

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 dei corsisti. 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, equestre, 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 (il corso non si attiva con 1 o 2 richieste da parte dei corsisti). Gli incontri con i testimonial, le giornate di studio, i job days e i tirocini curriculari sul campo (non obbligatori ma fortemente consigliati) 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, da altri Dipartimenti dell'Ateneo e 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, strutture ricettive e uffici turistici al fine di permettere ai corsisti di toccare con mano la realtà del mondo del lavoro. Il Master ha la durata di 12 mesi (60 CFU). 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 con l'obiettivo di offrire 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. La battuta d'arresto che il turismo ha subito a causa della pandemia da Covid-19 ha fortemente impattato tutti i settori dell'industry e ha per certi versi ridisegnato il modo di fare turismo, mutando sia la domanda sia l'offerta. Per affrontare questa crisi si rende ancora più necessaria una formazione adeguata, capace di analizzare il contesto a livello internazionale e nazionale, acquisire e comprendere i dati e impossessarsi delle competenze (soprattutto digitali) per contribuire con idee imprenditoriali al rilancio del settore turismo. Le risorse umane, in tale ambito, svolgono un ruolo di primaria importanza e richiedono una formazione sempre più ricca e adeguata alla richiesta. Le trasformazioni tecnologiche 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..). Per affrontare la rinascita del turismo post-pandemia servono operatori dotati di solide conoscenze sia della realtà culturale da cui provengono i maggiori flussi turistici verso il nostro Paese, sia di tutte le potenzialità che ogni territorio (e in particolare quello italiano) è in grado di offrire nell'ampio ventaglio del turismo incoming e outgoing. La didattica del Master fa capo a tre macroaree: Modulo A: ASPETTI CULTURALI E CREATIVI DEL TURISMO Modulo B: ASPETTI OPERATIVI DEL TURISMO Modulo C: ASPETTI LINGUISTICI (INFORMATICA E DIGITAL SKILLS) I tre moduli permetteranno ai corsisti (non solo neolaureati, ma anche figure professionali già formate) di sviluppare nuove conoscenze nei molteplici ambiti del vasto settore turistico o rafforzare conoscenze pregresse.

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, Aeroporti e compagnie aeree (previo superamento degli esami e i concorsi relativi), - Gallerie d'arte, musei e luoghi di interesse culturale e artistico, - Attività in proprio per la promozione e la conduzione turistica, Attività in proprio come accompagnatori o guide turistiche (previo superamento degli esami e i concorsi relativi), Operatori parchi a tema, Consulente di viaggi, 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

Verifiche: 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 lezioni registrate). Per i corsi del Modulo C (lingue e informatica) le verifiche verranno effettuate in itinere secondo le modalità stabilite dai docenti. Prova finale: 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 un tutor fra i docenti per supervisionare il suo lavoro. Fasi per l'elaborazione del Progetto finale: 1) Individuazione di uno o più (massimo tre) settori di interesse tra quelli proposti dal Master. 2) Identificazione di un'idea originale. 3) Valutazione degli argomenti da sviluppare e scelta del tema del progetto. 4) Definizione delle tecniche e dei

metodi per la produzione del progetto. 5) Ricerca. 6) Presentazione multimediale con PowerPoint, Prezi, Video, ecc. 7) Elaborazione del progetto. 8) Produzione di SdA (stato dell'arte) con scadenze fisse e preparazione di un abstract (max 300 parole) da presentare almeno dieci giorni prima della presentazione del progetto. 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 con l'obiettivo di offrire 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. La battuta d'arresto che il turismo ha subito a causa della pandemia da Covid-19 ha fortemente impattato tutti i settori dell'industry e ha per certi versi ridisegnato il modo di fare turismo, mutando sia la domanda sia l'offerta. Per affrontare questa crisi si rende ancora più necessaria una formazione adeguata, capace di analizzare il contesto a livello internazionale e nazionale, acquisire e comprendere i dati e impossessarsi delle competenze (soprattutto digitali) per contribuire con idee imprenditoriali al rilancio del settore turismo. Le risorse umane, in tale ambito, svolgono un ruolo di primaria importanza e richiedono una formazione sempre più ricca e adeguata alla richiesta. Le trasformazioni tecnologiche 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.). Per affrontare la rinascita del turismo post-pandemia servono operatori dotati di solide conoscenze sia della realtà culturale da cui provengono i maggiori flussi turistici verso il nostro Paese, sia di tutte le potenzialità che ogni territorio (e in particolare quello italiano) è in grado di offrire nell'ampio ventaglio del turismo incoming e outgoing. La didattica del Master fa capo a tre macroaree: Modulo A: ASPETTI CULTURALI E CREATIVI DEL TURISMO Modulo B: ASPETTI OPERATIVI DEL TURISMO Modulo C: ASPETTI LINGUISTICI (INFORMATICA E DIGITAL SKILLS) I tre moduli permetteranno ai corsisti (non solo neolaureati, ma anche figure professionali già formate) di sviluppare nuove conoscenze nei molteplici ambiti del vasto settore turistico o rafforzare conoscenze pregresse.

