

PARTE I - INFORMAZIONI GENERALI

Tipologia di corso	<i>Master di primo livello</i>
Titolo del corso	<i>Linguaggi del turismo e comunicazione interculturale</i>
Il corso è	<i>Rinnovo</i>
Denominazione nell'a.a. precedente	<i>Linguaggi del turismo e comunicazione interculturale</i>
Dipartimento proponente	<i>Dipartimento di Lingue, Letterature e Culture Straniere</i>
Corso interdipartimentale	
Corso in collaborazione con enti privati e/o pubblici	Zoomarine, Mibact Direzione Cinema, Booking.com, Sheraton Golf, Locarno Hotel, Biostella s.r.l, We Look Around, Warmth Hotel, Blue Globe Hotels, Guideman Group, Fido Group, Gustolab, Polo Museale di Bolsena, <u>Federalberghi Roma</u> , <u>Symposia srl</u> , Hotel Locarno, Hotel Capo D'Africa (divisione web marketing), <u>Hotel Melia Roma</u> , <u>Accademia Angelica Costantiniana</u> , <u>Borgolingua</u> , Cinquanta+, GNAM, Avventure nel mondo, Viaggi dell'elefante, Adeltours, Dart-Chiostro del Bramante, Borsaviaggi srl, Hotel Savoy, Ambasciata della Repubblica di Croazia nella Repubblica Italiana, Germanicareisen, BEST WESTERN PLUS Art Hotel Noba, Grand Hotel Fleming, AIPD, Azienda Agrituristica Di Filippo, Holiday Inn EUR, The First Federagit, AG Vacanze, Ente Svizzero del Turismo, Acampora Travel S.r.l., Hotel Beverly Hills Rome, Hôtellerie George Frêche, Hotel Domidea, Hotel Astrid, Gustolab, ItalianEventsPlanner.
Corso in collaborazione con università italiane e/o straniere	<ol style="list-style-type: none"> 1. Istituto Georges-Frêche, Montpellier, Francia 2. Istituto CCI, Nîmes, Francia 3. Università La Coruña, Spagna 4. Università City of Glasgow College, UK 5. City University of London, Londra, UK 6. Instituto Politécnico da Guarda, Guarda, Portogallo 7. Università Zara, Croazia 8. Università Kodolányi János, Budapest,

	Ungheria 9. Hochschule fuer Wirtschaft, Technik und Kultur, Berlino, Germania.
Rilascio titolo congiunto	NO
Durata prevista	12 MESI
Date presunte di inizio e fine corso	4 febbraio 2019 -31 dicembre 2019
Sede del corso	Dipartimento di Lingue, Letterature e Culture Straniere
Segreteria del corso	master.linguaggiturismo@uniroma3.it Tel. 06 57338690

Direttore del Corso

Cognome	Nome	Dipartimento	Qualifica
Antonucci	Barbara	LLCS	Ricercatore confermato

Consiglio del Corso

	Cognome	Nome	Dipartimento/Ente	Qualifica
1	Il Direttore quale Presidente Prof. Antonucci	Barbara	LLCS	Ricercatore confermato
2	Guarducci	Maria Paola	LLCS	P.A.
3	Marcello	Elena Elisabetta	LLCS	P.A.
4	Pennacchia	Maddalena	LLCS	P.A.
5	Piccolo	Laura	LLCS	P.A.
6	Pippa	Salvador	LLCS	Ricercatore confermato
7	Rocca	Marinella	LLCS	P.O. senior
8	Santone	Laura	LLCS	P.A.
9	Weidenhiller	Ute	LLCS	P.A.

Docenti ed esperti impegnati nell'attività didattica

	Cognome	Nome	Dipartimento/Ente	Qualifica
1	Antonucci	Barbara	LLCS	Ricercatore confermato
2	Barchiesi	Michele	Libero professionista	Consulente Eno-gastronomico
3	Buonaiuto	Paolo	Docente a contratto Rufa	Docente di design e grafica
4	Cannata	Davide	Hotel Crossing Condotti	Hotel Manager
5	Capanna	Francesca	Libero professionista	Esperto di comunicazione e public

