



Informazioni generali sul Corso di Studi

Università	Libera Università di lingue e comunicazione IULM-MI
Nome del corso in italiano	Turismo, management e cultura (<i>IdSua:1616242</i>)
Nome del corso in inglese	Tourism, management and culture
Classe	L-15 R - Scienze del turismo
Lingua in cui si tiene il corso	italiano
Eventuale indirizzo internet del corso di laurea	https://www.iulm.it/it/offerta-formativa/corsi-di-lauree-triennali/turismo-management-cultura/turismo-management-cultura
Tasse	https://www.iulm.it/it/orientamento-iscrizioni/tasse-e-contributi
Modalità di svolgimento	a. Corso di studio convenzionale



Referenti e Strutture

Presidente (o Referente o Coordinatore) del CdS	SAINAGHI Ruggero					
Organo Collegiale di gestione del corso di studio	Consiglio di Facoltà					
Struttura didattica di riferimento ai fini amministrativi	Facoltà di Arti, moda e turismo					
Docenti di Riferimento						
N.	COGNOME	NOME	SETTORE	QUALIFICA	PESO	TIPO SSD
1.	BESANA	Angela		PA	1	
2.	CAPANO	Leonardo		PA	1	

3.	CECI	Stefano	ID	1
4.	FERILLI	Guido	PA	1
5.	MAGGIOLI	Marco	PO	1
6.	MANZATO	Anna Grazia	RU	1
7.	MARUZZELLA	Gianluca	ID	1
8.	MAURI	Aurelio Giovanni	PA	1
9.	MORAZZONI	Monica	PA	1
10.	NOTTI	Erika	PA	1

Rappresentanti Studenti	VENTURI MATTEO rappresentanza.studentesca@iulm.it LEONTI SALVATORE AURELIO rappresentanza.studentesca@iulm.it
Gruppo di gestione AQ	ANGELA BESANA ANNA GRAZIA MANZATO RUGGERO SAINAGHI
Tutor	ANGELA BESANA MARCO MAGGIOLI AURELIO GIOVANNI MAURI Leonardo CAPANO Luca QUARATINO Monica MORAZZONI Anna Grazia MANZATO Ruggero SAINAGHI



Il Corso di Studio in breve

14/05/2025

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 delle tecniche di analisi del contesto territoriale, del management delle imprese turistiche, anche nella evenienza di start-up, unitamente a un apparato storico-critico di riferimento e una solida preparazione, per quanto riguarda il rapporto tra turismo e sviluppo locale, arte, cultura, creatività, organismi internazionali e comunicazione digitale. Il percorso formativo si basa: 1) sulla costante verifica delle richieste del mercato del lavoro, sull'evoluzione strutturale e strategica del settore turistico, con particolare riferimento alle strategie competitive, all'internazionalizzazione e all'emersione di nuovi attori e di innovative politiche del territorio e dello sviluppo sostenibile; 2) sull'adeguato equilibrio tra l'acquisizione di competenze gestionali e manageriali e la padronanza di conoscenze di carattere culturale (storiche, artistiche ed ambientali), che costituiscono il contesto entro cui qualunque tipo di attività turistica si progetta e si sviluppa.

Il Corso di Laurea Triennale in Turismo, management e cultura offre una formazione in grado di rispondere alle diversificate prospettive di impiego che caratterizzano il settore turistico, uno dei pochi settori dell'economia in rapida crescita in Italia e nel mondo. Accanto a questo profilo consolidato, il Corso di Laurea costruisce un percorso formativo

innovativo, proiettato sugli scenari aperti della globalizzazione, nei quali il laureato IULM possa cogliere le potenzialità di sviluppo sia delle imprese, sia dei luoghi, in un orizzonte di sostenibilità e di attenzione ai patrimoni culturali. Alle conoscenze del management e del territorio, si affiancano numerosi strumenti capaci di rafforzare le risorse e le competenze personali: dalle nuove tecnologie (ICT) alle tecniche di promozione e fruizione dei beni e delle attività culturali, dagli strumenti di analisi della destinazione al diritto.

