

<b>Università</b>	Libera Università di lingue e comunicazione IULM-MI
<b>Classe</b>	L-15 - Scienze del turismo
<b>Nome del corso in italiano</b>	Turismo, management e territorio <i>adeguamento di: Turismo, management e territorio (1375376)</i>
<b>Nome del corso in inglese</b>	Tourism, Management and Territory
<b>Lingua in cui si tiene il corso</b>	italiano
<b>Codice interno all'ateneo del corso</b>	176^2017
<b>Data di approvazione della struttura didattica</b>	03/05/2017
<b>Data di approvazione del senato accademico/consiglio di amministrazione</b>	04/05/2017
<b>Data della relazione tecnica del nucleo di valutazione</b>	28/01/2008
<b>Data della consultazione con le organizzazioni rappresentative a livello locale della produzione, servizi, professioni</b>	28/10/2015 - 24/01/2013
<b>Modalità di svolgimento</b>	a. Corso di studio convenzionale
<b>Eventuale indirizzo internet del corso di laurea</b>	<a href="http://www.iulm.it">http://www.iulm.it</a>
<b>Facoltà di riferimento ai fini amministrativi</b>	ARTI, TURISMO e MERCATI
<b>Massimo numero di crediti riconoscibili</b>	12 DM 16/3/2007 Art 4 <b>Nota 1063 del 29/04/2011</b>
<b>Numero del gruppo di affinità</b>	1

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

I laureati nei corsi di laurea della classe devono:

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

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

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

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

#### **Sintesi della relazione tecnica del nucleo di valutazione**

Il Corso raccoglie l'eredità del preesistente Corso di laurea in Scienze turistiche, valorizzandone gli elementi scaturiti dalla pluriennale esperienza di attivazione (ivi compreso l'esame delle criticità testimoniato dal calo delle immatricolazioni), e traducendoli nella nuova Classe di laurea, avvantaggiandosi della trasformazione per realizzare una migliore focalizzazione sul tema della territorialità (aprendosi dunque con maggiore chiarezza ai temi del marketing territoriale e del turismo sostenibile). In sintonia anche con le esigenze in più occasioni espresse dagli studenti, è stata introdotta la possibilità, cogliendo l'innovazione normativa, di attivare un curriculum marcatamente professionalizzante, aprendo un'opportunità formativa capace di rispondere al fabbisogno del settore turistico, caratterizzato (come evidenziano recenti ricerche) da una incrementata propensione all'assunzione in corrispondenza dell'attuale fase di crescita del fatturato. In particolare, la proposta formativa dell'Ateneo si inserisce nel quadro di generale dinamismo dell'offerta di turismo culturale in Italia, proponendo un percorso didattico che coniughi lo sviluppo di competenze professionalizzanti con l'acquisizione del fondamentale bagaglio di discipline umanistiche, ambientali e linguistiche. L'ordinamento proposto risulta infine compatibile con le risorse di docenza e di strutture ad esso destinabili da parte dell'Ateneo, anche alla luce dell'andamento storico delle immatricolazioni.

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

Vengono consultati rappresentanti nelle organizzazioni di livello nazionale e locale come ad esempio, Assolombarda, Camera di Commercio, Touring Club, ADA Associazione Direttori Albergo, ISFOL Istituto per lo sviluppo della formazione professionale dei lavoratori, EBNT Ente bilaterale Nazionale Turismo, ManpowerGroup, Unioncamere, AICQ Associazione Italiana Cultura Qualità-Settore Turismo. I ruoli ricoperti dai partecipanti includono: responsabili reclutamento, agenti di viaggio, intermediari, direttori di albergo, assessori, direttori di settori nell'ambito della pubblica amministrazione, marketing manager, responsabili di ONG.

L'incontro di consultazione con i rappresentanti della produzione, dei servizi e delle professioni si inserisce nell'ambito di un rapporto consolidato di confronto e collaborazione con i principali attori del tessuto socio-economico milanese e nazionale. Nella Giornata studi IULM sulla 'Pianificazione strategica del turismo in Italia: prospettive di ricerca e di formazione' del 22 aprile 2013 si è riflettuto su:

- la sinergia tra ricerca scientifica e professionalizzazione, volta a sviluppare profili professionali innovativi in grado di cogliere nuove opportunità di impiego a fronte della crisi economica e occupazionale;
- la costruzione del binomio turismo-cultura come volano del più ampio processo di sviluppo e valorizzazione dei luoghi e dei territori;
- la logica di sistema orientata a costruire reti di sviluppo tra imprese, pubblica amministrazione, no-profit e soggetti intermedi di sviluppo locale;

la vocazione internazionale, attraverso gli stage all'estero e l'intensa formazione linguistica; l'approccio laboratoriale, espressione di un modello didattico centrato sul collegamento tra pensiero e azione'. I professionisti hanno fornito e forniscono osservazioni utili al rafforzamento dell'offerta formativa: dare spazio alla presenza del mondo del lavoro/professioni fin dal primo anno, favorendo la fertilizzazione incrociata tra teoria (Università) e pratica (imprese, Pubblica Amministrazione, professionisti); favorire negli studenti lo sviluppo di competenze imprenditoriali e più in generale della capacità di costruirsi autonomamente un mestiere; attivare un processo di monitoraggio sistematico degli esiti occupazionali e dell'adeguatezza delle competenze sviluppate rispetto alle esigenze dei mercati del lavoro. In tutte le opportunità di incontro e dialogo è stato ribadito l'impegno reciproco a mantenere vivi il confronto e la collaborazione concreta su progettualità specifiche. Gli esiti della giornata sono pubblicati in AngelO Turco (a cura di), La cooperazione turistica internazionale: narrazioni, politiche, territori, Unicopli, 2013.

Le relazioni con i professionisti si accompagnano ad una costante attenzione alle fonti nazionali e internazionali sull'economia del turismo: Istat, Eurostat, Banca Mondiale, Piano strategico del turismo (2017-2022). In particolare, si è condotta, dal gennaio al marzo 2014, un'indagine empirica sulla correlazione tra flussi turistici internazionali e variazioni del PIL (Prodotto Interno Lordo) nominale in 150 paesi per il periodo 2007-2011 (a ultimi dati censiti dalla Banca mondiale). L'Italia si posiziona nel cluster dei paesi maturi, le cui economie, particolarmente provate dalla recente recessione, solo nel 2011 mostrano una crescita parallela e delle medesima dimensione media delle entrate turistiche e del PIL. Tale indagine è pubblicata a rivista internazionale di scienze applicate. In occasione di FareTurismo svoltosi a Milano dal 3 al 4 aprile 2014, si è colta l'opportunità di incontrare le organizzazioni rappresentative ed i professionisti. Esattamente, il pomeriggio del 4 aprile in occasione del IX Incontro dei presidenti dei corsi di laurea e direttori di master-II mondo accademico incontra le organizzazioni di categoria e le associazioni professionali. Gli esponenti di diverso associazionismo (direttori di albergo, albergatori di Milano, FIAVET, impiegati di albergo, ecc.) hanno sollecitato il mondo della formazione a fare attenzione ad alcune debolezze generali degli studenti per: scarsa conoscenza delle lingue straniere; scarsa cultura dell'accoglienza; scarsa conoscenza della città-destinazione e della sua offerta culturale; scarsa propensione al dialogo interculturale ed alla scoperta di usi/tradizioni di altri popoli.

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

Il Corso di Laurea in Turismo, management e territorio nella classe delle Lauree in Scienze del turismo, ha come obiettivo precipuo la formazione di giovani laureati con una conoscenza approfondita delle tecniche di analisi del contesto territoriale, delle relative debolezze e potenzialità, del management e della definizione di strategie competitive in imprese avviate e allo start-up, unitamente a un apparato storico-culturale di riferimento.

Altresì, i laureati dovranno sapere inserire, anche con il supporto della comunicazione digitale, in contesti di sviluppo sostenibile, di dialogo interculturale e di valorizzazione sostenibile, quanto appreso, in linea con le norme e le direttive europee ed internazionali, supportati dalla lingua inglese approfondita in tutti i tre anni. Il Corso prevede un taglio squisitamente professionalizzante, ipotizzando un'uscita verso il mercato del lavoro già al termine del ciclo triennale.

Particolare rilevanza assume l'esperienza di stage, preparata da attività formative ad hoc nell'ambito del corso di studi. L'impianto laboratoriale è presente in molteplici attività formative. La prova finale consiste in una relazione di ricerca e documentazione su un caso di studio di appropriata definizione tematica, anche realizzato eventualmente durante il periodo di stage.

Il corso si distingue per l'attenzione alle professioni, anche con approccio laboratoriale, calate nelle attività formative, in job lab e stage. L'attenzione alle tendenze in atto nel turismo si articola in attività formative che spaziano dalla comunicazione digitale alle performance nei settori del turismo, dallo start-up turistico allo sviluppo locale e all'empowerment.