				speaking
6	Capone	Donatella	Biostella s.r.l.	Amministratrice della società e docente di master
7	Capone	Riccardo	Zètema Progetto Cultura	Dirigente Informazione turistica e accoglienza Comune di Roma
8	Cataldo	Lucia	Accademia delle Belle Arti di Macerata	Docente di Museologia e Storia dell'arte
9	Ceciliani	Pierpaolo	Mibact direzione turismo	Dipendente
10	Ciani	Cinzia	Libero professionista	Wedding planner
11	Corso	Simona	LLCS	PA
12	Decandia	Antonella	Orientalialab	Amministratore
13	D'Ezio	Marianna	LLCS	Cultore della materia
14	Del Fattore	Guglielmo	Nea Xenia Lab.	Amministratore e cofondatore. Specialista in marketing del turismo e del territorio
15	Fanunza	Alessandra	Guideman Group	Esperta organizzazione turistica
16	Faraci	Dora	LLCS	P.O.
17	Feliziani	Valentina	Univ. Sapienza	Scienza del turismo
18	Fiorentino	Francesco	LLCS	P.O.
19	Fiorentino	Alessandro	Mode Consulting	consulente
20	Formica	Manlio	Libero professionista	Avvocato e docente
21	Francesconi	Sabrina	Università di Trento	P.A.
22	Gambardella	Stefania	Agenzia Cinquanta+	Dipendente
23	Gialdroni	Stefania	Docente a Contratto Giurisprudenza Roma Tre	
24	Grisi	Giuseppe	Roma Tre Giurisprudenza	P.O.
25	Guarducci	Maria Paola	LLCS	P.A.
26	Landi	Stefano	Libero professionista	Marketing del territorio
27	Lax	Federico	Libero professionista	Commercialista
28	Lollobrigida	Consuelo	Docente University of Arkansas	Adjunct professor
29	Lombardi	Rosa	LLCS	P.A.
30	Lombardi	Bruno	Libero professionista	Mental coaching/sociologo
31	Manescalchi	Martina	Libero professionista	Esperto turismo digitale
32	Marcello	Elena Elisabetta	LLCS	P.A.
33	Marini	Monica		Revenue Manager
34	Maroni	Luca	Libero	Sens s.r.l.

			professionista	
35	Marongiu	Lidia	Happy Minds	Libero professionista
36	Montanari	Massimiliano	Turismark	Libero professionista
37	Morrone	Alfredo	Università Chieti-Pescara	Docente a contratto
38	Morsicani	Elisa	Italian Lifestyle	CEO
39	Necci	Roberto	Necci Hotels. Skal International	Vicepresidente Federalberghi, albergatore
40	Nicosia	Enrico	Università degli studi di Macerata	Ricercatore confermato
41	Pasolini	Patrizia	Symposia s.r.l.	Amministratore
42	Pennacchia	Maddalena	LLCS	P.A.
43	Peroni	Silvia	Corium s.r.l.	Delivery Coordinator Senior Consultant
44	Pierantonelli	Cinzia	Libero Professionista	Docente a contratto
45	Piccolo	Laura	LLCS	P.A.
46	Pippa	Salvador	LLCS	Ricercatore confermato
47	Poce	Antonella	Roma Tre Scienza della Formazione	P.A.
48	Porto	Carmelo	Università degli studi di Messina	P.A.
49	Rocca	Marinella	LLCS	P.O. Senior
50	Santone	Laura	LLCS	P.A.
51	Sfligiotti	Patrizia	Libero professionista	Esperta di Archeologia medievale e storia dell'arte
52	Simone	Erica	Libero professionista	Consulente marketing
53	Spila	Andrea	Alfabeta	Formatore, traduttore e consulente web
54	Sportelli	Carlo	Libero professionista	Accompagnatore turistico
55	Staffieri	Simona	Docente a contratto	Statista
56	Ranieri	Serena	Italian EventsPlanner	Amministratore
57	Tamburini	Pietro	Museo Territoriale del lago di Bolsena	Direttore di museo, etruscologo.
58	Testoni	Carlo	SAP Italy	Economista/Senior Consultant
59	Trecca	Simone	LLCS	P.A.
60	Weidenhiller	Ute Christiane	LLCS	P.A.
61	Zucconi	Alessandro		GDA, esperto contact management
62	Docente Contratto Inglese Specialistico			
63	Docente/i			

	Contratto altra/e lingua/e (tedesco, russo, cinese, francese, portoghese, spagnolo)			
64	Docente Contratto Informatica			
65	Project Manager per Progetti finali – contratto			
66	Docenti di economia del turismo – contratto			