Altro obiettivo perseguito nel ripensamento dell'offerta formativa è una maggiore preparazione degli studenti nella lingua inglese, per consentire loro di operare in realtà europee e internazionali. Al secondo anno è previsto lo studio di una seconda lingua straniera, una a scelta tra francese, spagnolo o tedesco. Il Corso di Laurea si articola al terzo anno in due percorsi di "comunicazione del turismo" e di "management e organizzazione del turismo" che hanno l'obiettivo, unitamente allo stage e alla prova finale, di delineare figure professionali fortemente caratterizzanti e innovative. La didattica del terzo anno si articola, infatti, in due indirizzi, che condivideranno il focus sul turismo rispettivamente declinato da un lato in contesto urbano, sulla narrazione e sulla comunicazione dei territori necessari alla progettazione culturale e all'organizzazione di eventi, alla comunicazione e alla promozione di un sistema territoriale, dall'altro negli ambiti di gestione e diversificazione dei ricavi, delle risorse umane, delle piattaforme digitali e dell'analisi strategica e di performance utili al management ed all'organizzazione della filiera turistica alberghiera. Lo studente apprende, anche attraverso una serie di attività laboratoriali, come rimodellare le competenze tradizionali secondo la flessibilità richiesta da un mondo del lavoro che comprende lo sviluppo delle destinazioni declinate nell'ottica delle politiche e dei processi di governance, l'evoluzione del turismo, il management degli eventi, i processi di territorializzazione e le politiche, il marketing e la comunicazione digitale, il product design, le piattaforme di distribuzione online, l'importanza delle strategie competitive e della misurazione delle performance e la priorità delle reti tra le aziende, le organizzazioni e le imprese no profit, la pubblica amministrazione, i destination manager e le organizzazioni internazionali, le fondazioni operative ed erogative. Altresì, lo studente viene preparato per inserirsi in contesti di sviluppo sostenibile, di dialogo interculturale e di valorizzazione sostenibile, in linea con le norme e le direttive europee ed internazionali, in ciò supportato dalla padronanza nella lingua inglese, che permetta di veicolare trasversalmente la conoscenza, nei mercati nazionali ed internazionali.

Link: <https://www.iulm.it/it/offerta-formativa/corsi-di-lauree-triennali/turismo-management-cultura/turismo-management-cultura> (Pagina web del Corso di laurea)



QUADRO A1.a

Consultazione con le organizzazioni rappresentative - a livello nazionale e internazionale - della produzione di beni e servizi, delle professioni (Istituzione del corso)

17/02/2020

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.



QUADRO A1.b

Consultazione con le organizzazioni rappresentative - a livello nazionale e internazionale - della produzione di beni e servizi, delle professioni (Consultazioni successive)

15/05/2025



Al fine di assicurare un canale privilegiato di ingresso nel mercato del lavoro degli studenti iscritti al Corso di studio, il Gruppo AQ ha svolto prima un lavoro estensivo di mappatura, ascolto e co-definizione degli obiettivi strategici, successivamente ha tenuto incontri periodici con stakeholders del settore. In queste occasioni diverse imprese e organizzazioni esponenti della filiera turistica, dell'amministrazione del territorio e dei patrimoni culturali rispondono a interviste semistrutturate sottoposte dal Gruppo AQ secondo le Linee guida fornite dal Presidio della Qualità. Inoltre il gruppo AQ consulta gli esiti delle interviste condotte dal Gruppo AQ della laurea magistrale IULM Hospitality and Tourism Management, per meglio cogliere le tendenze emergenti lungo l'intera filiera. In particolare, grazie al supporto della Direzione IULM, dell'Associazione Aliulm e dell'Ufficio Career, il Gruppo AQ ha modo di confrontarsi e identificare le priorità dei principali attori del settore turistico, quali: Manager e direttori a diversi livelli del settore privato, quali hotel, compagnie aeree, compagnie marittime, grandi catene mondiali nel settore hospitality; trasporti, quali Gruppo Ferrovie dello Stato; Associazioni Datoriali, quali Federturismo, Federalberghi Lombardia, Associazione Albergatori di Milano; Enti di promozione turistica.

A seguito dell'analisi critica condotta dal gruppo AQ, e dalla Facoltà, viste le consultazioni effettuate e i report esaminati, la progettazione del Corso di studio nasce da una duplice esigenza riscontrata negli stakeholders.

In primo luogo, essi richiedono di consolidare l'interazione tra percorso culturale e percorso manageriale già presente in precedenti Corsi di studio e di affiancare a questa formazione gli aspetti più specificatamente legati alla comunicazione e alla digitalizzazione (dalla mediazione alla diplomazia, dal marketing alla narrazione, all'utilizzo critico delle nuove tecnologie) dei beni culturali e territoriali e all'organizzazione delle filiere turistiche. Questa doppia natura era già presente nel Piano strategico di sviluppo del turismo 2017-2022 del MiBACT, oggetto anch'esso di consultazione, ma viene ribadita nelle nuove consultazioni. L'aspetto culturale acquista inoltre una nuova importanza alla luce di una nuova 'dimensione temporale' del concetto di vacanza, sempre più vicina al concetto di 'nomadismo'. La capacità quindi di valorizzare luoghi culturali percepiti come unici, emozionanti ed inaspettati diventa fondamentale.

