

Università	Libera Università di lingue e comunicazione IULM-MI
Classe	L-15 - Scienze del turismo
Nome del corso in italiano	Turismo, management e cultura <i>adeguamento di: Turismo, management e cultura (1404524)</i>
Nome del corso in inglese	Tourism, management and culture
Lingua in cui si tiene il corso	italiano
Codice interno all'ateneo del corso	250^2020
Data di approvazione della struttura didattica	18/03/2020
Data di approvazione del senato accademico/consiglio di amministrazione	18/03/2020
Data della consultazione con le organizzazioni rappresentative a livello locale della produzione, servizi, professioni	28/10/2015 - 24/01/2013
Data del parere favorevole del Comitato regionale di Coordinamento	
Modalità di svolgimento	a. Corso di studio convenzionale
Eventuale indirizzo internet del corso di laurea	https://www.iulm.it/it/offerta-formativa/corsi-di-lauree-triennali/turismo-management-territorio/turismo-mar
Facoltà di riferimento ai fini amministrativi	ARTI e TURISMO
Massimo numero di crediti riconoscibili	12 DM 16/3/2007 Art 4 Nota 1063 del 29/04/2011
Numero del gruppo di affinità	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

La progettazione del Corso di studio ha richiesto una costante consultazione delle parti interessate (le più recenti avviate dall'aprile 2019). Le imprese esponenti della filiera turistica, dell'amministrazione del territorio e dei patrimoni culturali hanno risposto e rispondono alle interviste semistrutturate sottoposte dal Gruppo AQ secondo le Linee guida del Presidio della Qualità IULM. Tutti i rispondenti (fondazioni e associazioni culturali, agenzie viaggio, alberghi, amministratori di destinazioni, nelle persone dei loro responsabili di relazioni esterne, dei ruoli di marketing e comunicazione) dichiarano, in riferimento al piano degli studi, ai contenuti didattici e professionalizzanti e ai profili professionali delineati, che il corso di laurea triennale risponde pienamente al mutamento del mercato del lavoro del settore turistico. Questi stessi intervistati suggeriscono altresì di prestare attenzione all'evoluzione continua del medesimo mercato con approfondimenti sul marketing, sul management, sul diritto dell'alberghiero e dell'extra-alberghiero, sul rapporto territorio-patrimoni, sulla disintermediazione e sul ripensamento del ruolo strategico delle agenzie di viaggio. Problem-solving, conoscenza delle lingue e flessibilità rimangono tra le caratteristiche e le proprietà richieste al neolaureato. Il Gruppo AQ monitora costantemente l'evolversi dei profili professionali grazie a diverse indagini, nazionali e internazionali, e alla recente ricerca sulla formazione in turismo in Italia di Luca Quarantino e Manuela de Carlo presentata il 12 dicembre 2019 all'Associazione Italiana Confindustria Alberghi a Roma. Anche questo rapporto conferma la continua evoluzione delle figure manageriali e la necessità di una maggiore professionalizzazione nel settore turistico, verso la digital transformation e la integrazione di settori (turistico e culturale). Costante è anche il rapporto con i tutor aziendali di stage curriculari e extracurriculari, tramite il supporto della Commissione Stage della Facoltà, Commissione che ogni anno redige una relazione sulle valutazioni dei tutor aziendali di stage.

Obiettivi formativi specifici del corso e descrizione del percorso formativo

Il Corso di Laurea in Turismo, management e cultura nella classe delle Lauree in Scienze del turismo, ha come obiettivo precipuo la formazione di giovani laureati con una conoscenza approfondita del sistema economico del turismo, dei contesti territoriali e delle loro politiche, dei patrimoni storici, artistici e culturali dei territori, del management e della definizione di strategie competitive in imprese avviate e allo start-up, unitamente a conoscenze adeguate dei contesti e delle vicende storiche con particolare riferimento al turismo. Il Corso di Laurea dà una solida preparazione di base per l'acquisizione di competenze professionali nei campi della gestione delle imprese, degli eventi, del territorio, dell'organizzazione dei servizi turistici e culturali, del marketing e della comunicazione, attraverso lo studio delle discipline economiche, territoriali, giuridiche, storico-artistiche, linguistiche, sociologiche, psicologiche e antropologiche applicate al turismo nazionale e internazionale. Tali profili risultano coerenti con gli obiettivi formativi rispetto alle discipline di base economiche, geografiche, sociali e culturali, di chiara interdipendenza nel mercato turistico. I profili di sbocco corrispondono ai contesti lavorativi della ospitalità, del management della destinazione, della cultura, dell'ambiente e del territorio, in grado di assicurare competenze applicate e di mettere i laureati in condizione di operare in modo polivalente in ambito privato e pubblico, manageriale e culturale. Il percorso formativo, in linea con i principali profili professionalizzanti in uscita, include ad esempio l'utilizzo di tecniche multimediali di promozione e fruizione sostenibile dei beni e delle attività culturali e inserisce le specifiche competenze dei laureati nei rispettivi contesti (culturale, economico e sociale) su scala locale, nazionale e internazionale, anche grazie alla conoscenza di almeno due lingue dell'Unione europea e con il supporto degli strumenti della comunicazione integrata, della multimedialità e della business analytics.