PARTE II - REGOLAMENTO DIDATTICO ORGANIZZATIVO

Analisi del fabbisogno formativo	<p>In costante evoluzione sia a livello nazionale che internazionale, il settore del turismo presenta una dinamicità che si manifesta soprattutto nella qualità e nella diversità dell'offerta e dei servizi erogati.</p> <p>Le risorse umane, in tale ambito, svolgono un ruolo di primaria importanza e richiedono una formazione sempre più ricca e adeguata alla richiesta. Le trasformazioni tecnologiche hanno fatto emergere nuove figure professionali e la crescente diversificazione dei modi di vivere il tempo libero ha portato alla creazione di nuove tipologie di turismo (Smart tourism, e-tourism, turismo dolce, eco-sostenibile, turismo etico, ecc.). Da questa consapevolezza nasce il Master Linguaggi del Turismo e Comunicazione Interculturale.</p> <p>Per affrontare una domanda tanto variegata, servono operatori dotati di solide conoscenze sia della realtà culturale da cui provengono i maggiori flussi turistici verso il nostro Paese, sia di tutte le potenzialità che ogni territorio (e in particolare quello italiano) è in grado di offrire nell'ampio ventaglio del turismo <i>incoming</i> e <i>outgoing</i> (turismo culturale, artistico, ambientale, religioso, matrimoniale, enogastronomico, ecc.). Il Master intende fornire ai futuri operatori del settore una congrua preparazione attraverso l'analisi di temi specificatamente linguistici e culturali e contributi di natura tecnica e multidisciplinare (destination management, analisi dei BIG DATA, analisi dei dati statistici, hotel management, economia del turismo, legislazione turistica, museologia, digital storytelling, cineturismo, ecc.) da parte di docenti universitari e professionisti del settore.</p> <p>Inoltre, la decisa impostazione pratica del Master è pensata appositamente per favorire <i>anche</i> il contatto diretto con il mondo del lavoro.</p>
Il Corso di Studio in breve	<p>Il Master Linguaggi del Turismo e Comunicazione Interculturale si pone l'obiettivo di offrire una preparazione fortemente finalizzata all'inserimento nel mondo del lavoro. A tal fine, intende fornire una conoscenza di base teorica e pratica delle diverse articolazioni dell'ambito turistico. In particolare, mira fornire una solida preparazione sugli aspetti culturali, tecnici, organizzativi e normativi del fenomeno turistico.</p> <p>Le lezioni del Master fanno capo a tre macro-aree: Modulo A: ASPETTI CULTURALI E CREATIVI DEL TURISMO, Modulo B: ASPETTI OPERATIVI DEL TURISMO, Modulo C: ASPETTI LINGUISTICI (e INFORMATICA)</p>

	<p>I tre moduli permetteranno ai corsisti (non solo neolaureati, ma anche figure professionali già formate) di sviluppare nuove conoscenze nei molteplici ambiti del vasto settore turistico o rafforzare conoscenze pregresse attraverso corsi mirati. Per ciascun modulo sono previsti lezioni frontali, laboratori, seminari e uscite didattiche.</p> <p>I docenti del Master sono docenti universitari provenienti dal Dipartimento di Lingue, Letterature e Culture Straniere e da altri Dipartimenti dell'Ateneo, nonché esperti esterni del comparto turismo.</p> <p>La didattica si articola su seminari, laboratori, workshop e conferenze. A ciò si affiancano uscite didattiche sul territorio romano (e non solo) e incontri con i responsabili di aziende turistiche e uffici turistici pubblici al fine di permettere ai corsisti di toccare con mano la realtà del mondo del lavoro e iniziare, sin da subito, a comprendere l'importanza del networking.</p> <p>Il Master ha la durata di 12 mesi. Le lezioni si svolgono il lunedì, martedì e mercoledì (mattina e pomeriggio).</p> <p>Oltre al corso di inglese, su richiesta (inoltrata attraverso un modulo online scaricabile dal sito del Master) si potrà attivare il corso di CINESE, TEDESCO, FRANCESE, PORTOGHESE e RUSSO (minimo 8 iscritti).</p> <p>Opportunità di <u>borse di studio</u> a copertura parziale del costo di Master e di borse di studio Erasmus + (studio e stage)</p> <p>Per informazioni: http://masterlinguaggiturismo.uniroma3.it/</p>
<p>Obiettivi formativi specifici del Corso</p>	<p>Il Master Linguaggi del Turismo e della Comunicazione Interculturale intende fornire una conoscenza di base teorica e pratica delle diverse articolazioni dell'ambito turistico con l'obiettivo di offrire una preparazione fortemente finalizzata all'inserimento nel mondo del lavoro.</p> <p>Particolare enfasi viene posta sulle professioni creative nel Settore Turismo e Cultura. Il Master offre una robusta preparazione sugli aspetti culturali, organizzativi, normativi e comunicativi del fenomeno turistico. Al fine di migliorare le capacità di comprensione dei problemi legati al mondo del turismo, il Master garantisce il potenziamento delle capacità linguistiche e informatiche del corsista – qualità essenziali per un'efficace comunicazione interculturale – attraverso corsi <i>ad hoc</i>.</p>
<p>Sbocchi occupazionali</p>	<p>Gli sbocchi occupazionali sono quelli tradizionalmente offerti dai diversi ambiti turistici:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Hotel - Resorts - F&B - Tour operator

