

Quadro degli obiettivi formativi specifici e delle propedeuticità

Corso di Laurea Magistrale in Gestione del turismo culturale e degli eventi (LM 49)

Rau, art. 12, comma 2, lettera b

N.	Insegnamento	Settore SSD	<i>Learning outcomes: conoscenze e abilità da acquisire</i>	Propedeuticità										
1	<p>Advanced tourism marketing [6 CFU] [insegnamento obbligatorio]</p>	SECS-P/08	<p>Alla fine del corso lo studente dovrà:</p> <table border="1"> <tr> <td data-bbox="604 499 805 915"><i>Conoscenza e comprensione</i></td> <td data-bbox="805 499 1175 915"> <ul style="list-style-type: none"> • acquisizione di competenze caratterizzanti relative all'analisi strategica, allo sviluppo e gestione di strategie di marketing turistico e di event management; • acquisizione di competenze relative alla gestione della comunicazione strategica e di marketing. </td> </tr> <tr> <td data-bbox="604 915 805 1108"><i>Capacità di applicare conoscenza e comprensione</i></td> <td data-bbox="805 915 1175 1108"> <ul style="list-style-type: none"> • rafforzare e consolidare le competenze caratterizzanti e specifiche acquisite durante il primo semestre del CLM. </td> </tr> <tr> <td data-bbox="604 1108 805 1209"><i>Autonomia di giudizio</i></td> <td data-bbox="805 1108 1175 1209"> <ul style="list-style-type: none"> • applicare le suddette competenze in chiave economico-manageriale. </td> </tr> <tr> <td data-bbox="604 1209 805 1848"><i>Abilità comunicative</i></td> <td data-bbox="805 1209 1175 1848"> <ul style="list-style-type: none"> • appropriazione e consolidamento di meta-competenze e competenze trasversali (soft skills), quali la capacità di lavorare all'interno di un gruppo, saper gestire carichi di lavoro, rispettare scadenze predefinite. Il corso pone particolare attenzione a consolidare competenze di carattere relazionale/comunicazionale quali: capacità di interazione con soggetti istituzionali e di impresa, capacità di presentazione di un report conclusivo ad un pubblico esterno. </td> </tr> <tr> <td data-bbox="604 1848 805 1934"><i>Capacità di apprendimento</i></td> <td data-bbox="805 1848 1175 1934"> <ul style="list-style-type: none"> • sviluppo di abilità specifiche relative alla valorizzazione delle </td> </tr> </table>	<i>Conoscenza e comprensione</i>	<ul style="list-style-type: none"> • acquisizione di competenze caratterizzanti relative all'analisi strategica, allo sviluppo e gestione di strategie di marketing turistico e di event management; • acquisizione di competenze relative alla gestione della comunicazione strategica e di marketing. 	<i>Capacità di applicare conoscenza e comprensione</i>	<ul style="list-style-type: none"> • rafforzare e consolidare le competenze caratterizzanti e specifiche acquisite durante il primo semestre del CLM. 	<i>Autonomia di giudizio</i>	<ul style="list-style-type: none"> • applicare le suddette competenze in chiave economico-manageriale. 	<i>Abilità comunicative</i>	<ul style="list-style-type: none"> • appropriazione e consolidamento di meta-competenze e competenze trasversali (soft skills), quali la capacità di lavorare all'interno di un gruppo, saper gestire carichi di lavoro, rispettare scadenze predefinite. Il corso pone particolare attenzione a consolidare competenze di carattere relazionale/comunicazionale quali: capacità di interazione con soggetti istituzionali e di impresa, capacità di presentazione di un report conclusivo ad un pubblico esterno. 	<i>Capacità di apprendimento</i>	<ul style="list-style-type: none"> • sviluppo di abilità specifiche relative alla valorizzazione delle 	Nessuna
<i>Conoscenza e comprensione</i>	<ul style="list-style-type: none"> • acquisizione di competenze caratterizzanti relative all'analisi strategica, allo sviluppo e gestione di strategie di marketing turistico e di event management; • acquisizione di competenze relative alla gestione della comunicazione strategica e di marketing. 													
<i>Capacità di applicare conoscenza e comprensione</i>	<ul style="list-style-type: none"> • rafforzare e consolidare le competenze caratterizzanti e specifiche acquisite durante il primo semestre del CLM. 													
<i>Autonomia di giudizio</i>	<ul style="list-style-type: none"> • applicare le suddette competenze in chiave economico-manageriale. 													
<i>Abilità comunicative</i>	<ul style="list-style-type: none"> • appropriazione e consolidamento di meta-competenze e competenze trasversali (soft skills), quali la capacità di lavorare all'interno di un gruppo, saper gestire carichi di lavoro, rispettare scadenze predefinite. Il corso pone particolare attenzione a consolidare competenze di carattere relazionale/comunicazionale quali: capacità di interazione con soggetti istituzionali e di impresa, capacità di presentazione di un report conclusivo ad un pubblico esterno. 													
<i>Capacità di apprendimento</i>	<ul style="list-style-type: none"> • sviluppo di abilità specifiche relative alla valorizzazione delle 													

