

**PARTE I - INFORMAZIONI GENERALI**

<b>Tipologia di corso</b>	<i>Master di Primo Livello</i>
<b>Titolo del corso</b>	<i>Linguaggi del Turismo e Comunicazione Interculturale</i>
<b>Il corso è</b>	<i>RINNOVO</i>
<b>Denominazione nell'a.a. precedente</b>	<i>Linguaggi del Turismo e Comunicazione Interculturale</i>
<b>Dipartimento proponente</b>	<i>Dipartimento di Lingue, Letterature e Culture Straniere</i>
<b>Corso interdipartimentale</b>	
<b>Corso in collaborazione con enti privati e/o pubblici</b>	Biostella s.r.l, Gustolab, Polo Museale di Bolsena, Fondazione Roma, <u>Federalberghi Roma</u> , <u>Symposia srl</u> , Hotel Locarno, Hotel Capo D'Africa (divisione web marketing), Fondazione Roma, <u>Hotel Melia Roma</u> , <u>Accademia Angelica Costantiniana</u> , <u>Borgolingua</u> , 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 Cèsari Rome, ecc.
<b>Corso in collaborazione con università italiane e/o straniere</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Istituto Georges-Frêche, Montpellier, Francia</li> <li>2. Istituto CCI, Nîmes, Francia</li> <li>3. Università La Coruña, Spagna</li> <li>4. Università City of Glasgow College, UK</li> <li>5. City University of London, Londra, UK</li> <li>6. Instituto Politécnico da Guarda, Guarda, Portogallo</li> <li>7. Università Zara, Croazia</li> <li>8. Università Kodolányi János, Budapest, Ungheria</li> <li>9. Hochschule fuer Wirtschaft, Technik und Kultur, Berlino, Germania.</li> </ol>

<b>Rilascio titolo congiunto</b>	_____
<b>Durata prevista</b>	10 mesi
<b>Date presunte di inizio e fine corso</b>	05/02/2018-31/12/2018
<b>Sede del corso</b>	Dipartimento di Lingue, Letterature e Culture Straniere
<b>Segreteria del corso</b>	master.linguaggiturismo@uniroma3.it Tel. 06 57338690

Direttore del Corso

<b>Cognome</b>	<b>Nome</b>	<b>Dipartimento</b>	<b>Qualifica</b>
<b>Antonucci</b>	<b>Barbara</b>	<b>LLCS</b>	<b>Ricercatore confermato</b>

Consiglio del Corso

	<b>Cognome</b>	<b>Nome</b>	<b>Dipartimento/Ente</b>	<b>Qualifica</b>
<b>1</b>	<b>Il Direttore quale Presidente Antonucci</b>	<b>Barbara</b>	<b>LLCS</b>	<b>Ricercatore confermato</b>
<b>2</b>	<b>Del Fattore</b>	<b>Guglielmo</b>	<b>Nea Xenia Lab</b>	<b>Esperto del settore alberghiero</b>
<b>3</b>	<b>Marcello</b>	<b>Elena Elisabetta</b>	<b>LLCS</b>	<b>P.A.</b>
<b>4</b>	<b>Pennacchia</b>	<b>Maddalena</b>	<b>LLCS</b>	<b>P.A.</b>
<b>5</b>	<b>Piccolo</b>	<b>Laura</b>	<b>LLCS</b>	<b>P.A.</b>
<b>6</b>	<b>Pippa</b>	<b>Salvador</b>	<b>LLCS</b>	<b>Ricercatore confermato</b>
<b>7</b>	<b>Rocca</b>	<b>Marinella</b>	<b>LLCS</b>	<b>P.O. senior</b>
<b>8</b>	<b>Santone (referente per alternanza scuola- lavoro)</b>	<b>Laura</b>	<b>LLCS</b>	<b>P.A.</b>
<b>9</b>	<b>Weidenhiller</b>	<b>Christiane Ute</b>	<b>LLCS</b>	<b>Ricercatore confermato</b>