	<ul style="list-style-type: none"> - Associazioni di categoria (ad.es. Federalberghi, Federcongressi&eventi, ecc.) - Agenzie turistiche, enti per il turismo, infopoint - Organizzazione di eventi - Editoria turistica - Mondo della comunicazione, cartacea e mediatica - Aeroporti e compagnie aeree (previo superamento degli esami e i concorsi relativi) - Musei e luoghi di interesse culturale e artistico - Attività in proprio per la promozione e la conduzione turistica - Attività in proprio come accompagnatori o guide turistiche (previo superamento degli esami e i concorsi relativi) - Operatori parchi a tema <p>Riqualificazione: Il Master dispone di FORMULA EXECUTIVE (iscrizione ai singoli moduli) per l'aggiornamento professionale di figure già inserite nel mondo del lavoro.</p> <p>Nei suoi 14 anni di attività, il Master ha dato l'opportunità a molti utenti di diventare manager del comparto turistico, lavorare per agenzie di viaggio, tour operator o compagnie aeree, entrare nel mondo dell'hôtellerie e delle strutture ricettive in generale, operare nel settore del marketing territoriale e turistico, diventare reporter di viaggio o traduttori di testi turistici. Ha inoltre offerto possibilità di aggiornamento delle competenze professionali per progredire nel proprio settore e ottenere un avanzamento di carriera.</p>
Capacità di apprendimento	L'apprendimento parte da conoscenze di base già acquisite e da altre per le quali lo studente verrà sottoposto ad alfabetizzazione specifica.
Conoscenza e capacità di comprensione	Il forte impianto pratico del Master è pensato specificatamente per favorire la conoscenza diretta del mondo del lavoro, con attenzione agli aspetti culturali, organizzativi, normativi e comunicativi del fenomeno. A questo mira anche l'opportunità che viene offerta a conclusione del Master di svolgere un periodo di stage presso le aziende che da anni collaborano con il Master.
Capacità di applicare conoscenza e comprensione	La preparazione che il Master offre mira a fornire e migliorare le capacità di conoscenza e comprensione dei problemi legati al mondo del turismo culturale avvalendosi di un approccio sia teorico che pratico e favorendo, attraverso il potenziamento delle capacità linguistiche e informatiche, una più facile comprensione e comunicazione interculturale.

Riconoscimento delle competenze pregresse	Le competenze pregresse vengono valutate in base al curriculum accademico dello studente e riconosciute sia come punto di partenza per lo sviluppo didattico successivo, che come eventuale punto di partenza per l'attribuzione delle Borse di Studio Dipartimentali.
Prove intermedie e finali	<p>Alla fine del modulo A e B verranno effettuate delle verifiche (con domande a scelta multipla). Per i corsi del Modulo C (lingue) e di Informatica le verifiche verranno effettuate in itinere secondo le modalità stabilite dai docenti.</p> <p>Progetto finale</p> <p>Una delle principali caratteristiche del Master Linguaggi del Turismo e Comunicazione Interculturale è quella di mettere in contatto i suoi corsisti – mediante lezioni frontali, laboratori, giornate di studio, conferenze e convegni – con i diversi rappresentanti delle realtà del turismo. Sulla base di queste esperienze, ai corsisti viene richiesto di elaborare un progetto che scaturisca da un'idea originale da utilizzare come strumento attivo per l'inserimento nell'ambiente lavorativo prescelto.</p> <p>Fasi per l'elaborazione del Progetto finale:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Individuazione di uno o più (massimo tre) settori di interesse tra quelli proposti dal Master. 2) Identificazione di un'idea originale. 3) Valutazione degli argomenti da sviluppare e scelta del tema del progetto. 4) Definizione delle tecniche e dei metodi per la produzione del progetto. 5) Ricerca. 6) Presentazione multimediale con PowerPoint, Prezi, Video, ecc. 7) Elaborazione del progetto. 8) Produzione di SdA con scadenze fisse e preparazione di un abstract da presentare a tutti i docenti del Master almeno una settimana prima della presentazione del progetto. <p>Il lavoro finale verrà presentato, a fine corso, davanti a una Commissione costituita da Membri del Consiglio del Master (minimo 3), dai docenti del Master coinvolti nel progetto e dalla responsabile dei progetti finali.</p>
Requisiti per l'ammissione	Laurea triennale in materia umanistica (lingue straniere, storia, geografia, comunicazione, italianistica, storia dell'arte, beni culturali, ecc.), economica (tutte le articolazioni dell'economia e della gestione impresa), giuridica (legislazione turistica ecc.), scienze

	<p>dell'enogastronomia, scienze politiche, architettura. Conoscenza della lingua inglese (livello minimo B1) e della lingua italiana (livello minimo B1 per studenti con titolo estero).</p> <p>Per seguire i corsi della seconda lingua offerti dal Master è consigliabile possedere il livello B1 delle lingue scelte (russo, cinese, tedesco, spagnolo, portoghese, francese) ma non è un requisito per l'ammissione al master.</p>
--	--

