

LINGUE E MANAGEMENT DEL TURISMO

PARTE I - INFORMAZIONI GENERALI

Tipologia di corso

Master

Titolo del corso

LINGUE E MANAGEMENT DEL TURISMO

PARTE II - REGOLAMENTO DIDATTICO ORGANIZZATIVO

Indirizzo web del corso

-

Il Corso di Studio in breve

Il Master Lingue e Management del turismo si pone l'obiettivo di fornire una preparazione finalizzata all'inserimento nel mondo del lavoro e garantisce una robusta preparazione sugli aspetti culturali, organizzativi, normativi e comunicativi del fenomeno turistico e un potenziamento delle capacità linguistiche e digitali del corsista. Rivolto a persone in possesso di laurea triennale e magistrale, il Master permette di acquisire conoscenze sulle professioni turistiche e sulle diverse articolazioni del turismo (ad. es.: accessibile, leisure, bleisure, enogastronomico, esperienziale, culturale, congressuale, sportivo, spirituale, slow, sostenibile, crocieristico, luxury, ecc.). Il Corso di master permette, inoltre, di raggiungere competenze nei diversi ambiti della tourism industry (ad. Es.: Destination Management, Marketing territoriale, Digital Marketing, analisi dei dati statistici, economia e gestione dell'impresa turistica, legislazione turistica, organizzazione e tecnica turistica, Guest Experience Management, Digital Storytelling, F&B, ecc.). Un modulo del Master è interamente dedicato allo studio delle lingue straniere applicate al dominio del turismo (corsi da 20-30 ore ciascuno, di inglese, francese, russo, spagnolo, tedesco, ecc. - a seconda delle richieste dei corsisti, richiesta minima per attivare un corso 5 pax). Gli incontri con i testimonial, le giornate di studio, i job days e i tirocini curriculari sul campo hanno l'obiettivo di preparare i futuri professionisti dell'accoglienza e del management delle attività culturali e del tempo libero. I docenti del Master sono docenti universitari provenienti dal Dipartimento di Lingue, Letterature e Culture Straniere e/o da altri Atenei, nonché esperti professionisti che operano nel comparto turismo. La didattica si articola su seminari, laboratori, workshop e conferenze. A ciò si affiancano uscite didattiche sul territorio 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. Le lezioni si svolgono il lunedì, martedì e mercoledì (mattina e pomeriggio).

Obiettivi formativi specifici del Corso

Il Master in Lingue e Management del Turismo intende fornire una conoscenza teorica e pratica delle diverse articolazioni del comparto turistico e una preparazione finalizzata all'inserimento nel mondo del lavoro. Particolare enfasi viene posta sulle professioni creative nel settore del turismo culturale (comunicazione digitale e promozione del patrimonio culturale, marketing territoriale, digital marketing, edutainment, ecc.), sulle professioni legate all'ospitalità (Hospitality), su organizzazione e tecnica turistica (tour operator, OTA, agenzie di viaggi, DMO, DMC, ecc.) e su event planning (congressuale, wedding, fiere, arte e spettacolo). In costante evoluzione sia a livello nazionale sia internazionale, il settore del turismo presenta una dinamicità che si manifesta soprattutto nella qualità e nella diversità dell'offerta e dei servizi erogati. Le trasformazioni tecnologiche e l'accelerazione digitale 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, turismo slow, eco-sostenibile, turismo etico, transformative tourism, turismo di prossimità, staycation, workation, digital detox travel, turismo spirituale, virtual tours, ecc.). Il Corso intende formare 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 incoming e outgoing. Le lezioni del Master fanno capo a tre macroaree: Modulo A: ASPETTI CULTURALI E CREATIVI DEL TURISMO Modulo B: ASPETTI OPERATIVI DEL TURISMO Modulo C: ASPETTI LINGUISTICI e INFORMATICA E DIGITAL SKILLS I tre moduli

permetteranno ai corsisti di sviluppare nuove conoscenze nei molteplici ambiti del vasto settore turistico o rafforzare conoscenze pregresse.

