

Il Comitato apprezza in modo particolare le proposte presentate relative all'istituzione di corsi interateneo anche con università non statali, che consentono di ottimizzare le risorse di docenza e strutture del sistema universitario regionale.

Tutto ciò premesso, sulla scorta anche dell'articolata documentazione fatta pervenire dagli Atenei proponenti, il Comitato all'unanimità esprime parere favorevole all'istituzione dall'a.a. 2019/20 dei Corsi di Studio presentati.

## **Vedi allegato**

### **Obiettivi formativi specifici del corso e descrizione del percorso formativo**

Gli obiettivi formativi di questo percorso sono connessi allo sviluppo di una preparazione a 360° su diverse tematiche per affrontare le sfide che il mondo del lavoro collegato al settore turistico propongono oggi. In particolare, gli obiettivi formativi prenderanno le mosse da una solida preparazione sulle principali discipline che costituiscono la base delle competenze economico manageriali, giuridiche e sociologiche finalizzate a gestire alcune tra le più rilevanti attività caratterizzanti le imprese del settore per consentirne la competitività sia a livello strategico sia a livello operativo con un'attenzione particolare dedicata al tema della sostenibilità, ai suoi indicatori e alle implicazioni della sua traduzione operativa da parte degli attori del settore, pubblici e privati.

Ad integrazione di questi obiettivi vi è l'acquisizione di una solida competenza linguistica in italiano e almeno altre due lingue, tra cui l'inglese e una seconda lingua chiave per operare efficacemente nel settore turistico. L'approccio allo studio linguistico mira a sviluppare non solo competenze comunicative, ma anche una comprensione approfondita della cultura sottostante, fondamentale per operare in una prospettiva relazionale con la clientela sia gestendo attività legate all'incoming sia supportando i turisti italiani outgoing. L'approfondimento legato all'utilizzo della lingua inglese durante alcuni dei corsi curriculari avrà l'obiettivo di consentire agli studenti di padroneggiare anche i linguaggi più tecnici e, quindi, saper interagire anche a livello aziendale e interaziendale in lingua. Inoltre, il programma si propone di fornire le competenze necessarie per creare contenuti di comunicazione sia sui media classici sia sui nuovi media al fine di poter operare efficacemente nelle attività connesse alla promozione di un territorio o di un'offerta turistica specifica.

Per poter operare efficacemente nel settore del turismo e in particolare ai fini della valorizzazione del territorio occorre dotarsi anche delle conoscenze e competenze relative alla gestione e alla promozione del patrimonio artistico e culturale. A tale scopo, ulteriore obiettivo del percorso formativo è quello di fornire una solida base conoscitiva di detto patrimonio sia di tipo materiale sia di tipo immateriale per costruire e comunicare un'esperienza turistica realmente attrattiva.

Infine, accanto agli obiettivi più tipicamente connessi all'acquisizione di hard skills, una particolare attenzione verrà rivolta anche alle cosiddette soft skills, particolarmente necessarie in un contesto di servizi, quali quelle legate alle relazioni sociali ed interpersonali, per gestire efficacemente le relazioni con la clientela e con le reti di partner, pubblici e privati, il team working, il public speaking, la gestione del tempo e il rispetto delle scadenze. Tali obiettivi saranno perseguibili attraverso attività mirate e attraverso la realizzazione di project work che caratterizzeranno le attività laboratoriali.

#### **DESCRIZIONE DEL PERCORSO FORMATIVO**

Il primo anno è finalizzato a impartire le basi dell'apprendimento delle due lingue straniere previste nel piano di studi e a fornire la conoscenza degli elementi di base della materia turistica, in ambito sia territoriale (geografia dell'ambiente e del territorio), sia sociologico, sia storico, per capire le matrici del fenomeno, anche dal punto di vista dello sviluppo sostenibile, e le sue evoluzioni con una prospettiva che guarda al futuro dando continuità rispetto al passato. La formazione del primo anno di studi è completata dall'erogazione di due corsi: il primo di carattere tecnico-economico, inerente le basi che

regolano le dinamiche competitive e gli aspetti organizzativi che riguardano gli attori sia privati sia pubblici che operano nel settore turistico e a presidio del territorio; il secondo di carattere più tipicamente manageriale volto ad approfondire le decisioni strategiche e operative in una prospettiva più tipicamente di programmazione e controllo.