Numero minimo e massimo di ammessi	<i>Minimo 10</i> <i>Massimo 33</i>
Criteri di selezione	Curriculum del candidato, tipologia di laurea triennale e relativa votazione, conoscenza delle lingue straniere
Scadenza domande di ammissione	15 gennaio 2019
Modalità didattica	<i>Convenzionale</i>
Lingua di insegnamento	<i>Italiano e inglese</i>
Informazioni utili agli studenti	<p>Il Master mette a disposizione dei suoi corsisti Borse di studio a copertura parziale:</p> <p>Borse dipartimentali: per un importo totale pari al 10% dell'intero ammontare delle tasse pagate dagli iscritti nell'anno, verranno distribuite nella seconda parte dell'a.a. (presentazione domanda a fine aprile, erogazione della borsa a maggio) e verranno distribuite tra gli studenti che ne faranno richiesta (secondo criteri di merito: voto di laurea e di reddito familiare), e l'importo verrà scalato dalla seconda rata del Master. Per gli studenti stranieri si provvederà per entrambi i parametri a conversioni secondo tabelle ufficiali.</p> <p>Borse di Studio Erasmus per studio e Traineeship. Si veda il sito del Master alla voce Borse di Studio.</p> <p>http://masterlinguaggiturismo.uniroma3.it/index.php?page=borse-di-studio</p> <p>Iscrizione Corsi singoli:</p> <p>Il Master ammette alla frequenza gli uditori e prevede l'iscrizione a singoli Moduli Didattici. L'iscrizione ai singoli Moduli (A, B e C) può essere effettuata prima dell'inizio del Modulo che si intende frequentare.</p> <p>Titoli dei moduli: Modulo A: Aspetti culturali del turismo Modulo B: Aspetti operativi del turismo Modulo C: Aspetti linguistici (corsi di lingua inglese, spagnola e altra/e lingua/e se richieste (minimo 6 corsisti richiedenti) + lezioni di Informatica applicati al dominio del turismo)</p>

--	--

Piano delle Attività Formative

(Insegnamenti, Seminari di studio e di ricerca, Stage, Prova finale)

NOTA SUL RAPPORTO CFU/Ore:

Il Master Linguaggi del Turismo e Comunicazione Interculturale distingue fra CFU per SEMINARI (2 CFU per 4 ore docenza) erogati da docenti universitari (anche a contratto) e CFU per i laboratori (1 CFU per 4 ore di formazione professionalizzante) erogati da professionisti che collaborano al livello di acquisizione di competenze pratiche.

(Insegnamenti, Seminari di studio e di ricerca, Stage, Prova finale)

Titolo in italiano e in inglese e docente di riferimento	Settore scientifico disciplinare (SSD)	CFU	Ore	Tipo Attività	Lingua
L'importanza della cultura nella traduzione del testo turistico on e off line/The Importance of Culture in Tourism Translation. (Antonucci Barbara)	L-LIN/12	2	4	Seminario Modulo C	ITA/EN
Il turismo del vino, dell'olio e del cibo/Wine, Oil and Food Tourism.		2	8	Laboratorio Modulo A	ITA
Tourism Experience Economy		2	8	Laboratorio Modulo A	ITA/EN
La comunicazione interpersonale come strumento di lavoro/Interpersonal Communication as a working tool.		2	8	Laboratorio Modulo A	ITA
Mental coaching		2	8	Laboratorio Modulo A	ITA
CV e colloqui selettivi: workshop/ CV writing and job interview		2	8	Laboratorio Modulo A	ITA
Turismo congressuale/Bleasure tourism		2	8	Laboratorio Modulo B	ITA
Dal punto informatico all'edutainment turistico: l'accoglienza del visitatore a Roma/From the tourist information office to the tourist edutainment/Hospitality in Rome.		2	8	Laboratorio Modulo A	ITA
Patrimonio culturale e industria culturale creativa: lo storytelling nella promozione del patrimonio culturale/Cultural Heritage and Industry: storytelling in cultural heritage	L-ART/04	8	16	Seminario Modulo A	ITA/EN