				competenze e abilità acquisite in termini di collocazione sul mercato del lavoro reale.	
2	Antropologia delle religioni contemporanee [6 cfu] [insegnamento opzionale]	M-STO/06	Alla fine del corso lo studente dovrà:		Nessuna
			<i>Conoscenza e comprensione</i>	<ul style="list-style-type: none"> conoscere le prospettive generali dell'antropologia; conoscere e saper spiegare i problemi e le conseguenze culturali e politiche dei fondamentalismi del nostro tempo. 	
			<i>Capacità di applicare conoscenza e comprensione</i>	<ul style="list-style-type: none"> saper applicare queste conoscenze all'attualità politica e culturale; saper inquadrare uno specifico fenomeno culturale nella sua genesi e sviluppo. 	
			<i>Autonomia di giudizio</i>	<ul style="list-style-type: none"> saper fornire elementi di giudizio, con uno "sguardo da lontano", su ogni esperienza di "alterità" radicale. 	
			<i>Abilità comunicative</i>	<ul style="list-style-type: none"> saper illustrare con rigore antropo-logico, a voce e per iscritto, i problemi religiosi del nostro tempo. 	
			<i>Capacità di apprendimento</i>	<ul style="list-style-type: none"> saper reperire e utilizzare strumenti bibliografici e informatici per impostare una piccola ricerca in prospettiva antropologica. 	
3	Comunicazione e lingua speciale del turismo [6 cfu] [insegnamento opzionale]	L-LIN/01	Alla fine del corso lo studente dovrà:		Nessuna
			<i>Conoscenza e comprensione</i>	<ul style="list-style-type: none"> conoscere gli strumenti concettuali e metodologici di base per comprendere le dinamiche della comunicazione linguistica, in generale e in ambito turistico. 	
			<i>Capacità di applicare conoscenza e comprensione</i>	<ul style="list-style-type: none"> saper applicare le nozioni apprese per analizzare in modo critico le strategie comunicative nell'ambito specialistico del turismo. 	
			<i>Autonomia di giudizio</i>	<ul style="list-style-type: none"> saper valutare in maniera autonoma l'efficacia del 	

				<p>messaggio linguistico in specifici ambiti comunicativi.</p>	
			<i>Abilità comunicative</i>	<ul style="list-style-type: none"> saper esporre in modo chiaro e coerente le proprie valutazioni in merito a specifiche strategie comunicative. 	
			<i>Capacità di apprendimento</i>	<ul style="list-style-type: none"> sviluppare in modo consapevole abilità analitiche di supporto alle altre discipline relative alla comunicazione istituzionale che lo/la studente/essa affronterà nel proprio curriculum di studi. 	
4	<p>Cinema e nuovi media per i beni culturali [6 CFU] [insegnamento obbligatorio]</p>	L-ART/06	<p>Alla fine del corso lo studente dovrà:</p>	<p><i>Conoscenza e comprensione</i></p> <ul style="list-style-type: none"> conoscere i fondamenti generali della scrittura "per" il cinema (sceneggiatura, story boarding) e della scrittura "con" il cinema (linguaggio, montaggio e racconto cinematografici), approfondendo in particolare le dinamiche testuali e le tipologie discorsive che caratterizzano le forme brevi della comunicazione audiovisiva contemporanea; conoscere i linguaggi, nonché le modalità e i contesti di utilizzo, delle nuove forme della narrazione audiovisiva digitale (in particolare, videotelling e web doc) nei campi specifici della promozione del turismo culturale e della conoscenza e valorizzazione di territori e beni culturali; comprendere i fattori che ne garantiscono l'efficacia informativa, comunicativa ed emozionale e il relativo coinvolgimento 	Nessuna