Il secondo anno è finalizzato a specializzare in ambito più prettamente turistico la conoscenza linguistica dello studente, fornendo adeguati strumenti tecnici e lessicali per la comunicazione in questo contesto. I rimanenti insegnamenti spazieranno dalla formazione di una solida base culturale in ambito artistico, comprendente la capacità di saper comunicare al pubblico il territorio e le risorse, tenendo conto degli aspetti psicologici che muovono gli individui verso l'esperienza del viaggio e quindi degli elementi fondativi per la sua progettazione, all'apprendimento di saperi specialistici nell'ambito del marketing del territorio e delle imprese turistiche e della gestione sia strategica che operativa delle modalità di comunicazione nell'ambito turistico sia off sia on line.

Il terzo anno completa le conoscenze specialistiche relative al turismo con l'approfondimento dei principi del diritto dei sistemi turistici e culturali anche nella prospettiva della sostenibilità con un focus sulle opportunità di acquisizione di risorse esterne, soprattutto provenienti da pubblici bandi a sostegno delle iniziative di sviluppo. In questo anno si enfatizzerà la componente applicativa attraverso l'acquisizione di competenze tecniche legate al video making e alla content creation per l'efficace presenza sui media classici e digitali e l'approfondimento delle competenze legate all'utilizzo delle piattaforme informatiche nel turismo. Le implicazioni operative in chiave di sostenibilità all'interno del settore saranno oggetto di particolare attenzione e troveranno applicazione concreta nell'ambito della organizzazione eventi. Le competenze economico-gestionali vedranno, infine, il loro completamento con uno spazio dedicato alla gestione delle risorse umane e allo sviluppo delle soft skills così rilevanti nell'ambito di questo settore. Il percorso, che vede la presenza di numerosi laboratori professionalizzanti in tutti e tre anni di corso, si chiude coerentemente con lo stage curricolare, che può essere svolto anche all'estero, costituendo un momento dedicato all'apprendimento in company e all'avvicinamento dello studente al mondo delle imprese e degli enti di gestione delle risorse turistiche territoriali, mettendolo nelle condizioni di gestire anche un proprio progetto autonomo di crescita in azienda ed avviandolo all'elaborazione della prova finale di laurea.

### **Descrizione sintetica delle attività affini e integrative**

Le attività "affini o integrative" attualmente presenti nel piano degli studi sono state individuate nell'ambito delle lingue straniere, in particolare tedesco e francese. Le materie prevedono una parte di studio specifico della letteratura dei paesi germanofoni e francofoni, per comprenderne la cultura e così dare maggiore senso alle aspettative e ai criteri di scelta rispetto alle scelte di viaggio, e delle strutture grammaticali fondamentali a compendio di un approccio applicato alla pratica della lingua. La comprensione delle dinamiche sociologiche legate al turismo costituisce una lente interpretativa particolarmente interessante di questo fenomeno nella sua globalità e quindi applicabile sia al cosiddetto turismo incoming sia al turismo outgoing. In questo senso l'approfondimento delle dinamiche culturali del viaggio alla base della narrazione del territorio rappresenta un momento di sintesi delle attività "affini o integrative". Questa attività contribuisce al raggiungimento degli obiettivi formativi del corso fornendo allo studente le indispensabili competenze e abilità nelle seguenti attività:

- Padronanza nella comprensione e nella scrittura di testi e interazione verbale con turisti appartenenti a culture diverse e con corrispondenti delle attività turistiche o soggetti che fanno ricorso ai servizi forniti dalle attività svolte nelle proprie imprese e attività di lavoro;
- Narrazione e promozione del territorio nei confronti della clientela (potenziale e in itinere), attività di informazione, attività di progettazione dell'offerta turistica, attività di studio e di ricerca nel campo delle attività di sviluppo turistico.