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

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

In attinenza al percorso formativo, lo studente sviluppa la conoscenza dei territori mediante la frequenza degli insegnamenti di Geografia, culture e turismo, Politiche del territorio e dell'ambiente, Sviluppo locale e organismi internazionali. A questa conoscenza, si abbina l'approfondimento delle caratteristiche rilevanti del settore e dell'impresa turistica grazie agli approcci ed ai contenuti di Economia delle aziende turistiche, Gestione delle risorse umane e service management, Marketing del turismo, Strategie competitive e performance nei settori del turismo, Nascita a sviluppo di nuove imprese del turismo ed Economia del turismo e del fundraising culturale. Il tutto è supportato dalla comprensione del contesto sia in termini storici, che di identità culturali e artistiche attraverso gli insegnamenti di Storia contemporanea ed evoluzione del turismo, Turismo e patrimonio artistico, Archeologia e storia dell'arte antica.

Tra le modalità e gli strumenti didattici adottati si annoverano lezioni frontali, approccio laboratoriale e discussione di case studies in relazione agli specifici insegnamenti. I risultati attesi con riferimento alle specifiche conoscenza e capacità di comprensione vengono verificati con prove in itinere, partecipazione a lavori di gruppo, job lab e esami finali degli insegnamenti.

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

Comprendendo le dinamiche in atto anche in termini di strategie competitive, evoluzione del turismo e nuove forme di impresa, lo studente riconosce e comprende le opportunità della comunicazione digitale, delle politiche e del management di destinazione.

Gli strumenti didattici che favoriscono lo sviluppo della capacità applicativa e verificano il livello di comprensione raggiunto sono principalmente (ma non esclusivamente) rappresentati da: partecipazione a lavori di gruppo, confronto seminariale con professionisti (con rendering di lavori di gruppo), job lab, esercitazioni e discussioni di casi in aula, interazione con testimoni invitati presso specifici insegnamenti o in giornate dedicate a confronti su specifiche tematiche. La prova di esame di ciascun insegnamento obbliga lo studente a ideare e sostenere argomentazioni e consente la verifica dell'approccio professionale.

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

Capacità di analisi e di esegesi critica sulle tematiche inerenti il turismo, i prodotti turistici, con abilità di inserimento delle medesime all'interno dei processi di organizzazione del territorio per valori culturali, materiali e simbolici e per politiche ambientali e paesaggistiche efficaci, nei settori della geografia umana e della geografia economica. Capacità di analisi del dato economico, delle strategie competitive, delle performance e dei processi di formazione del vantaggio competitivo in imprese avviate o allo start-up, nei settori dell'economia. Particolare attenzione, con attività didattiche specifiche, verrà rivolta all'analisi dei processi culturali e comunicativi, nei settori della psicologia e della sociologia ed alla conoscenza approfondita del contesto storico, culturale, dei patrimoni, dell'arte e delle tradizioni presenti nel territorio nazionale, nei settori storico e storico-artistico.

Questi obiettivi sono conseguiti attraverso il dialogo continuo tra insegnamenti teorici e verifiche applicative, tra discipline territoriali, sociali, economiche e storico-culturali. La didattica frontale si accompagna a attività laboratoriali, job lab, analisi di casi di studio, visite di studio in aziende e sul territorio. Arricchiscono l'offerta formativa, progetti e collaborazioni con enti esterni, stage e tirocini in Italia ed all'estero. Tutte queste attività, costantemente monitorate, consentono di raggiungere i risultati attesi in termini di complessiva crescita professionale degli studenti.

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

Conoscenza approfondita della lingua inglese per la trasmissione e la comunicazione delle informazioni relative e inerenti il turismo, il territorio, l'impresa, le culture e gli eventi, con capacità sia specialistica sia di divulgazione. Conoscenza della seconda lingua straniera a scelta tra francese, spagnolo e tedesco. Inoltre, per quanto riguarda le abilità comunicative, alla loro acquisizione sono rivolte specifiche attività didattiche formative afferenti ai settori della sociologia, con particolare attenzione alla comunicazione digitale.

L'insieme di queste abilità sono costantemente verificate con lavori di gruppo e public speaking, applicazioni multimediali, prove in itinere (dove previste dall'insegnamento), verifiche scritte e orali. Tutte queste attività si svolgono in funzione del risultato atteso di comunicare informazioni, idee, problemi e soluzioni a specialisti del settore turistico e non specialisti.