				da parte del fruitore.	
			<i>Capacità di applicare conoscenza e comprensione</i>	<ul style="list-style-type: none"> saper progettare, realizzare e diffondere prodotti audiovisivi digitali finalizzati alla conoscenza e promozione di un territorio o di un polo di attrazione culturale, sapendo declinare generi, forme e modelli di digital storytelling sulla base di specifici obiettivi comunicativi e strategici prefissati. 	
			<i>Autonomia di giudizio</i>	<ul style="list-style-type: none"> saper distinguere e giudicare, tra diverse narrazioni, quelle che meglio di altre sanno sfruttare appieno le potenzialità informative, comunicative ed emozionali del linguaggio e del montaggio cinematografici; saper scegliere, tra i possibili modelli di narrazione digitale, quello più adeguato a veicolare i contenuti di volta in volta assegnati. 	
			<i>Abilità comunicative</i>	<ul style="list-style-type: none"> saper presentare con competenza e proprietà di linguaggio, a voce e per scritto, il progetto e le finalità specifiche di una campagna d'informazione, comunicazione, promozione o sensibilizzazione condotta attraverso il digital storytelling. 	
			<i>Capacità di apprendimento</i>	<ul style="list-style-type: none"> saper scegliere e utilizzare proficuamente gli strumenti bibliografici più pertinenti per condurre in autonomia approfondimenti e aggiornamenti in materia, così come gli strumenti tecnologici e informatici più adatti a soddisfare esigenze e a risolvere 	

				problemi di natura tecnica e realizzativa.	
5	English for professional tourism [9 CFU] [insegnamento obbligatorio]	L-LIN/12	Alla fine del corso lo studente dovrà:		Nessuna
			<i>Conoscenza e comprensione</i>	<ul style="list-style-type: none"> • aver acquisito i principali concetti teorici e la terminologia relativa al turismo in lingua inglese ad un livello intermediale; • essere in grado contestualizzare un determinato testo relativo alla letteratura di viaggio; • dimostrare buone competenze linguistico-comunicative (lessicali, grammaticali e morfo-sintattiche) in inglese. 	
			<i>Capacità di applicare conoscenza e comprensione</i>	<ul style="list-style-type: none"> • saper inquadrare un testo applicando le conoscenze di cui sopra e lavorando sulle proprie competenze linguistiche e analitiche. 	
			<i>Autonomia di giudizio</i>	<ul style="list-style-type: none"> • partecipare attivamente per sviluppare le capacità necessarie per affrontare le diverse situazioni comunicative in lingua straniera in piena autonomia. 	
			<i>Abilità comunicative</i>	<ul style="list-style-type: none"> • saper riflettere criticamente sulla terminologia e i linguaggi del turismo. Tale arricchimento lessicale combinato al miglioramento delle conoscenze grammaticali, favorirà le capacità di sintesi, di valutazione e di gestione di situazioni comunicative specifiche del settore. 	
			<i>Capacità di apprendimento</i>	<ul style="list-style-type: none"> • saper gestire con apporti appropriati e originali varie situazioni con diverse variabili; • dimostrare buone competenze linguistico-comunicative (lessicali, grammaticali e morfo-sintattiche) in inglese simulazione su guide di viaggio. 	