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

#### **Conoscenza e capacità di comprensione (knowledge and understanding)**

I risultati attesi al termine del percorso formativo, per come esso è stato progettato, attengono in primis alle conoscenze e competenze di tipo:

- economico-aziendale, giuridico e sociologico con particolare riferimento al settore del turismo;
- linguistico applicato, sia per quanto attiene alla lingua italiana sia per quanto attiene alle lingue straniere di elezione;
- artistico-culturale.

In particolare, le competenze economiche e manageriali, giuridiche e sociologiche che gli studenti potranno acquisire saranno concentrate su:

- l'analisi e il monitoraggio degli andamenti della domanda sia in termini di caratteristiche sia in termini di flussi turistici attuali e potenziali;
- l'analisi della concorrenza anche in una prospettiva allargata e la definizione delle strategie competitive per operare nel mercato stesso;
- la progettazione di un'esperienza di servizio turistico e la valutazione del suo impatto a livello economico definendo e sapendo gestire i principali KPI di riferimento anche attraverso una capacità di gestione dei dati provenienti da fonti sia interne ad un'organizzazione sia esterne.

Un particolare focus verrà dedicato alle conoscenze e competenze legate alla sostenibilità nel settore del turismo declinata nelle sue diverse implicazioni sia ambientali, sia sociali sia economiche.

Inoltre, il Corso mira a potenziare le competenze comunicative degli studenti non solo nella lingua italiana ma anche in altre due lingue straniere rilevanti nel contesto turistico. L'obiettivo è fornire una padronanza completa delle abilità linguistiche sia a livello orale che scritto, enfatizzando la comprensione e l'uso della "micro-lingua" propria del settore turistico.

Particolare enfasi viene posta sul turismo culturale, un settore che richiede un'approfondita comprensione dei contesti storici, artistici e culturali. In questo senso gli studenti acquisiranno:

- una competenza linguistica specifica atta a comprendere e trasferire le sfumature culturali e storiche proprie di destinazioni turistiche con un ricco patrimonio culturale;
- la capacità di analisi e all'approfondimento delle opere d'arte, delle manifestazioni culturali e delle espressioni creative che hanno caratterizzato i diversi periodi storici. Questo includerà lo studio approfondito di movimenti artistici, stili architettonici, e manifestazioni culturali salienti, fornendo agli studenti uno sguardo dettagliato sulla ricchezza e la diversità delle espressioni umane nel corso del tempo.

La verifica delle conoscenze e delle capacità sopra indicate avverrà con test in itinere, durante le ore di esercitazione, nel corso delle prove d'esame di ogni disciplina e attraverso i contenuti espressi nella prova finale.

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

Data la struttura del percorso in cui una parte importante è svolta dalle attività laboratoriali nelle diverse aree di competenza, i laureati saranno in grado di applicare le competenze manageriali attraverso lo sviluppo di business plan e piani di marketing e comunicazione per la realizzazione dei quali utilizzeranno modelli e strumenti di immediata applicazione appresi durante il corso degli studi. Saranno quindi in grado di progettare attività e promuovere destinazioni turistiche in modo sostenibile, di gestire l'utilizzo delle risorse del territorio, pianificando l'utilizzo delle infrastrutture turistiche anche in chiave di sostenibilità e promuovendo modelli di turismo atti a valorizzare le risorse. Gli studenti avranno modo di interagire concretamente con stakeholder e attori chiave, inclusi amministrazioni pubbliche, organizzazioni non governative, settore privato e comunità locali, per sviluppare strategie e azioni condivise volte a promuovere il turismo e le attività ad esso connesse. Lo sviluppo delle abilità comunicative in italiano e nelle due lingue straniere scelte li porrà in grado di produrre documenti, materiali o altre forme di espressione in ambito turistico volte al contatto diretto o mediato anche attraverso le tecnologie digitali. L'impostazione della didattica consente di fornire strumenti di confronto e di analisi, anche attraverso l'approfondimento di casi di studio, per formulare strategie di sviluppo di medio-lungo periodo per un sistema territoriale locale. Attraverso rilievi sul territorio, viene sviluppata la capacità di gestire e valorizzare le risorse turistiche tramite la progettazione e l'ideazione di opportuni prodotti (eventi turistico/culturali, itinerari tematici e/o multi-tematici, club di prodotto ecc.) usando le opportune tecniche di comunicazione anche digitale (progetti di comunicazione integrata, narrazione transmediale ecc.).