**Docenti ed esperti impegnati nell'attività didattica (Modulo A, B e C)**

	<b>Cognome</b>	<b>Nome</b>	<b>Dipartimento/Ente</b>	<b>Qualifica</b>
<b>1</b>	<b>Antonucci</b>	<b>Barbara</b>	<b>LLCS</b>	<b>Ricercatore confermato</b>
<b>2</b>	<b>Barchiesi</b>	<b>Michele</b>	<b>Libero professionista</b>	<b>Consulente Eno-gastronomico</b>
<b>3</b>	<b>Cannata</b>	<b>Davide</b>	<b>Hotel Crossing Condotti</b>	<b>Hotel Manager</b>
	<b>Caniati</b>	<b>Federico</b>	<b>ENEL/Green Power</b>	<b>Esperto di cerimoniale</b>
<b>4</b>	<b>Capanna</b>	<b>Francesca</b>	<b>Libero professionista</b>	<b>Esperto di comunicazione e public speaking</b>
<b>5</b>	<b>Capone</b>	<b>Donatella</b>	<b>Biostella s.r.l.</b>	<b>Amministratrice della</b>

				società e docente di master
6	Capone	Riccardo	Zètema Progetto Cultura	Dirigente Informazione turistica e accoglienza Comune di Roma
7	Cataldo	Lucia	Accademia delle Belle Arti di Macerata	Docente di Museologia e Storia dell'arte
8	D'Andrea	Michele	Quirinale (in pensione)	Storico, araldista, esperto materia onorifica e protocollare.
9	D'Ezio	Marianna	LLCS	Cultore della materia
10	Del Fattore	Guglielmo	Nea Xenia Lab.	Amministratore e cofondatore. Specialista in marketing del turismo e del territorio
11	Falcone	Claudio	GSH spa	Consulente Docente di Management alberghiero
12	Faraci	Dora	LLCS	P.O.
13	Feliziani	Valentina	Univ. Sapienza	Scienza del turismo
14	Formica	Manlio	Libero professionista	Avvocato e docente
15	Fortuna	Elena	Libero professionista	Psicologa
16	Francesconi	Sabrina	Università di Trento	P.A.
17	Guarducci	Maria Paola	LLCS	P.A.
18	Iscra	Raffaella	Libero professionista	Docente di organizzazione e tecnica turistica
19	Lax	Federico	Libero professionista	Commercialista
20	Lombardi	Rosa	LLCS	P.A.
21	Manica	Giuseppe	Ministero degli Affari Esteri (in pensione)	Dirigente culturale del Ministero degli affari esteri
22	Marcello	Elena Elisabetta	LLCS	P.A.
23	Massari	Sonia	Gustolab.	Executive Director
24	Morrone	Alfredo	Università Chieti-Pescara	Docente a contratto
25	Morsicani	Elisa	Borgolingua	Executive Director
26	Nicosia	Enrico	Università degli studi di Macerata	Ricercatore confermato
27	Pasolini	Patrizia	Symposia s.r.l.	Amministratore
28	Pennacchia	Maddalena	LLCS	P.A.
29	Peroni	Silvia	Corium s.r.l.	Delivery Coordinator Senior Consultant
30	Pierantonelli	Cinzia	Libero Professionista	Docente a contratto
31	Piccolo	Laura	LLCS	P.A.
32	Pippa	Salvador	LLCS	Ricercatore confermato
33	Porto	Carmelo	Università degli studi di Messina	P.A.
34	Rocca	Marinella	LLCS	P.O. Senior
35	Salvati	Maria	Sinaforum e Jili Tour	Socio Fondatore di Sinaforum e direttore del