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

Capacità di studio e di apprendimento specifico che preveda un'autonomia gestionale e di sviluppo, per l'elaborazione delle informazioni in ambito professionale o per il proseguimento della carriera di studio. Tali capacità, sviluppate e accertate nel corso del triennio di studi, saranno al centro delle attività seminariali e laboratoriali i cui obiettivi formativi sono personalizzabili in base alle aspirazioni dello studente e del lavoro, in particolar modo finalizzato all'elaborazione della prova finale, che potrà costituire un segno tangibile di competenze scientifico-professionali e sensibilità critica della problematica presa in esame e sperimentata in un concreto contesto lavorativo nell'ambito dello stage o tirocinio in Italia e all'estero. Tali risultati dovrebbero garantire una preparazione adeguata tanto all'eventuale proseguimento degli studi, quanto all'inserimento nel mercato del lavoro.

Pertanto le modalità e gli strumenti didattici attivati (attività seminariali e laboratoriali, stage, prova finale) consentono il raggiungimento delle competenze, dell'autonomia gestionale e critica nell'ambito del turismo.

**Conoscenze richieste per l'accesso**  
**(DM 270/04, art 6, comma 1 e 2)**

Per accedere al Corso di Laurea è necessario essere in possesso di un diploma di scuola secondaria di secondo grado o di altro titolo di studio conseguito all'estero, riconosciuto idoneo. Malgrado non siano necessarie conoscenze specifiche, sono richieste un'adeguata capacità espressiva, sia scritta che verbale, ed una discreta conoscenza della lingua inglese. Tali conoscenze saranno verificate mediante un test obbligatorio di verifica della preparazione, le cui modalità operative sono esplicitate nel regolamento didattico del Corso di studi, ove sono altresì indicati gli obblighi formativi aggiuntivi (e le relative modalità di recupero) nel caso in cui i risultati della prova individuino carenze o lacune.

**Caratteristiche della prova finale**  
**(DM 270/04, art 11, comma 3-d)**

Il percorso formativo prevede al terzo anno l'elaborazione di una prova finale con contenuti di ricerca teorica e operativa su un argomento relativo a uno degli insegnamenti del piano di studi e concordato col relativo docente (relatore). Lo studente-laureando potrà scegliere tra la realizzazione di una dissertazione tradizionale oppure la produzione di un elaborato che dia dimensione scientifica al suo stage o workshop.

Nello sviluppo della prova sarà assistito da un relatore che lo aiuterà nella definizione del tema da svolgere, nell'impostazione e nelle ricerche bibliografiche e documentali, e che dovrà approvare l'elaborato.

Il voto di laurea viene espresso in centodecimi, in base al curriculum degli studi e alla valutazione assegnata alla prova finale. La Commissione esprime una valutazione qualitativa sintetica (insufficiente, sufficiente, discreto, buono, ottimo, eccellente) che tiene conto sia della valutazione della tesi espressa dal Relatore, sia della discussione sostenuta.

<b>Sbocchi occupazionali e professionali previsti per i laureati</b>
<b>ESPERTO NELLA COMUNICAZIONE E NELLA PROMOZIONE DI UN SISTEMA TERRITORIALE</b>
<b>funzione in un contesto di lavoro:</b> Con riferimento a specifiche esigenze di progettazione e valorizzazione territoriale, individua i media, i contenuti e le opportunità di comunicazione e promozione. Sviluppa, quindi, un piano di comunicazione, seleziona contesti offline/online e media informativi. Per raggiungere maggiori livelli di responsabilità è necessario acquisire ulteriori competenze tramite successivi percorsi di formazione.
<b>competenze associate alla funzione:</b> Capacità di lettura geografica del territorio; capacità di selezione di informazioni rilevanti sul campo, dalle attività ai soggetti della governance; capacità di selezione dei media in ragione dei target comunicazionali; capacità redazionali nella comunicazione offline e online; capacità di lavorare e coordinare un team; capacità di monitoraggio e rendicontazione.
<b>sbocchi occupazionali:</b> Esperto di valorizzazione del territorio; manager dello sviluppo locale; esperto di comunicazione territoriale; Web marketing manager per le imprese ed i territori; Web designer; Promotore di località turistiche presso enti e associazioni, sia nel settore pubblico che nel settore privato.
<b>ESPERTO DI MARKETING PER IMPRESE DI TURISMO</b>
<b>funzione in un contesto di lavoro:</b> Supportato da solide conoscenze delle tecniche della comunicazione, analizza i target di impresa, progetto ed evento di valorizzazione turistica, culturale, territoriale, ne declina le potenzialità di attrazione, ne elabora il product design, sviluppando altresì la comunicazione istituzionale, di prezzo e prodotto.
<b>competenze associate alla funzione:</b> Capacità di individuazione, segmentazione e profilazione dei pubblici target; capacità di elaborazione delle strategie di comunicazione riferibili a prodotti, servizi, eventi, progetti; capacità di analisi rispetto a benchmark.
<b>sbocchi occupazionali:</b> Responsabile della comunicazione per il turismo; Consulente aziendale per progetti turistici e culturali; Ruoli marketing e commerciale nella aziende e organizzazioni turistiche.
<b>ORGANIZZATORE DI EVENTI</b>
<b>funzione in un contesto di lavoro:</b> Supportato da solide competenze organizzative, sa implementare le fasi di organizzazione di un evento dall'analisi dei bisogni alla rendicontazione delle performance, non esclusivamente economiche. Per raggiungere maggiori livelli di responsabilità è necessario acquisire ulteriori competenze tramite successivi percorsi di formazione.
<b>competenze associate alla funzione:</b> Capacità di selezione delle risorse territoriali, finanziarie, culturali, logistiche; capacità di implementazione delle fasi del ciclo di vita di un evento; capacità di monitoraggio e rendicontazione.
<b>sbocchi occupazionali:</b> Programmatore e gestore di eventi per il turismo di svago e d'affari.
<b>PROGETTISTA DI ITINERARI E PRODOTTI TURISTICI</b>