La verifica delle capacità sopra indicate avverrà con test in itinere, durante le ore di laboratorio, nel corso delle prove d'esame di ogni disciplina e attraverso i contenuti espressi nella prova finale.

#### **Autonomia di giudizio (making judgements)**

Il percorso di studi consentirà agli studenti di sviluppare le competenze necessarie per adottare un approccio critico e autonomo nella ricerca, analisi e interpretazione dei dati. Questo approccio sarà volto a stimolare la capacità di esaminare in modo indipendente una vasta gamma di fonti informative, incoraggiando la capacità di valutare in modo critico la loro affidabilità, accuratezza e rilevanza. Gli studenti saranno guidati nell'acquisizione di strumenti e metodi per la raccolta e la gestione di dati di varia natura, creando e gestendo banche dati per sostenere i loro studi e le loro ricerche. Attraverso i corsi istituzionali e i laboratori pratici gli studenti impareranno a selezionare, organizzare e analizzare le informazioni in modo efficace, sviluppando così competenze cruciali per comprendere la complessità dei problemi. Gli studenti saranno così in grado di identificare soluzioni innovative e realizzabili rispetto alle sfide presenti nei settori di studio, valutando e stabilendo priorità operative in base alle risorse disponibili.

La verifica dell'autonomia di giudizio avverrà attraverso le prove d'esame delle singole discipline, dove gli studenti dimostreranno la loro capacità di applicare il metodo critico appreso nell'analisi dei contenuti. Inoltre, la prova finale consentirà loro di dimostrare la loro capacità di esercitare un giudizio autonomo e critico nell'analizzare e risolvere questioni complesse, integrando le conoscenze acquisite durante il corso di studi.

### **Abilità comunicative (communication skills)**

Dal punto di vista delle abilità comunicative che saranno acquisite dagli studenti, queste possono essere suddivise rispetto alle aree disciplinari fondamentali che caratterizzano il Corso di Laurea:

- Area delle discipline economico-aziendali, giuridiche e sociologiche: gli studenti acquisiranno il linguaggio proprio di ciascuna area disciplinare e saranno guidati nella comprensione e nell'utilizzo dei linguaggi e degli approcci propri di attori estremamente diversificati. Questi includono attori pubblici, organizzazioni non governative e realtà del settore privato operanti nel contesto turistico. Ciò allo scopo di dare corpo a proposte di turismo che vedano nell'integrazione secondo modelli a rete il loro tratto distintivo.

- Area delle discipline linguistiche: quest'area disciplinare mira a promuovere e consolidare competenze fondamentali per la comprensione e la mediazione interculturale, al fine di sviluppare abilità linguistiche e comunicative che siano efficaci in una vasta gamma di contesti socio-culturali. Gli studenti saranno esposti a diversi contesti culturali per ampliare la loro comprensione e sensibilità verso le differenze culturali. Attraverso l'apprendimento linguistico e culturale, verranno incoraggiati a sviluppare abilità comunicative sia a livello orale che scritto, adattabili a varie situazioni e contesti. Questo coinvolgerà l'apprendimento di diversi registri linguistici, stili di comunicazione e tecniche espressive appropriate per interagire in modo efficace e rispettoso con individui provenienti da contesti culturali diversi.

- Area delle discipline artistico-culturali: lo studente viene condotto a padroneggiare le tecniche di comunicazione e le modalità espressive relative alla conoscenza e alla promozione delle risorse artistiche anche alla luce dei trend socio-culturali.

La verifica delle abilità sopra indicate avverrà con test in itinere, durante le ore di laboratorio, nel corso delle prove d'esame di ogni disciplina e attraverso i contenuti espressi nella prova finale.