In secondo luogo, gli stakeholders continuano a suggerire di mantenere e consolidare un approccio laboratoriale che ha dato esiti professionalizzanti apprezzabili negli anni precedenti e che incontra gradimento da parte dei tutor aziendali di stage e degli studenti: ne danno conferma i loro rappresentanti nelle riunioni periodiche e le Analisi annuali delle valutazioni fornite dai tutor aziendali di stage e dalla commissione stage sulla soddisfazione delle aziende che accolgono gli studenti per stage curriculari ed extracurriculari e la mappatura dei profili professionali richiesti, in ragione di suggerimenti dei tutor, manager di alberghi, agenzie di viaggio, organizzazione di eventi e amministrazioni tanto del territorio quanto di patrimoni.

Nel periodo successivo alla pandemia, durante la quale si sono consultati rapporti specifici sulle dinamiche dell'istruzione universitaria nella crisi sanitaria come l'Indagine Eurostudent 2019-2021 e il Rapporto OCSE 2021 'Education at glance', sono stati proficui gli incontri del 7 giugno 2022 e del 22/03/2023 organizzati dalla Facoltà di Arti e Turismo con i rappresentanti di alcune imprese e istituzioni partner, associazioni di categoria, imprese e aziende del settore turistico, insieme con i docenti IULM responsabili di coordinare l'offerta formativa e i progetti di ricerca su turismo e sviluppo dei territori. Dagli incontri è emerso quanto segue:

- l'evoluzione del business impone un ripensamento delle esperienze e delle skill necessarie per costruirle. Oltre alle competenze tecniche e hard skills sono necessarie anche soft skills che permettono all'operatore di gestire bene la comunicazione empatica con il cliente

- gli ambiti sui quali bisogna incrementare l'attenzione della formazione sono la digitalizzazione, il revenue management, il social media marketing. Fondamentale è poi la collaborazione tra istituzioni e università per rispondere alle esigenze dei clienti.

- appare necessario anche sviluppare nuovi indicatori di performance e nuove (increase revenues (ricavi ancillari e supplementari) per prodotti e servizi sui quali le competenze possono essere innovate per diversità di business).

- fondamentale è la capacità di lavorare in team anche virtuali, di creare fiducia nel proprio team e anche nel cliente, di lavorare on purpose. Lavorare in squadra è davvero molto importante e l'università dovrebbe sviluppare questa capacità quanto più possibile con attività laboratoriali o project work

- la maturazione professionale nel turismo consente trasversalità di sbocchi professionali anche in altri settori, per formare una comunità di professionisti intercambiabile e flessibile. Si conferma il valore della multidisciplinarietà che è un aspetto identitario di IULM, come pure l'attenzione agli aspetti della comunicazione.

Nell'aprile 2024 sono state condotte interviste di parti interessate del settore turistico (in particolare, agenzie viaggi), museale e del nonprofit. Gli intervistati hanno espresso un giudizio di adeguatezza sull'offerta formativa, i suoi obiettivi formativi, gli sbocchi professionali e le aree disciplinari, così come riportati alle pagine web del corso di laurea. Gli intervistati hanno colto l'importanza della sostenibilità, delle applicazioni relative all'intelligenza artificiale, delle strategie digitali e delle tendenze emergenti di nuovi turismi, della valorizzazione di identità e culture, in analogia con quanto emerso dalle consultazioni che parallelamente sono state svolte per il corso di laurea magistrale il 28 marzo 2024 dal Gruppo AQ del corso di laurea magistrale Hospitality and Tourism Management.

Nel medesimo mese di aprile si è svolta un'analisi sulla soddisfazione dei tutor aziendali di stage svoltisi da aprile 2023 ad aprile 2024. Gli stakeholders aziendali intervistati hanno dichiarato (67,14% del totale) che, decisamente sì, le competenze di base del tirocinante erano adeguate alle necessità aziendali. Sull'impegno profuso durante il tirocinio, gli intervistati hanno dichiarato (92,86% del totale) che decisamente sì, l'impegno del tirocinante è stato adeguato alle aspettative. Secondo l'84,29% degli intervistati sono stati raggiunti (decisamente sì) gli obiettivi formativi. L'87,14% degli intervistati è stato decisamente soddisfatto delle esperienze di stage.

Il giorno 25 marzo 2025 in IULM si è tenuto un tavolo di consultazione delle parti sociali che è corrisposto all'evento II

talento del turismo: per un'alleanza tra Università e impresa, organizzato in collaborazione con Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza. L'incontro è stata l'occasione per dialogare sui trend in atto e sui profili professionali del mercato turistico e per presentare dati e trend relativi al settore del turismo, della cultura e dei grandi eventi a Milano.

Gli stakeholders consultati sono stati i seguenti:

Riccardo Orlandi, HR Legal & Public Affairs Director MyChef

Babila Folco Bruni, Cluster Director People & Culture Mandarin Oriental Milano

Francesca Noventa, HR Director Gruppo Gattinoni

Presenti di IULM i professori Manuela De Carlo, Direttrice del Master in International Tourism and Hospitality, Ruggero Sainaghi, Referente del Corso di Laurea triennale in Turismo, Management e Cultura e Anna Scuttari, Referente del Corso di Laurea magistrale in Hospitality and Tourism Management, Università IULM, il confronto ha riguardato l'intera filiera formativa e ha previsto l'intervento di una ex studentessa IULM che ha raccontato la affermazione professionale e la sua esperienza nel reparto Sales, peraltro oggi approdata in Four Seasons.