Sbocchi occupazionali e professionali previsti per i laureati

I corsisti del Master Lingue e Management del Turismo ricevono una preparazione ad ampio spettro e possono essere impiegati in tutti gli ambiti del comparto turistico: - Hospitality - Food & Beverage - Marketing territoriale e turistico - Digital marketing - Social Media Management - Tour operator e agenzie di viaggio, DMO, DMC - Associazioni di categoria - Agenzie turistiche, enti per il turismo, infopoint - Organizzazione eventi - Editoria turistica - Gallerie d'arte e luoghi di interesse culturale e artistico - Attività di consulenza la promozione e la conduzione turistica - Operatori parchi a tema - Imprenditoria (start up) - Ecc.

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. Attraverso le lezioni in aula (in presenza o da remoto) e il materiale didattico fornito al corsista, il Master intende stimolare autonomia nello studio e nella ricerca. Le prove di verifica sui temi delle lezioni e il Progetto Finale sono tesi a verificare l'acquisizione dei contenuti impartiti e, nel caso del progetto finale, la capacità di utilizzare i contenuti del Corso di Master per sviluppare idee imprenditoriali.

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 di svolgere un periodo di tirocinio curriculare in Italia o all'estero.

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 avvalendosi di un approccio sia teorico che pratico e favorendo il potenziamento delle capacità linguistiche e digitali.

Prova finale

Alla fine del modulo A e B verranno effettuate delle verifiche (test su tutti i temi affrontati in aula con domande a scelta multipla). Tali verifiche, obbligatorie, sono tese a dimostrare che i corsisti abbiano recepito gli insegnamenti delle lezioni e studiato sui materiali forniti (slide delle lezioni, materiale bibliografico e registrazioni delle lezioni, in caso di assenza). Per i corsi del Modulo C (lingue e informatica) le verifiche verranno effettuate in itinere secondo le modalità stabilite dai docenti. Progetto finale Una delle principali caratteristiche del Master in Lingue e Management del Turismo 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. Il lavoro potrà essere svolto individualmente o in gruppo. Un project manager sarà a supporto dei corsisti nelle diverse fasi di ideazione ed elaborazione del progetto. Il project manager guida il percorso attraverso incontri collettivi e individuali. I corsisti saranno tenuti a consegnare stati dell'arte e sintesi del lavoro svolto autonomamente o in gruppi. Il lavoro di gruppo è consigliato per favorire il confronto con i colleghi (team building). Per la realizzazione del proprio progetto, il corsista individuerà uno o più tutor fra i docenti del Master. Il lavoro finale verrà presentato, a fine corso, davanti a una Commissione costituita da Membri del Consiglio del Master, dai docenti del Master coinvolti nel progetto e dal tutor responsabile dei progetti finali.

Obiettivi formativi specifici

Il Master in Lingue e Management del Turismo intende fornire una conoscenza teorica e pratica delle diverse articolazioni del comparto turistico e una preparazione finalizzata all'inserimento nel mondo del lavoro. Particolare enfasi viene posta sulle professioni creative nel settore del turismo culturale (comunicazione digitale e promozione del patrimonio culturale, marketing territoriale, digital marketing, edutainment, ecc.), sulle professioni legate all'ospitalità (Hospitality), su organizzazione e tecnica turistica (tour operator, OTA, agenzie di viaggi, DMO, DMC, ecc.) e su event planning (congressuale, wedding, fiere, arte e spettacolo). In costante evoluzione sia a livello nazionale sia internazionale, il settore del turismo presenta una dinamicità che si manifesta soprattutto nella qualità e nella diversità dell'offerta e dei servizi erogati. Le trasformazioni

tecnologiche e l'accelerazione digitale 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, turismo slow, eco-sostenibile, turismo etico, transformative tourism, turismo di prossimità, staycation, workation, digital detox travel, turismo spirituale, virtual tours, ecc.). Il Corso intende formare 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 incoming e outgoing. Le lezioni del Master fanno capo a tre macroaree: Modulo A: ASPETTI CULTURALI E CREATIVI DEL TURISMO Modulo B: ASPETTI OPERATIVI DEL TURISMO Modulo C: ASPETTI LINGUISTICI e INFORMATICA E DIGITAL SKILLS I tre moduli permetteranno ai corsisti di sviluppare nuove conoscenze nei molteplici ambiti del vasto settore turistico o rafforzare conoscenze pregresse.