Al primo anno le conoscenze economiche, manageriali e organizzative si innestano sulla comprensione della geografia, della storia, delle scienze sociali e della comunicazione digitale. A questo impianto formativo si aggiungono gli insegnamenti nell'area dell'information and communication technology e della lingua inglese. Si formano così le basi per profili professionali come il progettista di itinerari e prodotti turistici che, supportato da competenze gestionali, realizza itinerari e prodotti coordinandosi con gli amministratori del territorio. Al secondo anno le politiche del territorio, lo studio dei patrimoni e gli approcci giuridici consentono di maturare lo studio del contesto e della governance di destinazione, in una prospettiva di vantaggio competitivo e sostenibilità, utili all'esperto di marketing ed al revenue manager che coniugano l'analisi dei target con il product design, sviluppando altresì la comunicazione istituzionale, di prezzo e di prodotto.

I temi della competizione e sostenibilità ritornano al terzo anno coniugati con approfondimenti di economia, organizzazione e comunicazione degli eventi. La didattica del terzo anno si articolerà, infatti, in più indirizzi, che condivideranno il focus sul turismo rispettivamente declinato da un lato in contesto urbano, sulla narrazione e sulla comunicazione dei territori necessari all'organizzatore di eventi e all'esperto nella comunicazione e nella promozione di un sistema territoriale, dall'altro negli ambiti di diversificazione dei ricavi, risorse umane e analisi strategica e di performance utili al revenue manager ed al tecnico delle attività ricettive. L'esperto di comunicazione e promozione può, così, individuare i media, i contenuti e le opportunità di comunicazione. Il tecnico delle attività ricettive riconosce le opportunità di crescita dei turismi e interagisce con gli stakeholders, sviluppando reti locali, nazionali e internazionali.

Accanto alla lingua inglese, è possibile affrontare lo studio di una seconda lingua straniera.

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 dall'approccio locale a quello internazionale, dalla politica alla comunicazione. A questa conoscenza, si abbina l'approfondimento delle caratteristiche rilevanti del settore e dell'impresa turistica per approcci tipici dell'economia politica, del management e del marketing con uno sguardo analitico ai pubblici ed agli stakeholders del turismo secondo le chiavi interpretative della sociologia e della psicologia. Il tutto è supportato dalla comprensione del contesto in termini storico-sociali, culturali e artistico-patrimoniali grazie agli approcci giuridici, archeologici e di marketing.

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 conoscenze e capacità di comprensione vengono verificati con prove in itinere, partecipazione a lavori di gruppo, prove intermedie 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, turismo culturale, comunicazione, narrazione e valorizzazione dei patrimoni culturali, 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 delle conoscenze e delle competenze per un miglior 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 (dal mondo classico al contemporaneo), dell'arte e delle tradizioni presenti nel territorio nazionale, nei settori storico e storico-artistico.

Particolare attenzione verrà data alla rilevanza contemporanea della sostenibilità, sia in termini di scelta di politica economica e territoriale sia in termini di efficace comunicazione e narrazione.

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 ad attività laboratoriali, 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 e 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, della letteratura, delle discipline artistiche e del marketing, 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 e della cultura, quale fondamentale asset dell'industria turistica italiana, delle politiche e della comunicazione relative a turismo e cultura.

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 (d'ora in poi "OFA") 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 si conclude con la stesura di un elaborato finale secondo quanto previsto dal "Regolamento per le modalità di discussione e attribuzione del titolo di laurea".
Il voto di laurea viene espresso in centodecimi, in base al curriculum degli studi, alla valutazione assegnata alla prova finale e a ulteriori elementi di valutazione sulla base di una griglia approvata dal Consiglio di Facoltà.