**funzione in un contesto di lavoro:**

Supportato da solide competenze gestionali, realizza itinerari e prodotti turistici coordinandosi con gli amministratori tipici e atipici del territorio. Si occupa dello start-up imprenditoriale, nuove imprese nel turismo e di progetti di rilevanza turistica e culturale. Forte del marketing relazionale con le istituzioni e le imprese, realizza il product design di servizi turistici e/o la valorizzazione dei patrimoni culturali. Per raggiungere maggiori livelli di responsabilità è necessario acquisire ulteriori competenze tramite successivi percorsi di formazione.

**competenze associate alla funzione:**

Capacità di individuazione e profilazione delle organizzazioni che governano un territorio; marketing relazionale; competenze manageriali; fundraising.

**sbocchi occupazionali:**

Esperto di marketing istituzionale; Product designer.

**REVENUE MANAGER****funzione in un contesto di lavoro:**

E' attivo nella definizione del piano strategico e dei ricavi nell'hospitality industry nazionale e internazionale. Conosce le dinamiche dei vari canali distributivi, soprattutto le-commerce, e monitora la produzione. Per raggiungere maggiori livelli di responsabilità è necessario acquisire ulteriori competenze tramite successivi percorsi di formazione.

**competenze associate alla funzione:**

Analizza il mercato in termini di concorrenti diretti e della domanda effettiva e potenziale. Segmenta la clientela, prevede gli andamenti della domanda nel breve e nel medio termine. Analizza i costi dei diversi canali di distribuzione (on-line e off-line). Definisce la strategia di vendita (tariffe, canali di distribuzione e gestione disponibilità camere).

**sbocchi occupazionali:**

Revenue manager e esperto di booking nel settore dell'hospitality industry nazionale e internazionale.

**TECNICO DELLA ATTIVITA' RICETTIVE****funzione in un contesto di lavoro:**

E' attivo nell'accoglienza e nell'organizzazione di attività ricettive, riconoscendo le caratteristiche distintive dei contesti territoriali nei quali tali attività sono inserite (culturali, balneari, fieristiche, tappe di itinerario, ecc.).

**competenze associate alla funzione:**

Riconosce e interagisce con stakeholders e soggetti di governo del territorio, per opportunità di rete. Segmenta la clientela. Definisce la strategia di offerta per canali multipli (in pacchetto, card, ecc.).

**sbocchi occupazionali:**

Tecnico nel settore dell'hospitality industry nazionale e internazionale; ruoli di gestione alberghiera, di villaggi turistici, presso enti e associazioni.