Informazioni utili agli studenti

Il Master mette a disposizione dei suoi corsisti Borse di studio a copertura parziale e/o totale: Borse dipartimentali: per un importo totale pari al 10% dell'intero ammontare delle tasse pagate dagli iscritti nell'anno, verranno distribuite nella seconda parte dell'a.a. (uscita del bando e presentazione domanda in prossimità della scadenza della seconda rata). Le borse dipartimentali verranno distribuite tra gli studenti che ne faranno richiesta (secondo criteri di merito: voto di laurea e di reddito ISEE), e l'importo verrà scalato dalla seconda rata del Master. Per gli studenti stranieri si provvederà per entrambi i parametri a conversioni secondo tabelle ufficiali. Borse di Studio Erasmus per studio e Traineeship. Si veda il sito del Master alla voce Borse di Studio. <http://masterlinguaggiturismo.uniroma3.it/index.php?page=borse-di-studio> Iscrizione Corsi singoli Il Master ammette alla frequenza gli uditori e prevede l'iscrizione a singoli Moduli Didattici (Formula Executive). L'iscrizione ai singoli Moduli (A, B e C) può essere effettuata prima dell'inizio del Modulo che si intende frequentare (costo: 500 euro) La formula UDITORI permette la frequenza dell'intero corso di Master, senza conseguimento di titolo (costo: 1000 euro). Prerequisito: possesso della laurea triennale 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 applicati al dominio del turismo)

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 dei corsisti. 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, equestre, 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 (il corso non si attiva con 1 o 2 richieste da parte dei corsisti). Gli incontri con i testimonial, le giornate di studio, i job days e i tirocini curriculari sul campo (non obbligatori ma fortemente consigliati) 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, da altri Dipartimenti dell'Ateneo e 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, strutture ricettive e uffici turistici al fine di permettere ai corsisti di toccare con mano la realtà del mondo del lavoro. Il Master ha la durata di 12 mesi (60 CFU). Le lezioni si svolgono il lunedì, martedì e mercoledì (mattina e pomeriggio).

Requisiti di ammissione

-

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 totale	I rata	II rata	Scad. I rata	Scad. II rata
2700	1350	1350	20 febbraio 2023	30 giugno 2023

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.

Esonero dalle tasse di iscrizione

1. 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 2.

2. 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

3. È prevista l'ammissione in soprannumero di un numero massimo di 1 studenti provenienti dalle aree disagiate o da Paesi in via di sviluppo. L'iscrizione di tale tipologia di studenti è a titolo gratuito. I corsisti

devono il contributo fisso per il rilascio dell'attestato finale e l'imposta fissa di bollo. Per l'iscrizione dei su citati studenti si applica quanto disposto dalla normativa prevista in merito di ammissione di studenti con titolo estero.

4. È prevista l'ammissione in soprannumero di un numero massimo di 3 dipendenti della PA all'interno del Protocollo d'intesa con il Dipartimento della Funzione Pubblica per la partecipazione all'iniziativa del Ministro per la Pubblica Amministrazione "PA 110 e lode". La riduzione rispetto all'importo complessivo delle tasse del Master sarà del 50%.

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	20711000 - Cineturismo e territorio	M-GGR/01	4	6	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	20711362 - Comunicazione turistica, traduzione, localizzazione e transcreation	L-LIN/12	4	6	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	20711385 - Economia delle imprese turistiche	SECS-P/02	10	30	I	ITA
1	20711386 - Economics	SECS-P/09	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	6	I	ITA
1	20711008 - Geografia del turismo	M-GGR/01	4	6	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	6	I	ITA
1	20711364 - Il Grand Tour	L-LIN/10	2	6	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	20711373 - Introduction to Revenue Management e introduction to Strategic Selling		3	9	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	20711040 - Legislazione turistica	IUS/10	8	12	I	ITA
1	20711355 - Letteratura inglese e turismo	L-LIN/10	2	3	I	ITA
1	20711366 - Lingua, cultura portoghese e turismo	L-LIN/08	2	6	I	ITA
1	20711365 - Lingua, Cultura tedesca e turismo	L-LIN/13	2	3	I	ITA
1	20711003 - Londra multicultural	L-LIN/10	2	3	I	ITA
1	20711384 - Marketing and Experience Design		2	6	I	ITA
1	20711348 - Marketing e turismo		3	9	I	ITA

Anno	Denominazione	SSD	CFU	Ore	Tipo Att.	Lingua
1	20711345 - Musei: ruoli e competenze. il metodo dialogico		3	9	I	ITA
1	20711342 - Oleoturismo e impresa turistica		2	6	I	ITA
1	20711382 - Organizzazione e tecnica turistica		13	39	I	ITA
1	20710999 - Passeggiando a Roma sulle tracce degli anglosassoni	L-FIL-LET/15	2	3	I	ITA
1	20711358 - Patrimonio culturale e industria culturale creativa. Musei e Storytelling	L-ART/04	4	6	I	ITA
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	20711041 - Statistics for tourism	SECS-P/03	6	9	I	ITA
1	20711357 - Storia del turismo: le guide turistiche nella storia	L-LIN/14	4	6	I	ITA
1	20710980 - Territorio, identità e narrazione		6	9	I	ITA
1	20711363 - Tourism and Peace	M-FIL/03	4	6	I	ITA
1	20711360 - Tourism and Tourisms	L-LIN/12	2	3	I	ITA
1	20711020 - Turismo accessibile		2	6	I	ITA
1	20711018 - Turismo congressuale		2	6	I	ITA
1	20711347 - TURISMO ENOGASTRONOMICO		2	6	I	ITA
1	20711359 - Turismo letterario e Russia	L-LIN/21	2	3	I	ITA
1	20711352 - Turismo Sociale		1	3	I	ITA
1	20711012 - USCITA DIDATTICA MODULO A		3	9	AP	ITA
1	20711042 - Uscite didattiche MODULO B		3	9	I	ITA
1	20711354 - Viaggi in Italia: la percezione di Roma da Goethe a Brinkmann	L-LIN/13	2	3	I	ITA
1	20711381 - What is a DMC?		1	3	I	ITA

OBIETTIVI FORMATIVI