### **Capacità di apprendimento (learning skills)**

La partecipazione alle attività didattiche e la ricerca in prima persona comportano l'assunzione di un ruolo autonomo ed attivo nell'acquisizione ed elaborazione delle informazioni. Lo studente impara a formulare ipotesi, stabilire collegamenti, testarle in ambiente controllato e nei contesti reali e rielaborarle in modo da sapere trasmettere i contenuti agli stakeholder del comparto turistico. A tal fine lo studente potrà avvalersi delle attività aggiuntive a quelle curricolari come simulazioni di casi, project work, interventi di esperti e professionisti del settore, ecc.. Queste attività si svolgeranno non solo nei corsi curricolari ma anche e soprattutto nei laboratori in cui particolare attenzione verrà dedicata anche alle modalità di sviluppo delle soft skills.

L'esperienza in house prevista al termine del percorso ( tirocinio curricolare) costituirà il momento di completamento e sintesi delle competenze apprese nell'ambito delle diverse discipline.

Tutto ciò predisporrà lo studente ad un apprendimento continuo (lifelong learning) mediante un approccio dinamico e innovativo. La verifica delle capacità di apprendere avverrà attraverso i laboratori, gli stage e le prove d'esame di ogni disciplina.

### **Conoscenze richieste per l'accesso**

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

Per essere ammessi al corso di laurea occorre essere in possesso di un diploma di scuola secondaria di secondo grado o di altro titolo di studio conseguito all'estero, riconosciuto idoneo.

In particolare, è richiesta un'adeguata preparazione nelle seguenti aree tematiche: conoscenza della lingua italiana e comprensione del testo.

Il regolamento didattico del corso di laurea determina le modalità di verifica delle conoscenze richieste e gli eventuali obblighi formativi aggiuntivi, nel caso in cui il risultato della verifica non sia positivo, da soddisfare nel primo anno di corso.

### **Caratteristiche della prova finale**

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

La prova finale può essere sostenuta secondo una delle seguenti tipologie, da considerarsi omogenee rispetto al numero di crediti formativi universitari previsto:

- relazione scritta su un approfondimento metodologico connesso a un insegnamento o ad altra attività didattica;
- relazione scritta su un'attività didattica integrativa;
- presentazione di un elaborato frutto di un'attività di laboratorio, seminariale o altro;
- predisposizione e presentazione di una relazione scritta relativa a un tema multidisciplinare assegnato allo studente;
- presentazione di un elaborato svolto all'interno dell'attività di stage o tirocinio;
- eventuale altra modalità che sarà specificata in sede di regolamento del corso di studio.