				<b>Tour Operator Jili</b>
<b>36</b>	<b>Santone</b>	<b>Laura</b>	<b>LLCS</b>	<b>P.A.</b>
<b>37</b>	<b>Sfliotti</b>	<b>Patrizia</b>	<b>Libero professionista</b>	<b>Esperta di Archeologia medievale e storia dell'arte</b>
<b>38</b>	<b>Spila</b>	<b>Andrea</b>	<b>Alfabeta</b>	<b>Formatore, traduttore e consulente web</b>
<b>39</b>	<b>Tamburini</b>	<b>Pietro</b>	<b>Museo Territoriale del lago di Bolsena</b>	<b>Direttore di museo, etruscologo.</b>
<b>40</b>	<b>Testoni</b>	<b>Carlo</b>	<b>SAP Italy</b>	<b>Economista/Senior Consultant</b>
<b>41</b>	<b>Tirabassi</b>	<b>Giuseppe</b>	<b>Libero professionista</b>	<b>Agente di viaggio</b>
<b>42</b>	<b>Trecca</b>	<b>Simone</b>	<b>LLCS</b>	<b>P.A.</b>
<b>43</b>	<b>Weidenhiller</b>	<b>Ute Christiane</b>	<b>LLCS</b>	<b>Ricercatore Confermato</b>
<b>44</b>	<b>Docente Contratto Inglese Specialistico</b>			
<b>45</b>	<b>Docente/i Contratto altra/e lingua/e (tedesco, russo, cinese, francese e portoghese)</b>			
<b>46</b>	<b>Docente Contratto Informatica</b>			

## PARTE II - REGOLAMENTO DIDATTICO ORGANIZZATIVO

<p><b>Analisi del fabbisogno formativo</b></p>	<p>In costante evoluzione sia a livello nazionale che internazionale, il <b>settore del turismo</b> presenta una dinamicità che si manifesta soprattutto nella qualità e nella <b>diversità dell'offerta e dei servizi</b> erogati.</p> <p><b>Le risorse umane</b>, in tale ambito, svolgono un ruolo di primaria importanza e richiedono una <b>formazione sempre più ricca</b> 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, ecc.). Da questa consapevolezza nasce il <b>Master Linguaggi del Turismo e Comunicazione Interculturale</b>.</p> <p>Per affrontare una domanda tanto variegata, servono <b>operatori dotati di solide conoscenze</b> sia della <b>realtà culturale da cui provengono i maggiori flussi turistici</b> verso il nostro Paese, sia di tutte le <b>potenzialità che ogni territorio (e in particolare quello italiano)</b> è in grado di offrire nell'ampio ventaglio del turismo <i>incoming</i> e <i>outgoing</i> (turismo culturale, artistico, ambientale, religioso, matrimoniale, enogastronomico, organizzazione turistica, ecc.). Il Master intende fornire ai futuri operatori del settore una <b>congrua</b></p>
--	---

	<p><b>preparazione</b> attraverso l'analisi di <b>temi specificatamente linguistici e culturali</b> e <b>contributi di natura tecnica e multidisciplinare (destination management, hotel management, economia del turismo, legislazione turistica, museologia, ecc.)</b> da parte di <b>docenti</b> universitari e <b>professionisti</b> del settore.</p> <p>Inoltre, la decisa <b>impostazione pratica</b> del Master è pensata appositamente per favorire <i>anche</i> il <b>contatto diretto con il mondo del lavoro</b>.</p>
<p><b>Il Corso di Studio in breve</b></p>	<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 <b>conoscenza di base teorica e pratica delle diverse articolazioni dell'ambito turistico</b>. In particolare, mira fornire una solida preparazione sugli <b>aspetti culturali, organizzativi, normativi del fenomeno turistico</b>.</p> <p>Le lezioni del Master faranno capo a <b>tre macro-aree: Modulo A: ASPETTI CULTURALI E CREATIVI DEL TURISMO, Modulo B: ASPETTI OPERATIVI DEL TURISMO, Modulo C: ASPETTI LINGUISTICI</b>.</p> <p><b>I tre moduli</b> 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 <b>lezioni frontali, laboratori, seminari e uscite didattiche</b>.</p> <p><b>I docenti del Master sono docenti universitari</b> provenienti dal Dipartimento di Lingue, Letterature e Culture Straniere e da altri Dipartimenti dell'Ateneo, nonché esperti esterni del comparto turismo terranno <b>conferenze e seminari</b> sui temi sopra indicati, mentre gli <b>incontri con i responsabili di aziende turistiche e uffici turistici pubblici</b> permetteranno agli studenti di toccare con mano la realtà del mondo del lavoro, anche con uscite e visite a realtà produttive e culturali.</p> <p>Il Master ha la durata di 12 mesi. Le lezioni si svolgono il lunedì, martedì e mercoledì.</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 <b>CINESE, TEDESCO, FRANCESE, PORTOGHESE e RUSSO</b> (minimo 8 iscritti).</p> <p>Opportunità di <u>borse di studio</u> a copertura totale o parziale del costo di Master.</p> <p><b>Sito del Master:</b>  <a href="http://masterlinguaggiturismo.uniroma3.it/">http://masterlinguaggiturismo.uniroma3.it/</a></p>
<p><b>Obiettivi formativi specifici del Corso</b></p>	<p>Il Master Linguaggi del Turismo e della Comunicazione</p>