6	Geotechnology for tourism [9 CFU] [insegnamento obbligatorio]	M-GGR/02	Alla fine del corso lo studente dovrà:	Nessuna
			<i>Conoscenza e comprensione</i>	<ul style="list-style-type: none"> • utilizzare un sw GIS e le relative funzionalità; • conoscere i principali fornitori di dati socioeconomici, di servizi web e i principali portali con informazioni turistiche; • comprendere le necessità del cliente in ambito turistico essendo in grado di astrarre, indipendentemente dal campo in analisi, le tematiche significative.
			<i>Capacità di applicare conoscenza e comprensione</i>	<ul style="list-style-type: none"> • utilizzando le competenze acquisite fornire supporto ai decisori delle aziende e delle pubbliche amministrazioni, produrre analisi e simulazioni, essere in grado di proporre nuove tecnologie a supporto del turismo e in particolare: <ul style="list-style-type: none"> - raccogliere le specifiche tramite una attività di analisi; - produrre un documento di progetto che descriva le necessità del cliente e rappresenti la propria "soluzione"; - costruire un team di progetto; - interfacciarsi, anche criticamente, con i potenziali fornitori terzi; - gestire, in itinere, il rapporto con il cliente presentando i diversi stati di avanzamento; - chiudere e collaudare il progetto.
			<i>Autonomia di giudizio</i>	<ul style="list-style-type: none"> • dovrà dimostrare abilità di analisi e capacità di rielaborazione critica delle situazioni per proporre soluzioni innovative al problema proposto pur non essendo necessariamente

				<p>un esperto dello specifico settore.</p>	
			<i>Abilità comunicative</i>	<ul style="list-style-type: none"> dovrà interagire con figure professionali di alto livello per cui dovrà essere in grado di sostenere discussioni e argomentazioni in ambiti complessi e non sempre parte del suo background di conoscenze; dovrà essere in grado di parlare in pubblico anche eventualmente in lingua straniera per presentare progetto, stati di avanzamento, ... 	
			<i>Capacità di apprendimento</i>	<ul style="list-style-type: none"> saper reperire, anche fuori dall'ambito in analisi, le informazioni più idonee allo svolgimento delle attività richieste dal progetto. 	
7	Legislazione per il turismo europeo [6 CFU] [insegnamento obbligatorio]	IUS/01	Alla fine del corso lo studente dovrà:		Nessuna
			<i>Conoscenza e comprensione</i>	<ul style="list-style-type: none"> conoscere gli aspetti più rilevanti della disciplina giuridica del settore del turismo. 	
			<i>Capacità di applicare conoscenza e comprensione</i>	<ul style="list-style-type: none"> essere in grado di acquisire le nozioni fondamentali dei profili giuridici del fenomeno turismo. 	
			<i>Autonomia di giudizio</i>	<ul style="list-style-type: none"> essere in grado di inquadrare e risolvere le più frequenti tematiche giuridiche che deve affrontare una figura professionale di medio/alto livello di un'impresa turistica, o di un ente pubblico avente finalità di promozione turistica. 	
			<i>Abilità comunicative</i>	<ul style="list-style-type: none"> acquisire le nozioni giuridiche per relazionarsi con la Pubblica Amministrazione o con le altre istituzioni pubbliche. 	
			<i>Capacità di apprendimento</i>	<ul style="list-style-type: none"> essere in grado di esporre compiutamente le problematiche legate alla normativa sul 	

				turismo.	
8	Digital media for tourism [6 CFU] [insegnamento obbligatorio]	SPS/08	Alla fine del corso lo studente dovrà:		Nessuna
			<i>Conoscenza e comprensione</i>	<ul style="list-style-type: none"> • conoscere gli strumenti concettuali e metodologici di base per comprendere le principali dinamiche della comunicazione mediata dal computer (CMC), in generale e in ambito turistico; • conoscere forme e linguaggi dei media digitali, dalla crossmedialità al web collaborativo, nei contesti specifici del turismo e della promozione territoriale; • conoscere un insieme di metodi e tecniche della ricerca sociale per analizzare i cambiamenti che stanno avendo luogo a livello di comportamento dei turisti, processo decisionale e comunicazione territoriale. 	
			<i>Capacità di applicare conoscenza e comprensione</i>	<ul style="list-style-type: none"> • saper comprendere ed interpretare forme, linguaggi e pratiche medialità digitali ed essere in grado di leggere criticamente il rapporto tra media digitali, turismo, territorio e società; • saper analizzare in modo critico le strategie comunicative adottate, i prodotti dei media digitali e le loro relazioni con la sfera del turismo, applicando i principali metodi di analisi; • saper progettare dei modelli di promozione territoriale a partire da specifici obiettivi comunicativi. 	
			<i>Autonomia di</i>	<ul style="list-style-type: none"> • saper utilizzare sia sul 	