Durante l'evento, Università IULM e Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza hanno firmato un accordo di collaborazione, per lo sviluppo di iniziative congiunte in ambito formativo e divulgativo sul tema del turismo e dell'hospitality. Questa intesa rafforza il dialogo tra Confcommercio MiLoMB e l'Università IULM e coinvolgerà le principali associazioni della filiera turismo e hospitality del sistema Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza, tra cui Epam-Fipe, Federalberghi e FTO – Federazione Turismo Organizzato.

Inoltre, si è proceduto nell'aprile 2025 all'analisi della soddisfazione del tutor aziendale di stage. Gli stakeholders aziendali intervistati dichiarano al 76,71% (del totale dei rispondenti) che le competenze di base del tirocinante sono risultate adeguate alle necessità aziendali.

Sull'impegno profuso durante il tirocinio, gli intervistati dichiarano al 87,67% del totale che l'impegno del tirocinante è stato adeguato alle aspettative.

Continua il monitoraggio delle fonti e dei report di organizzazioni nazionali e internazionali sui trend di mercato.

Link: <http://>



QUADRO A2.a

Profilo professionale e 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 l'e-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.



QUADRO A2.b

Il corso prepara alla professione di (codifiche ISTAT)

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



QUADRO A3.a

Conoscenze richieste per l'accesso

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.



QUADRO A3.b

Modalità di ammissione

20/02/2025

Per potersi immatricolare è necessario il diploma di maturità o un altro titolo di studio conseguito all'estero riconosciuto dall'Ateneo.

E' previsto un test di ammissione aperto ai candidati in possesso di un diploma di Scuola Secondaria Superiore e agli studenti frequentanti il quarto e quinto anno di Scuola Secondaria Superiore.

Il test è selettivo e prevede l'accesso tramite una graduatoria definita sulla base del merito scolastico e dell'esito del test. In particolare, la posizione nella graduatoria è determinata (solo per i candidati già in possesso di diploma o frequentanti la quinta superiore):

- per il 50% dall'esito del test;
- per il 50% dal curriculum scolastico (il 25% dalla media dei voti di terza e il 25% da quella di quarta superiore)

Il test è volto a verificare la conoscenza della grammatica italiana, della geografia, della storia contemporanea, dell'economia applicata al turismo e a complemento, la comprensione del testo e il ragionamento logico-numerico. E' inoltre prevista la verifica obbligatoria del livello di conoscenza della lingua inglese.

Link: https://www.iulm.it/wps/wcm/connect/iulm/fa7b94d6-dc99-4a99-b205-50d1361dfd62/Modalit%C3%A0+ammissione+ai+corsi+di+laurea+2025_26.pdf?MOD=AJPERES (Regolamento di ammissione ai Corsi di laurea a.a. 2025/2026)



QUADRO A4.a

Obiettivi formativi specifici del Corso e descrizione del percorso formativo

11/03/2020

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.

 **QUADRO**
A4.b.1


Conoscenza e comprensione, e Capacità di applicare conoscenza e comprensione: Sintesi

Conoscenza e capacità di comprensione	<p>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.</p> <p>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</p>	
--	--	--

lavori di gruppo, prove intermedie e esami finali degli insegnamenti.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

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

▶ **QUADRO**
A4.b.2

Conoscenza e comprensione, e Capacità di applicare conoscenza e comprensione: Dettaglio

DISCIPLINE ECONOMICHE, GESTIONALI E GIURIDICHE

Conoscenza e comprensione

Conoscenza della filiera turistica, dei suoi fondamentali attori e stakeholder. Comprensione delle relazioni complesse che esistono intra-filiera ed extra-filiera con gli operatori del territorio, con i destination manager, con le amministrazioni pubbliche e gli attori di un sistema complesso come quello turistico. Conoscenza dei fondamentali paradigmi gestionali, comunicazionali e di marketing (incluso il social media marketing) e comprensione della loro integrazione per l'elaborazione di prodotti e servizi turistici.

Comprensione dei fondamentali istituti di diritto del turismo.

Conoscenza delle caratteristiche tangibili ed intangibili del patrimonio culturale. Comprensione delle sue interazioni con i luoghi e le opportunità di sviluppo dei luoghi.

Conoscenza dei principi della valorizzazione e comprensione dei ruoli pubblico-privato.

Comprensione di modelli gestionali e di marketing che esaltino il trinomio turismo-cultura-sviluppo.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Sviluppo di un piano di marketing e di comunicazione, con particolare attenzione alle tecniche di segmentazione e costruzione di nuovi prodotti. Sviluppo di un piano di gestione di impresa, progetto turistico-culturale, destinazione turistica.