	<p>Interculturale intende fornire una <b>conoscenza di base teorica e pratica</b> delle <b>diverse articolazioni dell'ambito turistico</b> con l'obiettivo di offrire una <b>preparazione fortemente finalizzata all'inserimento nel mondo del lavoro</b>.</p> <p>Particolare enfasi viene posta sulle <b>professioni creative nel Settore Turismo e Cultura</b>. Il Master mira a fornire una robusta preparazione sugli <b>aspetti culturali, organizzativi, normativi e comunicativi del fenomeno turistico</b>. Al fine di migliorare le capacità di comprensione dei problemi legati al mondo del turismo, il Master offre un <b>potenziamento delle capacità linguistiche e informatiche</b> del corsista – qualità essenziali per un'efficace comunicazione interculturale – attraverso corsi <i>ad hoc</i>.</p>
<p><b>Sbocchi occupazionali</b></p>	<p>Gli sbocchi occupazionali sono quelli tradizionalmente offerti dai diversi ambiti turistici:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hotel</li> <li>- Resorts</li> <li>- Ristoranti</li> <li>- Tour operator</li> <li>- Agenzie turistiche, enti per il turismo, P.I.T.</li> <li>- Organizzazione di eventi</li> <li>- Editoria turistica</li> <li>- Mondo della comunicazione, cartacea e mediatica</li> <li>- Aeroporti e compagnie aeree</li> <li>- Musei e luoghi di interesse culturale e artistico</li> <li>- Attività in proprio per la promozione e la conduzione turistica</li> <li>- Attività in proprio come accompagnatori o guide turistiche (previo superamento degli esami e i concorsi relativi)</li> </ul> <p><b>Riqualificazione:</b></p> <p>Nei suoi 13 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 <b>aggiornamento delle competenze professionali per progredire nel proprio settore e ottenere un avanzamento di carriera</b>.</p>
<p><b>Capacità di apprendimento</b></p>	<p>L'apprendimento parte da conoscenze di base già acquisite e da altre per le quali lo studente verrà sottoposto ad alfabetizzazione specifica.</p>
<p><b>Conoscenza e capacità di comprensione</b></p>	<p>Il forte impianto pratico del Master è pensato specificatamente per favorire la conoscenza diretta del mondo del lavoro, con</p>

	<p>attenzione agli aspetti culturali, organizzativi, normativi e comunicativi del fenomeno.</p> <p>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.</p>
<p><b>Capacità di applicare conoscenza e comprensione</b></p>	<p>La preparazione che si offre al Master mira a fornire e migliorare le capacità di conoscenza e comprensione dei problemi legati al mondo del turismo culturale avvalendosi di <b>un approccio sia teorico che pratico</b> e favorendo, attraverso il potenziamento delle capacità linguistiche e informatiche, una più facile comprensione e comunicazione internazionale.</p>
<p><b>Riconoscimento delle competenze pregresse</b></p>	<p>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.</p>
<p><b>Prove intermedie e finali</b></p>	<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>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><b>Fasi per l'elaborazione del Progetto finale:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Individuazione di uno o più (massimo tre) settori di interesse tra quelli proposti dal Master.</li> <li>2) Identificazione di un'idea originale.</li> <li>3) Valutazione degli argomenti da sviluppare e scelta del tema del progetto.</li> <li>4) Definizione delle tecniche e dei metodi per la produzione del progetto.</li> <li>5) Ricerca.</li> <li>6) Presentazione multimediale con PowerPoint, Prezi, Video, ecc.</li> <li>7) Elaborazione del progetto.</li> <li>8) Preparazione di un abstract da presentare a tutti i docenti del Master almeno una settimana prima della presentazione del progetto.</li> </ol>