<b>Sbocchi occupazionali e professionali previsti per i laureati</b>
<p><b>Esperto in gestione delle attività turistiche e valorizzazione del territorio</b></p> <p><b>funzione in un contesto di lavoro:</b>  Il laureato in questo ambito si posiziona all'interno di un vasto panorama professionale legato all'industria turistica, sia a livello nazionale che internazionale. Questa figura professionale opera in molteplici ambiti, tra cui l'incoming (attraZIONE di turisti stranieri) e l'outgoing (organizzazione di viaggi all'estero), sia nel settore pubblico che privato, sia come libero professionista che come dipendente. Nel suo lavoro quotidiano, il laureato è responsabile di compiti fondamentali quali la raccolta, l'analisi e l'elaborazione di dati macro e micro riguardanti vari aspetti del turismo, come ad esempio le risorse attrattive di un territorio, le infrastrutture turistiche disponibili e i flussi di turisti. Inoltre, è in grado di ideare e gestire progetti volti alla valorizzazione del territorio e allo sviluppo di servizi turistici. Attraverso un'adeguata formazione economica, il laureato può estendere la sua sfera di competenze anche agli aspetti gestionali ed economici di varie strutture organizzative e aziendali. Questa capacità di comprendere e integrare le dinamiche economiche in contesti turistici lo rende in grado di contribuire significativamente alla pianificazione, gestione e sviluppo strategico di aziende e organizzazioni nel settore del turismo. Questa figura professionale è in grado di lavorare in modo autonomo o in gruppo, partecipando attivamente a team di lavoro e, se necessario, assumendo il ruolo di coordinatore. Collabora con esperti nel suo campo di competenza e con professionisti di altri settori, sia all'interno delle aziende che nella Pubblica Amministrazione, offrendo consulenza o dirigendo progetti turistici multidisciplinari.  La laurea costituisce inoltre titolo di accesso alla laurea magistrale.</p> <p><b>competenze associate alla funzione:</b>  Le competenze che caratterizzeranno il laureato in uscita da questo percorso sono:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- competenze legate alla pianificazione, sviluppo e implementazione di strategie efficaci per promuovere il territorio e le attività turistiche;</li> <li>- competenze di gestione delle risorse economiche e umane;</li> <li>- competenze circa le principali normative e regolamenti livello nazionale, europeo e internazionale che influenzano il settore del turismo;</li> <li>- competenze funzionali a stabilire e mantenere relazioni solide con partner commerciali, istituzioni governative, organizzazioni non governative, comunità locali e altri attori chiave nel settore turistico;</li> <li>- competenze finalizzate alla comprensione dei principi di sostenibilità e delle modalità di integrazione delle pratiche sostenibili nella gestione delle attività turistiche per preservare il territorio e la sua cultura nel lungo termine;</li> <li>- competenze linguistiche adeguate a sostenere le dinamiche relazionali e di networking con il mercato e con i partner pubblici e privati;</li> <li>- competenze finalizzate a identificare e valorizzare le risorse del territorio, tra cui elementi culturali, storici e artistici che contribuiscono all'attrattività turistica.</li> </ul> <p><b>sbocchi occupazionali:</b>  Il Corso intende formare professionisti del settore esperti nella progettazione e nella gestione di servizi turistici e di proposte di valorizzazione del territorio mediante anche lo sviluppo di reti di imprese. Tali competenze potranno essere impiegate tanto all'interno delle PMI e delle grandi imprese del comparto turistico, quanto presso le istituzioni preposte alla governance (pianificazione e gestione) del territorio e delle sue risorse attrattive. Per altro verso potranno anche dar luogo a iniziative di micro e auto imprenditorialità (modello delle start up). Gli sbocchi occupazionali saranno rivolti ai seguenti comparti:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pubblica Amministrazione ed Enti Locali (regionali, provinciali, comunali, Comunità montane, Enti di gestione di aree protette, distretti di promozione turistica locale);</li> <li>- Attività ricettive e complementari;</li> <li>- Agenzie di viaggio;</li> <li>- Realtà di organizzazione eventi;</li> <li>- Libere professioni e imprese start up.</li> </ul>
<p><b>Esperto di marketing e comunicazione internazionale per il turismo</b></p> <p><b>funzione in un contesto di lavoro:</b>  Questa figura professionale in esito dal percorso formativo è in grado di promuovere e far crescere il business turistico a livello globale, identificando opportunità, gestendo la comunicazione e mantenendo una presenza competitiva sul mercato internazionale. In particolare, concorre a progettare e implementare strategie di marketing per sviluppare e promuovere destinazioni turistiche, servizi o prodotti legati al settore turistico a livello internazionale. Per fare ciò può condurre ricerche di marketing sulle tendenze di viaggio, i comportamenti dei consumatori, le preferenze dei turisti internazionali e le dinamiche del mercato per identificare opportunità di crescita e sviluppo. Suo compito è anche quello di determinare strategie e tattiche di prezzo e scegliere le modalità di vendita più efficaci dei servizi turistici sul mercato. Si occupa di gestire la comunicazione esterna e interna, sia in termini di pubbliche relazioni con i media internazionali, che di comunicazione interna contribuendo a costruire e mantenere la reputazione del brand turistico in particolare a livello internazionale. Ha anche l'obiettivo di sviluppare campagne pubblicitarie, attività di marketing digitale, strategie sui social media, partnership con influencer e altro ancora. Misura l'efficacia delle attività di marketing e delle campagne di comunicazione attraverso l'analisi dei dati, valutando metriche chiave per ottimizzare le strategie e raggiungere gli obiettivi prefissati. Questa figura professionale è in grado di lavorare in modo autonomo o in gruppo, partecipando attivamente a team multiculturali. Lavora a stretto contatto con i diversi attori del comparto del turismo, partner commerciali, istituzioni governative e altre entità a livello internazionale per sviluppare sinergie, partnership e strategie di cooperazione.  La laurea costituisce inoltre titolo di accesso alla laurea magistrale.</p> <p><b>competenze associate alla funzione:</b>  Le competenze riconducibili alla figura professionale specifica sviluppate attraverso il percorso formativo si riconducono a diversi ambiti:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- competenze legate alla conoscenza delle dinamiche del mercato del settore turistico;</li> <li>- competenze relative alle tecniche di marketing applicate al settore specifico, incluso l'uso degli strumenti digitali per gestire il monitoraggio della relazione con la clientela;</li> <li>- competenze in tema di tecniche commerciali e di vendita;</li> <li>- competenze proprie della gestione dell'offerta di un'esperienza turistica di qualità;</li> <li>- competenze analitiche finalizzate a valutare i dati relativi al flusso turistico, alle preferenze dei visitatori e all'impatto delle attività turistiche, al fine di pianificare interventi mirati e efficaci;</li> <li>- competenze comunicative per presentare e promuovere il territorio, le attrazioni turistiche e i servizi turistici a diverse tipologie di pubblico, utilizzando varie piattaforme e mezzi di comunicazione sia con riferimento ai media classici sia per quanto attiene ai media digitali;</li> <li>- competenze di uso delle lingue straniere per interagire con una clientela internazionale e gestire relazioni transnazionali.</li> </ul> <p><b>sbocchi occupazionali:</b>  Il Corso intende coprire i vuoti formativi, e quindi occupazionali, individuati negli studi di settore e nell'analisi delle potenzialità turistiche, formando professionisti esperti nella gestione di sistemi complessi di promozione e vendita delle offerte turistiche rivolte a</p>