promotion.					
Turismo giuridico		1	4	Laboratorio Modulo A	ITA
British Women Writers and the Grand Tour	L-LIN/10	4	8	Seminario Modulo A	EN/ITA
Meaning making and digital videos	L-LIN/12	2	4	Seminario Modulo A	ITA
Marketing del Turismo e del Territorio/Business Planning alberghiero/Destination Management and Hotel Management.		6	24	Laboratorio Modulo B	ITA
Food and Beverage: le figure professionali/Food and Beverage professionals.		6	24	Laboratorio Modulo B	ITA
Passeggiando a Roma sulle tracce degli anglosassoni/Walks in Rome looking for the Anglo-Saxons. (Faraci Dora)	L-FIL-LET/15	2	4	Seminario Modulo A	ITA
Economia e gestione delle imprese e del settore turistico	SECS-P-08	20	40	Seminario Modulo B	ITA
Legislazione turistica	IUS-10	12	32	Laboratorio Modulo B	ITA
Wedding Destination & Wedding planning		4	16	Laboratorio Modulo B	ITA
I Caraibi a Londra. Il Notting Hill Carnival tra addomesticamento e resistenza. (Guarducci Maria Paola)	L-LIN/10	2	4	Seminario Modulo A	ITA/EN
Orientalismo e Occidentalismo: il dialogo culturale tra Italia e Cina nel Novecento. (Lombardi Rosa)	L-OR/21	2	4	Seminario Modulo A	ITA
Etica e Strategie di comunicazione per il turismo/Ethics and Communication Strategies in Tourism.		3	8	Laboratorio Modulo A	ITA
Business Plan aziendale/Business Planning.		3	8	Laboratorio Modulo B	ITA
Organizzazione e tecnica turistica/Tourism Organization.		3	12	Laboratorio Modulo B	ITA
Cineturismo e territorio/Cinetourism.	M-GGR/01	4	8	Seminario Modulo A	ITA
Geografia del turismo/Geography and Tourism	M-GGR/01	4	8	Seminario Modulo A	ITA

Turismo congressuale/Conference Tourism.		2	8	Laboratorio Modulo B	ITA
Il turismo letterario in Inghilterra e le industrie creative: casi e modelli (Pennacchia Maddalena)	L-LIN/10	1	4	Seminario Modulo A	ITA/EN
Il viaggio nella storia. Journey through History.	L-LIN/14	1	4	Laboratorio Modulo A e B	ITA
Città e testo/testo e città: il caso di Pietroburgo (Piccolo Laura)	L-LIN/21	1	4	Seminario modulo A	ITA
La comunicazione turistico enogastronomica/Food, Tourism, and Communication. (Pippa Salvador)	L-LIN/09	1	4	Seminario Modulo A	ITA
Nuove geografie del turismo nel bacino mediterraneo: sicurezza e gestione dell'informazione nelle strategie di posizionamento dei territori turistici/New Tourism geographies in the Mediterranean.	M-GGR/01	2	8	Seminario Modulo A	ITA
Tourism and Tourisms: Features for Creativity. (Rocca Marinella)	L-LIN/12	2	8	Seminario Modulo B	ITA/EN
Il turismo cinese incoming e l'Italia/Chinese tourism and Italy.		3	12	Laboratorio Modulo A	ITA
La comunicazione tra turismo e (inter)cultura. Communication, Tourism and Interculturality. (Santone Laura)	L-LIN/04	1	4	Seminario Modulo A	ITA
Roma: la città e la storia. L'importanza del contesto.Rome: the city and its history. The importance of context.		3	12	Laboratorio Modulo A	ITA
Comunicazione e self-marketing per trovare e creare lavoro. Communication and self-marketing to look for and create a job.		3	12	Laboratorio Modulo B	ITA
Tecnica turistica e amministrativa/Notions on travel agencies management.		3	12	Laboratorio Modulo B	ITA
Il ruolo dei festival nello sviluppo del turismo culturale: networking, fundraising e	L-LIN/05	1	4	Seminario Modulo B	ITA

sviluppo di competenze strategiche. Network, fundraising and strategic skills acquisition in the organization of cultural events. (Trecca Simone)					
Berlino città creativa/Berlin, creative city. (Weidenhiller Ute Christiane)	L-LIN/13	1	4	Seminario Modulo A	ITA
Cina e turismo		2	8	Laboratorio Modulo A	ITA
Luoghi letterari/literary places (Francesco Fiorentino)	L-LIN/13	2	8	Seminario Modulo A	ITA
Inglese specialistico (docente a contratto)	L-LIN/12	20	40	Laboratorio Modulo C	
Turismo digitale e brand reputation		6	24	Laboratorio modulo B	ITA
Revenue Management		2	8	Laboratorio Modulo B	ITA
Dati Statistici e turismo	SECS-S/03	4	8	Seminario Modulo B	ITA
Economia e gestione alberghiera		3	12	Laboratorio Modulo B	ITA
Francese specialistico	L-LIN/04	20	40	Modulo C	
Russo specialistico	L-LIN/21	20	40	Modulo C	
Nozioni di Informatica		---	40	Laboratorio Modulo C	
Spagnolo specialistico	L-LIN/07	20	40	Modulo C	
PROGETTO FINALE		6			
STAGE/TIROCCINIO	Minimo 320 ore	-----			

Obiettivi formativi

Attività formativa	Obiettivo formativo / Programma
--------------------	---------------------------------