Le conoscenze e capacità sono conseguite e verificate nelle seguenti attività formative:

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

DESTINATION MANAGEMENT [url](#)

DIRITTO DEL TURISMO [url](#)

GESTIONE DELLE RISORSE UMANE [url](#)

GOVERNANCE E RELAZIONI INTERNAZIONALI NEL TURISMO [url](#)

GOVERNANCE E RELAZIONI INTERNAZIONALI NEL TURISMO [url](#)

IL SISTEMA ECONOMICO DEL TURISMO [url](#)

MANAGEMENT DELLE AZIENDE TURISTICHE [url](#)

MARKETING E COMUNICAZIONE DEL TURISMO [url](#)

PROVA FINALE [url](#)

PROVA FINALE [url](#)

REVENUE MANAGEMENT [url](#)

RICERCA SOCIALE E TURISMO [url](#)

STAGE DI COMPETENZE PROFESSIONALI [url](#)

STAGE DI COMPETENZE PROFESSIONALI [url](#)

STRATEGIE E PERFORMANCE DEL TURISMO [url](#)

STRATEGIE E PERFORMANCE DEL TURISMO [url](#)

DISCIPLINE SOCIALI

Conoscenza e comprensione

Conoscenza dei fenomeni di aggregazione sociale contemporanei, con riferimento alla costituzione ed evoluzione di gruppi, collettività, comunità. Conoscenza dei modelli di consumo, comunicazione e narrazione turistica.

Comprensione delle relazioni complesse tra consumatori e produttori di turismo-cultura. Comunicazione ed organizzazione degli eventi. Comprensione dell'impatto dei social media nei consumi turistici e nella mediazione dell'offerta turistica.

Conoscenza delle condizioni psico-sociali dello sviluppo locale, con interazione tra valorizzazione delle risorse turistiche, propensioni emergenti del consumo turistico e sostenibilità.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Capacità di applicazione delle conoscenze acquisite per l'elaborazione di piattaforme, forum, servizi di condivisione di informazioni da parte dei consumatori ed anche prosumer del turismo e della cultura.

Le conoscenze e capacità sono conseguite e verificate nelle seguenti attività formative:

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

ANTROPOLOGIA CULTURALE (*modulo di TERRITORIO E CULTURA*) [url](#)

DESTINATION BRANDING [url](#)

INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGY FOR TOURISM [url](#)

INTELLIGENZA ARTIFICIALE E TURISMO [url](#)

MEDIA DIGITALI E TURISMO [url](#)

PLATFORM ECONOMY E TURISMO [url](#)

PROVA FINALE [url](#)

PROVA FINALE [url](#)

PSICOLOGIA E SOCIOLOGIA DEL TURISMO [url](#)

STAGE DI COMPETENZE PROFESSIONALI [url](#)

STAGE DI COMPETENZE PROFESSIONALI [url](#)

DISCIPLINE TERRITORIALI

Conoscenza e comprensione

Conoscenza del processo di territorializzazione e della costituzione delle principali configurazioni della territorialità (luogo, paesaggio, ambiente). Conoscenza della pluralità delle forme spaziali, culturali e organizzative del turismo quale opzione per lo sviluppo locale. Comprensione delle pratiche di governance territoriale. Comprensione dei modelli di rappresentazione del territorio alle diverse scale geografiche.

Conoscenza delle basi concettuali, dei quadri istituzionali, delle linee di svolgimento delle politiche del territorio inteso quale prodotto culturale complesso. Riconoscimento delle criticità, delle conflittualità e delle potenzialità del territorio alle diverse scale con particolare attenzione alla territorialità turistica.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Capacità di applicazione delle conoscenze in modo autonomo, originale e critico a partire dalla comprensione delle configurazioni della territorialità e dei dispositivi sociali che ne regolano la formazione e l'evoluzione. Capacità di individuare fattori di attrazione turistica, attori locali, livelli di accessibilità, flussi, investimenti. Capacità di evidenziare forme innovanti e sostenibili di sviluppo turistico alle diverse scale. Capacità di progettare e gestire processi turistici complessi in contesti geografici sviluppati ed emergenti.

Le conoscenze e capacità sono conseguite e verificate nelle seguenti attività formative:

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

GEOGRAFIA CULTURALE [url](#)

POLITICHE TERRITORIALI (*modulo di TERRITORIO E CULTURA*) [url](#)

PROVA FINALE [url](#)

PROVA FINALE [url](#)

STAGE DI COMPETENZE PROFESSIONALI [url](#)

STAGE DI COMPETENZE PROFESSIONALI [url](#)

TERRITORIO E CULTURA [url](#)

TURISMO URBANO E SOSTENIBILITA' [url](#)

TURISMO URBANO E SOSTENIBILITA' [url](#)

DISCIPLINE STORICHE, DELLE ARTI E DELLO SPETTACOLO

Conoscenza e comprensione

Conoscenza della storia contemporanea e delle culture mondiali, anche in prospettiva comparativa, e dei movimenti artistici, anche in vista della comprensione delle potenzialità turistiche dei territori. Conoscenza di specifiche metodologie di analisi, narrazione e interpretazione negli ambiti della conservazione e valorizzazione dei beni storico-artistici. Conoscenza degli strumenti critici e metodologici di analisi del fenomeno artistico e delle sue interrelazioni storico-sociali e culturali.