Comunicazioni dell'ateneo al CUN

Ringraziando per le osservazioni pervenute, si è modificato il quadro relativo agli OBIETTIVI FORMATIVI SPECIFICI, esplicitando i contesti lavorativi dei profili di sbocco, declinando gli obiettivi formativi del corso per attinenza alle aree disciplinari e, sempre in attinenza con le aree disciplinari, si è fornita una descrizione del percorso formativo.

Sbocchi occupazionali e professionali previsti per i laureati
ESPERTO NELLA COMUNICAZIONE E NELLA PROMOZIONE DI UN SISTEMA TERRITORIALE
funzione in un contesto di lavoro: 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.
competenze associate alla funzione: 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.
sbocchi occupazionali: 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.
ESPERTO DI MARKETING PER IMPRESE DI TURISMO
funzione in un contesto di lavoro: Supportato da solide conoscenze del sistema turistico e delle tecniche della comunicazione, analizza i target di impresa, progetto ed evento di valorizzazione turistica, culturale, territoriale, ne declina le potenzialità di attrazione entro un sistema in continua evoluzione, ne elabora il product design, sviluppando altresì la comunicazione istituzionale, di prezzo e prodotto.
competenze associate alla funzione: 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.
sbocchi occupazionali: Responsabile della comunicazione per il turismo; Consulente aziendale per progetti turistici e culturali; Ruoli diversi nei settori marketing e commerciale in aziende e organizzazioni turistiche.
ORGANIZZATORE DI EVENTI
funzione in un contesto di lavoro: 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.

competenze associate alla funzione:

Capacità di selezione delle risorse territoriali, finanziarie, culturali (anche in prospettiva storica-artistica e archeologica) logistiche; capacità di implementazione delle fasi del ciclo di vita di un evento; capacità di monitoraggio e rendicontazione.

sbocchi occupazionali:

Programmatore e gestore di eventi per il turismo di svago e d'affari.

PROGETTISTA DI ITINERARI E PRODOTTI TURISTICI**funzione in un contesto di lavoro:**

Supportato da solide competenze gestionali e territoriali, 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, considerando background storico-artistici, archeologici, tangibilità e intangibilità. 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.

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	SECS-P/07 Economia aziendale SECS-P/08 Economia e gestione delle imprese SECS-S/01 Statistica	18	24	16
Discipline sociali e territoriali	M-GGR/01 Geografia M-GGR/02 Geografia economico-politica SPS/10 Sociologia dell'ambiente e del territorio	12	24	8
Dioscipline linguistiche	L-LIN/12 Lingua e traduzione - lingua inglese	6	12	6
Minimo di crediti riservati dall'ateneo minimo da D.M. 30:		-		

Totale Attività di Base	36 - 60
--------------------------------	---------

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	24	8
Discipline sociologiche, psicologiche e antropologiche	M-DEA/01 Discipline demotnoantropologiche M-PSI/01 Psicologia generale SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi SPS/09 Sociologia dei processi economici e del lavoro	12	18	8
Discipline economiche e aziendali	SECS-P/01 Economia politica SECS-P/02 Politica economica SECS-P/07 Economia aziendale SECS-P/08 Economia e gestione delle imprese	18	30	16
Discipline storico-artistiche	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/06 Cinema, fotografia e televisione L-FIL-LET/10 Letteratura italiana L-FIL-LET/11 Letteratura italiana contemporanea M-STO/04 Storia contemporanea	18	30	16
Minimo di crediti riservati dall'ateneo minimo da D.M. 60:		-		

Totale Attività Caratterizzanti	60 - 102
--	----------

Attività affini

ambito disciplinare	settore	CFU		minimo da D.M. per l'ambito
		min	max	
Attività formative affini o integrative	ICAR/13 - Disegno industriale IUS/02 - Diritto privato comparato IUS/10 - Diritto amministrativo L-FIL-LET/01 - Civiltà egee L-FIL-LET/14 - Critica letteraria e letterature comparate M-FIL/06 - Storia della filosofia	18	24	18

Totale Attività Affini	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	6	12
	Abilità informatiche e telematiche	-	-
	Tirocini formativi e di orientamento	0	6
	Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro	0	6
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	6
Totale Altre Attività		39 - 66	

Riepilogo CFU

CFU totali per il conseguimento del titolo	180
Range CFU totali del corso	153 - 252

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**

RAD chiuso il 20/03/2020