Informazioni utili agli studenti

Le lezioni si svolgono il lunedì, martedì e mercoledì (mattina e pomeriggio). Sede del master: Dipartimento di Lingue, Letterature e Culture Straniere Aula del master: Sala Informatica 1, via del Valco di San Paolo, 19, Roma. Per il conseguimento del titolo è necessario aver frequentato il 70% delle lezioni. Tirocini I tirocini non sono obbligatori all'interno del Corso di Master in Lingue e Management del Turismo ma sono fortemente consigliati (anche in misura superiore a 1). Qualsiasi inclinazione professionale dei nostri corsisti - nell'ambito del turismo e della comunicazione - verrà recepita e assecondata e le realtà presso le quali svolgere tirocini saranno individuate a seconda dei desiderata in collaborazione con gli stessi corsisti. I corsisti sono inoltre invitati alla ricerca attiva di enti presso i quali svolgere il tirocinio al fine di acquisire competenze nella ricerca e individuare enti in linea con i loro interessi. Sarà cura del referente tirocini far attivare una convenzione fra l'ente e Roma Tre per attivare tali tirocini. Formula Executive Il Master dispone della formula EXECUTIVE (iscrizione ai singoli moduli e iscrizione in qualità di UDITORE) per l'aggiornamento professionale di figure già inserite nel mondo del lavoro. L'iscrizione ai singoli Moduli (A, B e C) può essere effettuata prima dell'inizio del Modulo che si intende frequentare (costo: 500 euro). Allo studente che avrà seguito con profitto uno o più dei moduli didattici sopra elencati, L'Ufficio Post-Lauream rilascerà un attestato di frequenza (N.B. non si consegue il titolo di Master con la sola frequenza a un modulo o la frequenza in qualità di uditore). 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.) 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 + lezioni di informatica e Digital Skills) 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. La tassa di iscrizione ai Corsi in qualità di uditori è 1000 €

Descrizione modalità di svolgimento

Il Master Lingue e Management del turismo si pone l'obiettivo di fornire una preparazione finalizzata all'inserimento nel mondo del lavoro e garantisce una robusta preparazione sugli aspetti culturali, organizzativi, normativi e comunicativi del fenomeno turistico e un potenziamento delle capacità linguistiche e digitali del corsista. Rivolto a persone in possesso di laurea triennale e magistrale, il Master permette di acquisire conoscenze sulle professioni turistiche e sulle diverse articolazioni del turismo (ad. es.: accessibile, leisure, bleisure, enogastronomico, esperienziale, culturale, congressuale, sportivo, spirituale, slow, sostenibile, crocieristico, luxury, ecc.). Il Corso di master permette, inoltre, di raggiungere competenze nei diversi ambiti della tourism industry (ad. Es.: Destination Management, Marketing territoriale, Digital Marketing, analisi dei dati statistici, economia e gestione dell'impresa turistica, legislazione turistica, organizzazione e tecnica turistica, Guest Experience Management, Digital Storytelling, F&B, ecc.). Un modulo del Master è interamente dedicato allo studio delle lingue straniere applicate al dominio del turismo (corsi da 20-30 ore ciascuno, di inglese, francese, russo, spagnolo, tedesco, ecc. - a seconda delle richieste dei corsisti, richiesta minima per attivare un corso 5 pax). Gli incontri con i testimonial, le giornate di studio, i job days e i tirocini curriculari sul campo hanno l'obiettivo di preparare i futuri professionisti dell'accoglienza e del management delle attività culturali e del tempo libero. I docenti del Master sono docenti universitari provenienti dal Dipartimento di Lingue, Letterature e Culture Straniere e/o da altri Atenei, nonché esperti professionisti che operano nel comparto turismo. La didattica si articola su seminari, laboratori, workshop e conferenze. A ciò si affiancano uscite didattiche sul territorio 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. Le lezioni si svolgono il lunedì, martedì e mercoledì (mattina e pomeriggio). Il Master Lingue e Management del Turismo è destinato a persone in possesso di laurea triennale e magistrale in materie umanistiche (scienze del turismo, 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, ecc. Le competenze pregresse vengono valutate in base al curriculum dei candidati e riconosciute come punto di