Conoscenza approfondita delle discipline storiche, delle arti, della musica, del teatro, dell'audiovisivo e del cinema e del cine-turismo che risultano essenziali al fine di classificare e saper descrivere i patrimoni identitari della destinazione Italia, con particolare riferimento al contesto storico nel quale tali patrimoni sono nati ed all'evoluzione in termini di dinamiche territoriali e di governance.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Capacità di applicare in maniera autonoma, originale e critica le conoscenze acquisite per l'elaborazione di modelli di rappresentazione e promozione turistica a partire dal dato storico-culturale (patrimoni storico-culturali di tipo materiale e immateriale) al fine di contribuire alla comprensione delle potenzialità turistiche e alla predisposizione di prodotti ed eventi turistico-culturali che esaltino le identità locali nel rispetto della multiculturalità.

Le conoscenze e capacità sono conseguite e verificate nelle seguenti attività formative:

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

CITTA' D'ARTE (modulo di PATRIMONI CULTURALI PER IL TURISMO) [url](#)

CIVILTA' DEL MEDITERRANEO (modulo di PATRIMONI CULTURALI PER IL TURISMO) [url](#)

PATRIMONI CULTURALI PER IL TURISMO [url](#)

PROVA FINALE [url](#)

PROVA FINALE [url](#)

STAGE DI COMPETENZE PROFESSIONALI [url](#)

STAGE DI COMPETENZE PROFESSIONALI [url](#)

STORIA CONTEMPORANEA [url](#)

STORYTELLING [url](#)

TRAVEL BLOGGING [url](#)

DISCIPLINE LINGUISTICHE

Conoscenza e comprensione

L'insegnamento della lingua inglese mira allo sviluppo e al consolidamento delle competenze linguistiche dal livello elementary al livello anche superiore ad upper-intermediate su contenuti ed elementi funzionali concernenti il mondo del lavoro e i rapporti professionali, tenendo conto dell'ambito microlinguistico del Corso di Laurea, finalizzando ogni attività all'efficace comunicazione con i native speakers con un certo grado di fluency. In particolare, al primo anno, l'approccio alle tematiche e alle situazioni è di tipo comunicativo. Si privilegiano, perciò, la comprensione orale e la produzione orale, integrando queste abilità con la comprensione scritta e la produzione scritta. Si attiva la riflessione sui meccanismi morfologici e sintattici per condurre lo studente a una pratica linguistica coerente e precisa. E' prevista una seconda lingua straniera a scelta tra francese, spagnolo e tedesco.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Capacità di applicare gli skills linguistici alle aree del management, della gestione turistica, della promozione culturale, tenendo in considerazione gli impatti socio-economici dell'attività turistica. Particolare rilevanza viene data alla comprensione delle dinamiche di territorializzazione, di consumo e di utilizzo delle tecnologie della comunicazione e dell'informazione. In sintesi viene dato rilievo alle competenze specialistiche attraverso l'analisi di fatti, fenomeni e cifre.

Le conoscenze e capacità sono conseguite e verificate nelle seguenti attività formative:

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

ENGLISH FOR CORPORATE SKILLS [url](#)

FRANCESE PER IL TURISMO [url](#)

PROVA FINALE [url](#)

PROVA FINALE [url](#)

SPAGNOLO PER IL TURISMO [url](#)

STAGE DI COMPETENZE PROFESSIONALI [url](#)

STAGE DI COMPETENZE PROFESSIONALI [url](#)

TEDESCO PER IL TURISMO [url](#)



QUADRO A4.c

Autonomia di giudizio
Abilità comunicative
Capacità di apprendimento

Autonomia di

giudizio	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p>	
Abilità comunicative	<p>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.</p> <p>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.</p>	
Capacità di apprendimento	<p>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</p>	

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.



QUADRO A4.d

Descrizione sintetica delle attività affini e integrative

12/11/2024

Le attività affini e integrative riguardano la comunicazione digitale, il diritto ed il turismo culturale declinato in particolare sulle civiltà mediterranee, con l'obiettivo di sottolineare l'evoluzione multimediale e la specificità della cultura come prevalente attrattore di flussi turistici, in un quadro normativo in continuo cambiamento. La conoscenza e le applicazioni della multimedialità fanno sì che lo studente sia in grado di sviluppare scelte strategiche e comunicazionali per prodotti e servizi emblematici nel mercato turistico italiano. L'analisi e la creazione di prodotti e servizi innovativi per il mercato turistico italiano deve essere verificata rispetto alle norme nazionali e internazionali che ne inquadrano la possibilità: lo studente deve conoscere il diritto per poter lavorare in un ambiente in continua trasformazione.