<p>MODULO A</p>	<p>Il Modulo A si svolge nei mesi di febbraio, marzo e aprile ed è finalizzato all'acquisizione e al consolidamento di concetti legati alla cultura del turismo, alle sue origini e alla sua evoluzione, con particolare attenzione agli aspetti dell'interculturalità e della comunicazione interculturale. Per tale ragione, il Modulo A presenterà un impianto didattico più teorico e culturale rispetto agli altri moduli: il consolidamento e/o potenziamento della conoscenza umanistica costituiranno un elemento essenziale, nonché un punto di forza, per quanti operano nel settore del turismo. Le lezioni svilupperanno le seguenti tematiche: turismo culturale (lingua, letteratura, cinema, arte e media), turismo artistico, turismo storico archeologico, turismo ambientale, turismo religioso, turismo matrimoniale, turismo enogastronomico, turismo dei piccoli centri, organizzazione turistica, cooperazione internazionale per il turismo, alfabetizzazione per Guide e Accompagnatori Turistici.</p> <p>I seminari e i laboratori del Modulo A verteranno su: introduzione alle professioni del turismo, panoramica sui principali attori dell'industria turistica, territorio e patrimonio, storytelling, storia e cultura del turismo, storia dell'arte, itinerari letterari, itinerari enogastronomici, itinerari cine-turistici e itinerari museali.</p>
<p>MODULO B</p>	<p>Il modulo B si svolgerà nei mesi di maggio giugno, settembre, ottobre, novembre e avrà un taglio operativo. Per tale ragione, le lezioni del modulo B saranno tenute non solo da accademici ma da professionisti operanti nel settore.</p> <p>Scopo del modulo è: fornire conoscenze essenziali a quanti desiderino lavorare nel settore turistico (diritto del turismo e dei beni culturali, cenni di economia turistica, comunicazione aziendale, marketing e turismo, organizzazione e tecnica turistica, sociologia e psicologia del turismo, legislazione turistica, event planning, ecc.). Alla fine del Modulo, lo studente sarà in grado di redigere un business plan per creare una start-up in ambito turistico. Per la sua natura più operativa, il modulo B mira anche all'acquisizione e al consolidamento delle soft skill (uso dei social media, web writing, blogging, content marketing, ecc.) dello studente.</p>
<p>MODULO C</p>	<p>Il modulo C sarà costituito da lezioni di lingua inglese e altra/e lingua/e e si svolgerà parallelamente agli altri due moduli. Per ciascun corso di lingua verranno erogate 40 ore di lezioni frontali.</p> <p>Alfabetizzazione Informatica (40 ore di didattica frontale)</p>

Stage di sperimentazione operativa

Enti presso i quali si svolgerà lo stage	Finalità dello stage
Hotel (Roma e altre città italiane)	Esperienza diretta nella gestione hotel, pratica con i

	sistemi informatici in uso per prenotazioni alberghiere, contatto con le molteplici figure professionali del settore.
Società di organizzazione eventi	Esperienza diretta nella gestione eventi (marketing, problem solving, ecc.).
Tour Operator	Acquisizione di competenze richieste nell'organizzazione turistica
Agenzie turistiche/agenzie di viaggio	Acquisizione di competenze richieste nella tecnica turistica
Editoria turistica	Avvicinamento alla realtà editoriale, nello specifico di matrice turistica
Istituzioni comunali, regionali, nazionali per il turismo	Acquisizione di un know-how richiesto dalle figure professionali che collaborano con le istituzioni
Musei, teatri	Esperienza diretta nella gestione di sistemi di prenotazione. Contatto diretto con biglietteria e front-office

Moduli didattici (solo per i Master)

I tre moduli nei quali il Master si articola permettono ai corsisti (non solo neolaureati, ma anche figure professionali già formate) di sviluppare nuove conoscenze nei molteplici ambiti del vasto settore turistico o rafforzare conoscenze pregresse attraverso corsi mirati. È possibile l'iscrizione ai singoli Moduli: A, B e C.

Modulo A (Aspetti culturali e creativi del turismo): Il Modulo A si svolgerà nei mesi di febbraio, marzo e aprile ed è finalizzato all'acquisizione e al consolidamento di concetti legati alla cultura del turismo, alle sue origini e alla sua evoluzione, con particolare attenzione agli aspetti dell'interculturalità e della comunicazione interculturale. Per tale ragione, il Modulo A presenterà un impianto didattico teorico e culturale rispetto agli altri moduli: il consolidamento e/o potenziamento della conoscenza umanistica costituiranno un elemento essenziale, nonché un punto di forza, per quanti operano nel settore del turismo. Le lezioni svilupperanno le seguenti tematiche: turismo culturale (storytelling, lingua, letteratura, cinema, arte e media), turismo artistico, turismo storico archeologico, turismo ambientale, turismo religioso, turismo matrimoniale, turismo enogastronomico, turismo dei piccoli centri, organizzazione turistica, cooperazione internazionale per il turismo, alfabetizzazione per Guide e Accompagnatori Turistici. I seminari e i laboratori del Modulo A verteranno su: storia e cultura del turismo, storia dell'arte, itinerari letterari, itinerari enogastronomici, itinerari cine-turistici e itinerari museali.