partenza per lo sviluppo professionale successivo. Partendo dal know-how dei corsisti o dalle loro inclinazioni, si cercherà di individuare i punti di forza e le aree di miglioramento di ciascuno di loro proponendo attività di approfondimento e suggerendo tirocini in realtà specifiche. Il Master non prevede il superamento di un test di ingresso e considera come criteri di selezione per l'ammissione, in ordine di priorità: 1) Tipologia di laurea e voto di laurea 2) Conoscenza delle lingue straniere 3) Esperienze professionali nel settore turistico. Requisito minimo per l'ammissione: livello B1 di inglese.

Requisiti di ammissione

Il Master Lingue e Management del Turismo è destinato a persone in possesso di laurea triennale e magistrale in materie umanistiche (scienze del turismo, 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, ecc. Le competenze pregresse vengono valutate in base al curriculum dei candidati e riconosciute come punto di partenza per lo sviluppo professionale successivo. Partendo dal know-how dei corsisti o dalle loro inclinazioni, si cercherà di individuare i punti di forza e le aree di miglioramento di ciascuno di loro proponendo attività di approfondimento e suggerendo tirocini in realtà specifiche. Il Master non prevede il superamento di un test di ingresso e considera come criteri di selezione per l'ammissione, in ordine di priorità: 1) Tipologia di laurea e voto di laurea 2) Conoscenza delle lingue straniere 3) Esperienze professionali nel settore turistico. Requisito minimo per l'ammissione: livello B1 di inglese.

Numero di posti

36

Durata prevista

1 Anno

Crediti previsti

60

Lingua di insegnamento

ITA

Modalità didattica

Blended

Tasse di iscrizione ed eventuali esoneri

Importo prima rata: 1350,00 € (scadenza 31/01/2024)

Importo seconda rata: 1350,00 € (scadenza 31 maggio 2024)

All'importo della prima rata 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.

È previsto l'esonero totale delle tasse e dei contributi per gli studenti in condizioni di handicap ai sensi dell'articolo 3, commi 1 e 3, della legge 5 febbraio 1992, n. 104 o con disabilità documentata pari o superiore al 66% qualora il numero totale di studenti con disabilità non sia superiore a 3.

Sono previste borse di studio dipartimentali corrispondenti al 10% dell'importo totale degli iscritti paganti (con esonero parziale). La selezione verrà effettuata tra gli studenti iscritti con le seguenti modalità:

- Merito
- Valore ISEE

È prevista l'ammissione in soprannumero di un numero massimo di 1 studente 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.