QUADRO A5.a

Caratteristiche della prova finale

11/02/2020

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.



QUADRO A5.b

Modalità di svolgimento della prova finale

20/02/2025

Il percorso formativo prevede al terzo anno l'elaborazione di una prova finale e con contenuti di ricerca teorica e operativa su un argomento relativo a uno degli insegnamenti del Piano di studi e concordato col relatore docente.

L'elaborato finale ha contenuti di ricerca teorica e operativa su un argomento relativo a uno degli insegnamenti del piano

degli studi e concordato col relatore docente, anche in attinenza allo stage o al workshop professionale.

Nello sviluppo dell'elaborato il laureando è assistito da un docente che lo aiuta nella definizione del tema da svolgere, nell'impostazione e nelle ricerche bibliografiche e documentali, e che deve approvare l'elaborato.

L'elaborato, una volta approvato dal relatore, viene valutato secondo quanto previsto dal Nuovo Regolamento Didattico di Ateneo, dal Regolamento per le modalità di discussione e attribuzione del titolo di laurea nonché dalle Modalità di organizzazione e valutazione della Prova finale, definite del Consiglio di Facoltà per ciascun anno accademico.

La Commissione istruttoria, al termine della seduta, comunica a tutti i candidati il solo giudizio sintetico attribuito (da insufficiente a eccellente).

Il voto di laurea viene attribuito successivamente da una Commissione di certificazione (composta da cinque professori della Facoltà, nominata e presieduta dal Preside della Facoltà), preso atto del giudizio espresso dalla Commissione istruttoria, dell'elaborato di laurea, del voto di partenza del candidato e di ulteriori elementi di valutazione sulla base della griglia approvata dal Consiglio di Facoltà. Il voto viene espresso in centodecimi.

La proclamazione e la consegna della pergamena avvengono successivamente durante il Graduation Day, organizzato a ridosso della chiusura della sessione di laurea, aperto al pubblico e con carattere cerimoniale.

Link: https://www.iulm.it/wps/wcm/connect/iulm/75e7323f-8d8e-43e7-9d04-0eb35f6ef9da/PROVA+FINALE_arti+e+turismo+triennali+2024_25.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=ROOTWORKSPACE.Z18_N19GHC410Q5PD0QACD0HKQ38C6-75e7323f-8d8e-43e7-9d04-0eb35f6ef9da-peHv68U (Modalità di valutazione e organizzazione della prova finale)



▶ QUADRO B1

Descrizione del percorso di formazione (Regolamento Didattico del Corso)

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Regolamento didattico 2025/2026

Link: https://www.iulm.it/wps/wcm/connect/iulm/ed094bc8-3bc5-405c-8ac6-0664d6eb4fdb/Regolamento_didattico+2025-2026+CdL+TMC.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=ROOTWORKSPACE_Z18_N19GHC410O5PD0QACD0HKQ38C6-ed094bc8-3bc5-405c-8ac6-0664d6eb4fdb-pg1DH.1

▶ QUADRO B2.a

Calendario del Corso di Studio e orario delle attività formative

http://aule.iulm.it/Orario/index.php?view=easycourse&_lang=it&empty_box=0&col_cells=0

▶ QUADRO B2.b

Calendario degli esami di profitto

http://aule.iulm.it/Orario/index.php?view=easytest&_lang=it&empty_box=0&col_cells=0

▶ QUADRO B2.c

Calendario sessioni della Prova finale

https://www.iulm.it/wps/wcm/connect/iulm/15568a1d-b42e-4985-b06b-12f0b0c9a221/Calendario+didattico+2025_2026.pdf?MOD=AJPERES

▶ QUADRO B3

Docenti titolari di insegnamento

Sono garantiti i collegamenti informatici alle pagine del portale di ateneo dedicate a queste informazioni.

N.	Settori	Anno di corso	Insegnamento	Cognome Nome	Ruolo	Crediti	Ore	Docente di riferimento per corso
----	---------	---------------	--------------	--------------	-------	---------	-----	----------------------------------