	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.
<b>Requisiti per l'ammissione</b>	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 dell'enogastronomia, scienze politiche, architettura. <b>Conoscenza della lingua inglese (livello minimo B1)</b>

<b>Numero minimo e massimo di ammessi</b>	Minimo 10, massimo 30
<b>Criteri di selezione</b>	Tipologia di laurea triennale e relativa votazione. Conoscenza delle lingue straniere.
<b>Scadenza domande di ammissione</b>	10/01/2018
<b>Modalità didattica</b>	Convenzionale
<b>Lingua di insegnamento</b>	Italiano e Inglese per le lezioni frontali e i laboratori.
<b>Informazioni utili agli studenti</b>	<p><b>Il Master mette a disposizione dei suoi corsisti Borse di studio a copertura parziale e/o totale:</b></p> <p><b>Borse INPS, Riservate a figli di dipendenti pubblici (inoccupati) a copertura totale (con esclusione dell'imposta di bollo e del costo del diploma per complessivi 41 euro)</b></p> <p><b>Borse dipartimentali:</b> per un importo totale pari al <b>10% dell'intero</b> ammontare delle tasse pagate dagli iscritti nell'anno, verranno distribuite nella <b>seconda</b> 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 <b>merito</b>: voto di laurea e di <b>reddito</b> familiare), e l'importo verrà scalato dalla seconda rata del Master.</p> <p>Per gli <b>studenti stranieri</b> si provvederà per entrambi i parametri a conversioni secondo tabelle ufficiali.</p> <p><b>Iscrizione Moduli singoli:</b></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</p>



Modulo che si intende frequentare.

**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 (num.minimo 6 corsi richiesti) + lezioni di Informatica applicati al dominio del turismo)

**NOTA SUL RAPPORTO CFU/Ore:**

Il Master Linguaggi del Turismo e Comunicazione Interculturale distingue fra CFU per SEMININARI (5 ore docenza) erogati da docenti universitari (anche a contratto) e CFU per i laboratori (10 ore formazione professionalizzante) erogati da professionisti che collaborano al livello di acquisizione di competenze pratiche.

<b>Titolo in italiano e in inglese e docente di riferimento</b>	<b>Settore scientifico disciplinare (SSD)</b>	<b>CFU</b>	<b>Ore</b>	<b>Tipo Attività</b>	<b>Lingua</b>
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	10	Seminario Modulo C	ITA/EN
Il turismo del vino, dell'olio e del cibo/Wine, Oil and Food Tourism.		1	10	Laboratorio Modulo A	ITA
Tourism Experience Economy		1	10	Laboratorio Modulo A	ITA/EN
La comunicazione interpersonale come strumento di lavoro/Interpersonal Communication as a working tool.		1	10	Laboratorio Modulo A	ITA
Organizzazione di un evento scientifico/Scientific event Organization + Projects planning and reading		2	20	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.		1	10	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 promotion.	L-ART/04	2	10	Seminario Modulo A	ITA
Ceminoniale/cerimonies		0,5	5	Laboratorio Modulo A	ITA
British Women Writers and the Grand Tour	L-LIN/10	1	5	Seminario Modulo A	EN
Marketing del Turismo e del Territorio/Business Planning alberghiero/Destination Management and Hotel Management.		2	20	Laboratorio Modulo B	ITA