			<i>giudizio</i>	piano concettuale che su quello operativo le conoscenze acquisite con autonoma capacità di valutazione.	
			<i>Abilità comunicative</i>	<ul style="list-style-type: none"> saper illustrare con rigore logico e terminologico, a voce e per iscritto, questioni inerenti a turismo, media digitali e società. 	
			<i>Capacità di apprendimento</i>	<ul style="list-style-type: none"> saper reperire e utilizzare strumenti bibliografici e metodologici utili ad approfondire in modo autonomo le principali tematiche di un campo di studio in continua evoluzione. 	
9	Strategie digitali per il turismo [6 CFU] [insegnamento obbligatorio]	INF/01	Alla fine del corso lo studente dovrà:		Nessuna
			<i>Conoscenza e comprensione</i>	<ul style="list-style-type: none"> padroneggiare la conoscenza e l'uso delle principali tecnologie, digitali e non, a servizio del mercato turistico nel 2018. 	
			<i>Capacità di applicare conoscenza e comprensione</i>	<ul style="list-style-type: none"> imparare a valutare quali tecnologie e quali ambienti digitali siano utilizzabili con successo in una determinata strategia. 	
			<i>Autonomia di giudizio</i>	<ul style="list-style-type: none"> analizzare e valutare i risultati della propria azione strategica. 	
			<i>Abilità comunicative</i>	<ul style="list-style-type: none"> essere in grado di comunicare quanto appreso in modo logico e brillante. 	
			<i>Capacità di apprendimento</i>	<ul style="list-style-type: none"> essere in grado di declinare i modelli appresi in ambienti diversi e per destinazioni diverse. 	
10	Planning and management of company performance in tourism sector [6 CFU] [insegnamento]	SECS-P/07	Alla fine del corso lo studente dovrà:		Nessuna
			<i>Conoscenza e comprensione</i>	<ul style="list-style-type: none"> conoscere ed aver compreso la finalità e la logica di base del sistema di programmazione e controllo; conoscere ed aver 	

	obbligatorio]			<p>compreso quali sono gli elementi fondamentali del sistema di programmazione e controllo;</p> <ul style="list-style-type: none"> • conoscere e aver compreso il ruolo che i sistemi di programmazione e controllo svolgono all'interno di un'organizzazione. 	
			<i>Capacità di applicare conoscenza e comprensione</i>	<ul style="list-style-type: none"> • essere capace di analizzare e valutare le caratteristiche ed il funzionamento del sistema di programmazione controllo all'interno di un'organizzazione; • essere capace di progettare l'architettura di base del sistema di programmazione e controllo all'interno di un'organizzazione. 	
			<i>Autonomia di giudizio</i>	<ul style="list-style-type: none"> • essere capace di analizzare in modo critico le conseguenze organizzative delle scelte in materia di controllo. 	
			<i>Abilità comunicative</i>	<ul style="list-style-type: none"> • essere in grado di comunicare, in modo rigoroso ed efficace, le caratteristiche ed il funzionamento del sistema di programmazione e controllo ai diversi stakeholder interessati. 	
			<i>Capacità di apprendimento</i>	<ul style="list-style-type: none"> • aver migliorato la capacità di analizzare e comprendere contesti organizzativi complessi. 	
11	Turismo dei beni culturali [6 CFU] [insegnamento obbligatorio]	L-ANT/08	Alla fine del corso lo studente dovrà:		Nessuna
			<i>Conoscenza e comprensione</i>	<ul style="list-style-type: none"> • conoscere le caratteristiche del turismo dei beni culturali; • conoscere gli aspetti riguardanti la tutela e la valorizzazione dei beni culturali; 	