Modulo B (Aspetti operativi del turismo): Il modulo B si svolgerà nei mesi di aprile, maggio e giugno e avrà un taglio operativo. Per tale ragione, le lezioni del modulo B saranno tenute non solo da accademici ma da professionisti operanti nel settore. Scopo del modulo è: fornire conoscenze essenziali a quanti desiderino lavorare nel settore turistico (destination management, hospitality, diritto del turismo e dei beni culturali, cenni di economia turistica, comunicazione aziendale, marketing e turismo, sociologia e psicologia del turismo, legislazione turistica, *event planning*, ecc.). Alla fine del Modulo, lo studente sarà in grado di redigere un *business plan* per creare una *start-up* in ambito turistico. Per la sua natura più operativa, il modulo B mira anche all'acquisizione e al consolidamento delle *soft skill* (uso dei *social media*, *web writing*, *blogging*, *content marketing*, ecc.) dello studente.

MODULO C (Aspetti linguistici del turismo e Alfabetizzazione Informatica): Il modulo C sarà costituito da lezioni di lingua inglese e altra/e lingua/e e si svolgerà parallelamente agli altri due moduli.

Nell'ambito del piano didattico del Master è possibile l'iscrizione ai seguenti moduli didattici:

N.B. Nel conteggio vengono esplicitate le ore d'aula ma non vengono computati i CFU in esubero.

	Denominazione	Ore	CFU
1	Modulo A Aspetti Culturali del Turismo	196	18
2	Modulo B Aspetti Operativi del Turismo	220	18
3	Modulo C Aspetti Linguistici del turismo e Alfabetizzazione Informatica	164 + 40 Informatica	18
4			
5	Discussione Progetto Finale		6
6	Totale	+ Informatica	60

Allo studente che avrà seguito con profitto uno o più dei moduli didattici sopra elencati verrà rilasciato un certificato di frequenza (sul quale verranno indicati i risultati delle prove di verifica e un giudizio complessivo sul corsista).

Tasse di iscrizione

Importo totale	I rata*	II rata*	Scad. I rata	Scad. II rata
2.700	1.350,00	1.350,00	31/01/2019	31/05/2019

All'importo della prima rata o della rata unica sono aggiunti l'imposta fissa di bollo e il contributo per il rilascio del diploma o dell'attestato.

Le quote di iscrizione non sono rimborsate in caso di volontaria rinuncia, ovvero in caso di non perfezionamento della documentazione prevista per l'iscrizione al Corso.

Esonero dalle tasse di iscrizione

1. È previsto l'esonero totale delle tasse e dei contributi per gli studenti con disabilità documentata pari o superiore al 66% qualora il numero totale di studenti con disabilità sia pari a 1. In caso contrario tutti sono tenuti al pagamento della prima rata e saranno esonerati esclusivamente dal pagamento della II rata di iscrizione. Per usufruire dell'esonero è necessario allegare alla domanda di ammissione un certificato di invalidità rilasciato dalla struttura sanitaria competente indicante la percentuale riconosciuta.
2. Sono previste borse di studio corrispondenti al 10% dell'importo totale degli iscritti paganti (con esonero parziale). La selezione verrà effettuata tra gli studenti iscritti con le seguenti modalità: per merito (livello e voto di laurea) e a parità di merito per condizioni economiche familiari da verificare dietro presentazione del modello ISEE o 730. Le domande verranno inoltrate entro il 15 di maggio 2018 per riduzione della seconda rata. La graduatoria sarà pubblicata nella bacheca del Master entro la fine di maggio.

Le borse vengono assegnate secondo i seguenti criteri:

- Merito
 - Valore ISEE
3. È prevista l'ammissione in soprannumero di un numero massimo di 1 studenti provenienti dalle aree disagiate o da Paesi in via di sviluppo. L'iscrizione di tale tipologia di studenti è a titolo gratuito. I corsisti devono il contributo fisso per il rilascio dell'attestato finale e l'imposta fissa di bollo. Per l'iscrizione dei su citati studenti si applica quanto disposto dalla normativa prevista in merito di ammissione di studenti con titolo estero.

Tassa di iscrizione a moduli di Master

La tassa di iscrizione ai singoli moduli è stabilita come di seguito specificato:

- a) 500 € al momento dell'iscrizione ad ogni modulo (è possibile l'iscrizione a due soli moduli per a.a.)

A tali importi è aggiunta l'imposta fissa di bollo. Le quote di iscrizione non sono rimborsate in caso di volontaria rinuncia, ovvero in caso di non perfezionamento della documentazione prevista per l'iscrizione al Corso.

Tassa di iscrizione in qualità di uditori

La tassa di iscrizione ai Corsi in qualità di uditori è fissata in euro 1000.