Food and Beverage: le figure professionali/Food and Beverage professionals.		1,5	15	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	1	5	Seminario Modulo A	ITA
Scienze del Turismo/Tourism Science	SECS-P-01	1	5	Seminario Modulo B	ITA
La tutela del consumatore, fruitore del pacchetto turistico/Consumers'rights and all inclusive packages.	IUS-10	2	10	Laboratorio Modulo B	ITA
I Caraibi a Londra. Il Notting Hill Carnival tra addomesticamento e resistenza. (Guarducci Maria Paola)	L-LIN/10	1	5	Seminario Modulo A	ITA/EN
Il marketing turistico/Tourist Marketing		1	10	Laboratorio Modulo B	ITA
Orientalismo e Occidentalismo: il dialogo culturale tra Italia e Cina nel Novecento. (Lombardi Rosa)	L-OR/21	1	5	Seminario Modulo A	ITA
Cooperazione Internazionale. Istituzioni culturali e Project Management/International Cooperation and Project Management.		1,5	15	Laboratorio Modulo A	ITA
Food Studies. Intercultural Communication + Food Studies.		1	10	Laboratorio Modulo A	ITA
Etica e Strategie di comunicazione per il turismo/Ethics and Communication Strategies in Tourism.		1	10	Laboratorio Modulo A	ITA
Diritto de turismo e dei beni Culturali/Tourism and Cultural Heritage Legislation.	IUS/10	2	10	Seminario Modulo B	ITA
Business Plan aziendale/Business Planning.		1	10	Laboratorio Modulo B	ITA
Organizzazione e tecnica turistica/Tourism Organization.		2	20	Laboratorio Modulo B	ITA
Cineturismo e territorio/Cinetourism.	M-GGR/01	4	20	Seminario Modulo A	ITA
Turismo congressuale/Conference Tourism.		1	10	Laboratorio Modulo B	ITA
Turismo letterario e creatività: il caso di Shakespeare e Jane Austen. (Pennacchia Maddalena)	L-LIN/10	1	5	Seminario Modulo A	ITA/EN
Il viaggio nella storia. Journey through History.	L-LIN/14	4	20	Laboratorio Modulo A e B	ITA
Scrivere un c.v. per il mercato contemporaneo/Writing a C.V.		1	10	Laboratorio Modulo B	ITA
Città e testo/testo e città: il caso di	L-LIN/21	1	5	Seminario	ITA

Pietroburgo (Piccolo Laura)				modulo A	
La comunicazione turistico enogastronomica/Food, Tourism, and Communication. (Pippa Salvador)	L-LIN/09	1	5	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	10	Seminario Modulo A	ITA
Tourism and Tourisms: Features for Creativity. (Rocca Marinella)	L-LIN/12	2	10	Seminario Modulo B	ITA/EN
Il turismo cinese incoming e l'Italia/Chinese tourism and Italy.		1	10	Laboratorio Modulo A	ITA
La comunicazione tra turismo e (inter)cultura. Communication, Tourism and Interculturality. (Santone Laura)	L-LIN/04	1	5	Seminario Modulo A	ITA
Roma: la città e la storia. L'importanza del contesto.Rome: the city and its history. The importance of context.		1	10	Laboratorio Modulo A	ITA
Comunicazione e self-marketing per trovare e creare lavoro. Communication and self-marketing to look for and create a job.		1,5	15	Laboratorio Modulo B	ITA
Sviluppo di un progetto imprenditoriale/Business plan for a start up.		2	20	Laboratorio Modulo B	ITA
Appunti di tecnica turistica e amministrativa/Notions on travel agencies management.		1	10	Laboratorio Modulo B	ITA
Il ruolo dei festival nello sviluppo del turismo culturale: networking, fundraising e sviluppo di competenze strategiche. Network, fundraising and strategic skills acquisition in the organization of cultural events. (Trecca Simone)	L-LIN/05	1	5	Seminario Modulo B	ITA
Berlino città creativa/Berlin, creative city. (Weidenhiller Ute Christiane)	L-LIN/13	1	5	Seminario Modulo A	ITA
Inglese specialistico (docente a contratto)	L-LIN/12	8	40	Laboratorio Modulo C	
Lingua cinese, russa, tedesca, portoghese, francese su richiesta di almeno 8 corsisti					
Nozioni di Informatica		—	40	Laboratorio Modulo C	
Spagnolo specialistico	L-LIN/07	8	40	Modulo C	