				<ul style="list-style-type: none"> • possedere nozioni riguardo lo sviluppo e l'evoluzione di alcuni aspetti relativi al turismo dei beni culturali, alla loro valorizzazione e comunicazione. 	
			<i>Capacità di applicare conoscenza e comprensione</i>	<ul style="list-style-type: none"> • saper riconoscere e inquadrare, in un corretto contesto culturale, gli argomenti affrontati; • saper descrivere i contesti analizzati, coniugando aspetti di valorizzazione turistica, usando la terminologia in modo appropriato. 	
			<i>Autonomia di giudizio</i>	<ul style="list-style-type: none"> • saper formulare analisi e letture personali di valorizzazione turistica di contesti esaminati sulla base degli elementi disponibili, anche formulando proposte di miglioramento. 	
			<i>Abilità comunicative</i>	<ul style="list-style-type: none"> • saper esporre e argomentare correttamente quanto appreso, in forma scritta e in forma orale, utilizzando anche strumenti comunicativi informatici e usando un appropriato lessico disciplinare. 	
			<i>Capacità di apprendimento</i>	<ul style="list-style-type: none"> • saper analizzare in modo critico e autonomo fonti di varie tipologie e i dati raccolti inerenti l'argomento trattato. 	
12	Valorizzazione per il turismo dei beni culturali [6 CFU] [insegnamento obbligatorio]	L-ART/04	Alla fine del corso lo studente dovrà:		Nessuna
			<i>Conoscenza e comprensione</i>	<ul style="list-style-type: none"> • conoscere i modelli teorici e normativi della valorizzazione dei beni culturali; • acquisire la capacità di orientamento riguardo le sorgenti informative per la pianificazione della valorizzazione dei beni culturali. 	
			<i>Capacità di applicare</i>	<ul style="list-style-type: none"> • acquisire la capacità di integrare l'analisi dei beni 	

			<p><i>conoscenza e comprensione</i></p> <p><i>Autonomia di giudizio</i></p> <p><i>Abilità comunicative</i></p> <p><i>Capacità di apprendimento</i></p>	<p>culturali con le strategie di sviluppo turistico;</p> <ul style="list-style-type: none"> • acquisire la conoscenza di modelli e strategie applicate con successo. • saper analizzare criticamente le strategie di sviluppo culturale territoriale. • saper illustrare con fondamento teorico e correttezza terminologica le problematiche relative alla valorizzazione dei beni culturali. • essere in grado di orientarsi nella bibliografia e nelle diverse sorgenti informative per la definizione di una strategia di valorizzazione di beni culturali. 	
13	Ulteriori conoscenze linguistiche	L-LIN/04 L-LIN/07 L-LIN/14	<p>I 3 cfu per le Ulteriori conoscenze linguistiche previste in piano possono essere ottenuti attraverso il conseguimento di:</p> <p>- B1 di una lingua (diversa da quella della triennale) a scelta tra francese, spagnolo o tedesco che può essere ottenuto superando la prova di accertamento relativa i corsi CLAV;</p> <p>oppure:</p> <p>- B2 di una lingua a scelta tra francese, spagnolo e tedesco o di altra lingua (escluso l'inglese) su presentazione di certificazione esterna che verrà valutata ai fini del riconoscimento dalla Commissione Didattica del corso.</p>		
14	Tirocini		<p>I tirocini sono un momento fondamentale e professionalizzante del percorso formativo. I tirocini sono previste presso aziende ed enti che operano nel settore turistico e nell'organizzazione di eventi.</p>		
15	Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro	Laboratori	<p>I laboratori consistono in lezioni/conferenze tenute da specialisti e testimonial di settore, scaricabili dal sito del corso. Richiedono un'interazione con un tutor e un lavoro sui contenuti delle lezioni. Temi: Destination management, Comunicare il vino oggi, ICT per il turismo, Social media communication, Strategie per il turismo globale, Gestione di</p>		

			eventi culturali, Hotellerie e turismo culturale.	
--	--	--	---	--

*** va indicato il numero di riferimento dell'/degli insegnamento/i propedeutico/i a quello descritto.**

Nota

Gli obiettivi formativi specifici dei corsi di insegnamento devono essere descritti mediante un testo compreso tra le 5 e le 10 righe, per un totale di battute comprese tra le 500 e le 1000.