Rilascio titolo congiunto

Titolo normale

Direttore del Corso

ANTONUCCI BARBARA

PIANO DELLE ATTIVITA' FORMATIVE

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

Anno	Denominazione	SSD	CFU	Ore	Tipo Att.	Lingua
1	20711047 - Altra/e lingue straniere		10	30	I	ITA
1	20711370 - Big Data and Sentiment Analysis		3	9	I	ITA
1	20711377 - Cina e Turismo		3	9	I	ITA
1	20711353 - Comunicazione e fruizione del patrimonio culturale	L-ART/04	6	9	I	ITA
1	20711356 - Comunicazione interculturale	L-LIN/04	2	3	I	ITA
1	20711508 - Comunicazione turistica, traduzione, localizzazione e transcreation	L-LIN/12	8	12	I	ITA
1	20711378 - Conti e Bilancio		3	9	I	ITA
1	20711349 - Cultura enogastronomica, storia e turismo		3	9	I	ITA
1	20711376 - CV e colloqui selettivi		3	9	I	ITA
1	20710986 - Design & Tourism		3	9	I	ITA
1	20711341 - Digitalizzazione della cultura e turismo esperienziale		3	9	I	ITA
1	20711515 - Economia delle imprese turistiche	SECS-P/02	6	9	I	ITA
1	20711372 - Event Planning		2	6	I	ITA
1	20711375 - Experience Economy / Boutique hotel and Tourism		3	9	I	ITA
1	20711343 - F&B:, cultura, territorio, eventi		2	6	I	ITA
1	20711368 - Food and Beverage: ruoli e professioni		2	3	I	ITA
1	20710977 - Guest Experience Management		3	9	I	ENG
1	20711371 - Hotel e Revenue Management		3	9	I	ITA
1	20711374 - Identità Digitale		2	3	I	ITA
1	20711364 - Il Grand Tour	L-LIN/10	2	3	I	ITA
1	20710991 - Il turismo dei parchi a tema		3	9	I	ITA
1	20711379 - Il turismo dello sport estremo		2	6	I	ITA
1	20711351 - Il turismo nel mondo: turismo sostenibile, segmentazione e nicchie di mercato		3	9	I	ITA
1	20711344 - Il turismo: ruoli e competenze. il turismo dello sport		3	9	I	ITA
1	20711388 - Informatica e Digital Skills		6	30	I	ITA
1	20711387 - Inglese per il turismo	L-LIN/12	6	30	I	ITA
1	20711369 - La filiera alberghiera: introduzione all'Hotel Management		3	9	I	ITA
1	20711350 - Le competenze in materia di turismo dello stato, delle regioni e degli enti locali		3	9	I	ITA
1	20711509 - MACROTEMA: Letteratura inglese e turismo	L-LIN/10	6	9	I	ITA
1	20711512 - MACROTEMA: Lingua, cultura spagnola e turismo	L-LIN/07	2	3	I	ITA
1	20711510 - MACROTEMA: Lingua, cultura tedesca e turismo	L-LIN/13	2	3	I	ITA
1	20711511 - MACROTEMA: Turismo letterario e Russia	L-LIN/21	2	3	I	ITA
1	20711384 - Marketing and Experience Design		2	6	I	ITA
1	20711348 - Marketing e turismo		3	9	I	ITA
1	20711345 - Musei: ruoli e competenze. il metodo dialogico		3	9	I	ITA
1	20711382 - Organizzazione e tecnica turistica		13	39	I	ITA
1	20711513 - Organizzazione e tecnica turistica		10	30	I	ITA
1	20711514 - Patrimonio culturale e industria creativa	L-ART/04	3	6	I	ITA
1	20711516 - Project Management a supervisione progetti finali		-	-	I	ITA

Anno	Denominazione	SSD	CFU	Ore	Tipo Att.	Lingua
1	20710353 - PROVA FINALE		6	-	I	ITA
1	20711380 - Public speaking		2	6	I	ITA
1	20711367 - Skill professionali e standard globali. Lineamenti di marketing strategico		3	9	I	ITA
1	20711383 - Social Media Management		6	18	I	ITA
1	20711361 - Sociologia del turismo	SPS/10	4	6	I	ITA
1	20711363 - Tourism and Peace	M-FIL/03	4	6	I	ITA
1	20711020 - Turismo accessibile		2	6	I	ITA
1	20711018 - Turismo congressuale		2	6	I	ITA
1	20711352 - Turismo Sociale		1	3	I	ITA
1	20711012 - USCITA DIDATTICA MODULO A		3	9	I	ITA
1	20711381 - What is a DMC?		1	3	I	ITA

OBIETTIVI FORMATIVI