PROGETTO FINALE		6			
STAGE/TIROCINIO		-----			

Obiettivi formativi

Attività formativa	Obiettivo formativo / Programma
<b>MODULO A</b>	<p><b>Modulo A (Aspetti culturali e creativi del turismo):</b> Il <b>Modulo A</b> si svolge nei mesi di febbraio, marzo e aprile ed è finalizzato all'acquisizione e al consolidamento di concetti legati alla <b>cultura del turismo</b>, alle sue origini e alla sua evoluzione, con particolare attenzione agli aspetti dell'<b>interculturalità</b> e della <b>comunicazione interculturale</b>. 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: <b>turismo culturale</b> (lingua, letteratura, cinema, arte e media), <b>turismo artistico</b>, <b>turismo storico archeologico</b>, <b>turismo ambientale</b>, <b>turismo religioso</b>, <b>turismo matrimoniale</b>, <b>turismo enogastronomico</b>, <b>turismo dei piccoli centri</b>, <b>organizzazione turistica</b>, <b>cooperazione internazionale per il turismo</b>, <b>alfabetizzazione per Guide e Accompagnatori Turistici</b>. I seminari e i laboratori del Modulo A verteranno su: <b>storytelling</b>, <b>storia e cultura del turismo</b>, <b>storia dell'arte</b>, <b>itinerari letterari</b>, <b>itinerari enogastronomici</b>, <b>itinerari cine-turistici</b> e <b>itinerari museali</b>.</p>
<b>MODULO B</b>	<p>Il <b>modulo B</b> si svolgerà nei mesi di aprile, maggio e giugno e avrà un <b>taglio operativo</b>. Per tale ragione, le lezioni del modulo B saranno tenute <b>non solo da accademici ma da professionisti</b> operanti nel settore. Scopo del modulo è: fornire <b>conoscenze essenziali</b> a quanti desiderino lavorare nel settore turistico (<b>diritto</b> del turismo e dei beni culturali, cenni di <b>economia</b> turistica, <b>comunicazione</b> aziendale, <b>marketing</b> e turismo, <b>sociologia</b> e <b>psicologia</b> del turismo, <b>legislazione</b> turistica, <i>event planning</i>, ecc.). Alla fine del Modulo, lo studente sarà in grado di redigere un <b>business plan</b> per creare una <b>start-up</b> in ambito turistico. Per la sua natura più operativa, il modulo B mira anche all'acquisizione e al consolidamento delle <b>soft skill</b> (uso dei <i>social media</i>, <i>web writing</i>, <i>blogging</i>, <i>content marketing</i>, ecc.) dello studente.</p>
<b>MODULO C</b>	<p>Il <b>modulo C</b> sarà costituito da <b>lezioni di lingua inglese e altra/e lingua/e</b> e si svolgerà parallelamente agli altri due moduli. Alfabetizzazione Informatica</p>

Stage di sperimentazione operativa

<b>Enti presso i quali si svolgerà lo stage</b>	<b>Finalità dello stage</b>
Hotel di Roma e provincia	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

**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 singolo 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:

	<b>Denominazione</b>	<b>Ore</b>	<b>CFU</b>
1	Modulo A Aspetti Culturali del Turismo	200	18 +11
2	Modulo B Aspetti Operativi del Turismo	110	18 + 9
3	Modulo C Aspetti Linguistici del turismo e Alfabetizzazione Informatica	90 + 40 Informatica	18

Allo studente che avrà seguito con profitto uno o più dei moduli didattici sopra elencati verrà rilasciato un attestato di frequenza.

Tasse di iscrizione

<b>Importo totale</b>	<b>I rata</b>	<b>II rata</b>	<b>Scad. I rata</b>	<b>Scad. II rata</b>
2.700	1.350,00	1.350,00	15/01/2018	31/05/2018

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

- 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 inferiore a 2. In caso contrario tutti saranno esonerati dalla seconda rata e saranno tenuti al pagamento della prima rata.  
Per usufruire, comunque, dell'esonero è necessario allegare alla domanda di ammissione un certificato di invalidità rilasciato dalla struttura sanitaria competente indicante la percentuale riconosciuta.
- 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. 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
  - Condizioni economiche della famiglia del corsista
- 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:

- 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.