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

- Tecnici delle attività ricettive e professioni assimilate - (3.4.1.1.0)
- Organizzatori di fiere, esposizioni ed eventi culturali - (3.4.1.2.1)
- Organizzatori di convegni e ricevimenti - (3.4.1.2.2)
- Animatori turistici e professioni assimilate - (3.4.1.3.0)
- Agenti di viaggio - (3.4.1.4.0)
- Guide ed accompagnatori naturalistici e sportivi - (3.4.1.5.1)

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

**Attività di base**

ambito disciplinare	settore	CFU		minimo da D.M. per l'ambito
		min	max	
Discipline economiche, statistiche e giuridiche	IUS/14 Diritto dell'unione europea SECS-P/07 Economia aziendale SECS-P/08 Economia e gestione delle imprese SECS-S/01 Statistica	18	24	<b>16</b>
Discipline sociali e territoriali	M-GGR/01 Geografia M-GGR/02 Geografia economico-politica SPS/07 Sociologia generale SPS/10 Sociologia dell'ambiente e del territorio	12	18	<b>8</b>
Discipline linguistiche	L-LIN/04 Lingua e traduzione - lingua francese L-LIN/07 Lingua e traduzione - lingua spagnola L-LIN/12 Lingua e traduzione - lingua inglese L-LIN/14 Lingua e traduzione - lingua tedesca	6	12	<b>6</b>
<b>Minimo di crediti riservati dall'ateneo minimo da D.M. 30:</b>		-		

<b>Totale Attività di Base</b>	36 - 54
--------------------------------	---------

**Attività caratterizzanti**

ambito disciplinare	settore	CFU		minimo da D.M. per l'ambito
		min	max	
Discipline dell'organizzazione dei servizi turistici	INF/01 Informatica M-PSI/06 Psicologia del lavoro e delle organizzazioni SECS-P/10 Organizzazione aziendale SECS-S/05 Statistica sociale	12	18	<b>8</b>
Discipline sociologiche, psicologiche e antropologiche	M-DEA/01 Discipline demotnoantropologiche M-PSI/01 Psicologia generale M-PSI/05 Psicologia sociale SPS/07 Sociologia generale SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi SPS/09 Sociologia dei processi economici e del lavoro	12	18	<b>8</b>
Discipline economiche e aziendali	SECS-P/01 Economia politica SECS-P/02 Politica economica SECS-P/06 Economia applicata SECS-P/07 Economia aziendale SECS-P/08 Economia e gestione delle imprese	18	24	<b>16</b>
Discipline storico-artistiche	ICAR/18 Storia dell'architettura L-ART/01 Storia dell'arte medievale L-ART/02 Storia dell'arte moderna L-ART/03 Storia dell'arte contemporanea L-ART/04 Museologia e critica artistica e del restauro L-ART/05 Discipline dello spettacolo L-ART/06 Cinema, fotografia e televisione L-ART/07 Musicologia e storia della musica L-FIL-LET/10 Letteratura italiana L-FIL-LET/11 Letteratura italiana contemporanea M-STO/01 Storia medievale M-STO/04 Storia contemporanea SECS-P/12 Storia economica	18	24	<b>16</b>
<b>Minimo di crediti riservati dall'ateneo minimo da D.M. 60:</b>		-		

<b>Totale Attività Caratterizzanti</b>	60 - 84
--	---------

**Attività affini**

ambito disciplinare	settore	CFU		minimo da D.M. per l'ambito
		min	max	
Attività formative affini o integrative	IUS/02 - Diritto privato comparato IUS/10 - Diritto amministrativo L-FIL-LET/14 - Critica letteraria e letterature comparate L-LIN/01 - Glottologia e linguistica L-OR/05 - Archeologia e storia dell'arte del vicino oriente antico M-FIL/03 - Filosofia morale M-FIL/06 - Storia della filosofia SECS-P/09 - Finanza aziendale	18	24	18

<b>Totale Attività Affini</b>	18 - 24
-------------------------------	---------

**Altre attività**

ambito disciplinare		CFU min	CFU max
A scelta dello studente		18	18
Per la prova finale e la lingua straniera (art. 10, comma 5, lettera c)	Per la prova finale	3	6
	Per la conoscenza di almeno una lingua straniera	6	12
Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. c		-	
Ulteriori attività formative (art. 10, comma 5, lettera d)	Ulteriori conoscenze linguistiche	0	9
	Abilità informatiche e telematiche	-	-
	Tirocini formativi e di orientamento	-	-
	Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro	6	12
Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. d		12	
Per stages e tirocini presso imprese, enti pubblici o privati, ordini professionali		0	18

<b>Totale Altre Attività</b>	39 - 75
------------------------------	---------

**Riepilogo CFU**

<b>CFU totali per il conseguimento del titolo</b>	<b>180</b>
<b>Range CFU totali del corso</b>	153 - 237

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

()

**Note relative alle altre attività****Note relative alle attività di base****Note relative alle attività caratterizzanti**