visitatori locali e vicinali(escursionisti) e non locali (turisti) e nella comunicazione dell'immagine territoriale e dei servizi turistici utilizzando i diversi media disponibili anche in modo non convenzionale.. Tali competenze potranno essere impiegate tanto all'interno delle PMI e delle grandi imprese del comparto turistico, quanto presso le istituzioni preposte alla governance del territorio e delle sue risorse attrattive, quanto ancora nei media, in senso ampio, impegnati nella comunicazione esterna dell'immagine della regione turistica e degli operatori in essa operanti. Per altro verso potranno anche dar luogo a iniziative di micro e auto imprenditorialità (modello delle start up). Gli sbocchi occupazionali saranno rivolti ai seguenti comparti:

- Pubblica Amministrazione ed Enti Locali (regionali, provinciali, comunali, Comunità montane, Enti di gestione di aree protette, distretti di promozione turistica locale);
- Agenzie di marketing e comunicazione;
- Agenzie di organizzazione eventi;
- Attività ricettive e complementari;
- Tour operator e agenzie di viaggio;
- Libere professioni e imprese start up.

**Il corso prepara alla professione di (codifiche ISTAT)**

- Tecnici delle pubbliche relazioni - (3.3.3.6.2)
- Tecnici delle attività ricettive e professioni assimilate - (3.4.1.1.0)
- Organizzatori di fiere, esposizioni ed eventi culturali - (3.4.1.2.1)
- Tecnici della pubblicità - (3.3.3.6.1)
- Tecnici del marketing - (3.3.3.5.0)
- Agenti di viaggio - (3.4.1.4.0)
- Organizzatori di convegni e ricevimenti - (3.4.1.2.2)

**Il rettore dichiara che nella stesura dei regolamenti didattici dei corsi di studio il presente corso ed i suoi eventuali curricula differiranno di almeno 40 crediti dagli altri corsi e curriculum della medesima classe, ai sensi del DM 16/3/2007, art. 1 c.2.**

**Attività di base**

ambito disciplinare	settore	CFU		minimo da D.M. per l'ambito
		min	max	
Discipline economiche, statistiche e giuridiche	IUS/01 Diritto privato IUS/09 Istituzioni di diritto pubblico IUS/14 Diritto dell'unione europea SECS-P/07 Economia aziendale SECS-P/08 Economia e gestione delle imprese SECS-S/01 Statistica	16	32	<b>16</b>
Discipline sociali e territoriali	GEO/04 Geografia fisica e geomorfologia ICAR/06 Topografia e cartografia M-GGR/01 Geografia M-GGR/02 Geografia economico-politica SPS/07 Sociologia generale SPS/10 Sociologia dell'ambiente e del territorio	8	16	<b>8</b>
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	16	24	<b>6</b>
<b>Minimo di crediti riservati dall'ateneo minimo da D.M. 30:</b>		-		

**Totale Attività di Base**

40 - 72

### Attività caratterizzanti

ambito disciplinare	settore	CFU		minimo da D.M. per l'ambito
		min	max	
Discipline dell'organizzazione dei servizi turistici	INF/01 Informatica ING-INF/05 Sistemi di elaborazione delle informazioni IUS/06 Diritto della navigazione M-PSI/06 Psicologia del lavoro e delle organizzazioni SECS-P/10 Organizzazione aziendale SECS-S/03 Statistica economica SECS-S/05 Statistica sociale	12	24	8
Discipline sociologiche, psicologiche e antropologiche	M-DEA/01 Discipline demotnoantropologiche M-PSI/01 Psicologia generale M-PSI/05 Psicologia sociale SPS/07 Sociologia generale SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi SPS/09 Sociologia dei processi economici e del lavoro SPS/10 Sociologia dell'ambiente e del territorio	8	16	8
Discipline economiche e aziendali	SECS-P/01 Economia politica SECS-P/02 Politica economica SECS-P/03 Scienza delle finanze SECS-P/06 Economia applicata SECS-P/07 Economia aziendale SECS-P/08 Economia e gestione delle imprese	16	32	16
Discipline storico-artistiche	ICAR/18 Storia dell'architettura 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/06 Cinema, fotografia e televisione L-ART/07 Musicologia e storia della musica L-FIL-LET/10 Letteratura italiana L-FIL-LET/11 Letteratura italiana contemporanea 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 SECS-P/12 Storia economica	24	48	16
<b>Minimo di crediti riservati dall'ateneo minimo da D.M. 60:</b>		-		

<b>Totale Attività Caratterizzanti</b>	60 - 120
--	----------

### Attività affini

ambito disciplinare	CFU		minimo da D.M. per l'ambito
	min	max	
Attività formative affini o integrative	22	44	18

<b>Totale Attività Affini</b>	22 - 44
-------------------------------	---------

## Altre attività

<b>ambito disciplinare</b>		<b>CFU min</b>	<b>CFU max</b>
A scelta dello studente		12	12
Per la prova finale e la lingua straniera (art. 10, comma 5, lettera c)	Per la prova finale	2	2
	Per la conoscenza di almeno una lingua straniera	8	8
Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. c		-	-
Ulteriori attività formative (art. 10, comma 5, lettera d)	Ulteriori conoscenze linguistiche	-	-
	Abilità informatiche e telematiche	0	6
	Tirocini formativi e di orientamento	12	12
	Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro	0	6
Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. d		-	-
Per stages e tirocini presso imprese, enti pubblici o privati, ordini professionali		-	-
<b>Totale Altre Attività</b>		34 - 46	

## Riepilogo CFU

<b>CFU totali per il conseguimento del titolo</b>	<b>180</b>
<b>Range CFU totali del corso</b>	<b>156 - 282</b>

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

### Note relative alle altre attività

La prova finale del Corso di Studi in Tourism Management, sostenibilità e valorizzazione del territorio potrà svolgersi secondo diverse modalità sotto forma di relazione scritta o presentazione di un elaborato (valida 2 cfu) che, in ogni caso, prevederà l'approfondimento e lo sviluppo di tematiche e attività che traggono spunto e sono strettamente correlate dall'esperienza di tirocinio o di stage (valido 12 cfu).

### Note relative alle attività di base

### Note relative alle attività caratterizzanti

RAD chiuso il 06/05/2024