1.	M-GGR/01	Anno di corso 1	GEOGRAFIA CULTURALE link	MAGGIOLI MARCO CV	PO	6	48	
2.	SECS-P/01	Anno di corso 1	IL SISTEMA ECONOMICO DEL TURISMO link	BESANA ANGELA CV	PA	6	48	
3.	INF/01	Anno di corso 1	INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGY FOR TOURISM link	LONGO ANITA ROSA MARIA CV		6	48	
4.	INF/01	Anno di corso 1	INTELLIGENZA ARTIFICIALE E TURISMO link	MARUZZELLA GIANLUCA CV	ID	9	72	
5.	SECS-P/07	Anno di corso 1	MANAGEMENT DELLE AZIENDE TURISTICHE link	DE CARLO MANUELA CV	PO	6	48	
6.	ICAR/13	Anno di corso 1	MEDIA DIGITALI E TURISMO link	ROSSI ANDREA CV		6	48	
7.	M-PSI/06	Anno di corso 1	PSICOLOGIA E SOCIOLOGIA DEL TURISMO link	MANZATO ANNA GRAZIA CV	RU	6	24	
8.	M-PSI/06	Anno di corso 1	PSICOLOGIA E SOCIOLOGIA DEL TURISMO link	BUSTREO MASSIMO CV	ID	6	24	
9.	M-PSI/06	Anno di corso 1	PSICOLOGIA E SOCIOLOGIA DEL TURISMO link	POLESANA MARIA ANGELA CV	PA	6	24	
10.	SECS-S/01	Anno di corso 1	RICERCA SOCIALE E TURISMO link	TAVANO BLESSI GIORGIO CV	RD	6	24	
11.	SECS-S/01	Anno di corso 1	RICERCA SOCIALE E TURISMO link	SCUTTARI ANNA CV	PA	6	48	
12.	M-STO/04	Anno di	STORIA CONTEMPORANEA link	DE GIUSEPPE MASSIMO CV	PO	9	48	

		corso 1				
13.	M-STO/04	Anno di corso 1	STORIA CONTEMPORANEA link	ORSINI CAROLINA CV	9	24
14.	M-DEA/01	Anno di corso 2	ANTROPOLOGIA CULTURALE (modulo di <i>TERRITORIO E CULTURA</i>) link		6	
15.	L-ART/03	Anno di corso 2	CITTA' D'ARTE (modulo di <i>PATRIMONI CULTURALI PER IL TURISMO</i>) link		6	
16.	L-FIL- LET/01	Anno di corso 2	CIVILTA' DEL MEDITERRANEO (modulo di <i>PATRIMONI CULTURALI PER IL TURISMO</i>) link		6	
17.	SECS- P/07	Anno di corso 2	DESTINATION MANAGEMENT link		6	
18.	IUS/10	Anno di corso 2	DIRITTO DEL TURISMO link		6	
19.	L-LIN/12	Anno di corso 2	ENGLISH FOR CORPORATE SKILLS link		6	
20.	L-LIN/04	Anno di corso 2	FRANCESE PER IL TURISMO link		6	
21.	SECS- P/08	Anno di corso 2	MARKETING E COMUNICAZIONE DEL TURISMO link		9	
22.	L-ART/03 L-FIL- LET/01	Anno di corso 2	PATRIMONI CULTURALI PER IL TURISMO link		12	
23.	M-GGR/01	Anno di corso 2	POLITICHE TERRITORIALI (modulo di <i>TERRITORIO E CULTURA</i>) link		6	

24.	L-LIN/07	Anno di corso 2	SPAGNOLO PER IL TURISMO link	6
25.	L-LIN/14	Anno di corso 2	TEDESCO PER IL TURISMO link	6
26.	M-GGR/01 M-DEA/01	Anno di corso 2	TERRITORIO E CULTURA link	12
27.	SPS/08	Anno di corso 3	DESTINATION BRANDING link	6
28.	SECS-P/10	Anno di corso 3	GESTIONE DELLE RISORSE UMANE link	6
29.	SPS/04	Anno di corso 3	GOVERNANCE E RELAZIONI INTERNAZIONALI NEL TURISMO link	6
30.	SPS/09	Anno di corso 3	PLATFORM ECONOMY E TURISMO link	6
31.	PROFIN_S	Anno di corso 3	PROVA FINALE link	3
32.	SECS-P/08	Anno di corso 3	REVENUE MANAGEMENT link	6
33.	NN	Anno di corso 3	STAGE DI COMPETENZE PROFESSIONALI link	6
34.	L-FIL-LET/11	Anno di corso 3	STORYTELLING link	6
35.	SECS-P/07	Anno di	STRATEGIE E PERFORMANCE DEL TURISMO link	6

		corso 3			
36.	L-ART/06	Anno di corso 3	TRAVEL BLOGGING link		6
37.	M-GGR/02	Anno di corso 3	TURISMO URBANO E SOSTENIBILITA' link		6

▶ QUADRO B4 | Aule

Link inserito: <http://www.iulm.it/wps/wcm/connect/iulmit/iulm-it/Universita/Campus/Strutture>

▶ QUADRO B4 | Laboratori e Aule Informatiche

Link inserito: <http://www.iulm.it/wps/wcm/connect/iulmit/iulm-it/Universita/Campus/Strutture>

▶ QUADRO B4 | Sale Studio

Link inserito: <http://www.iulm.it/wps/wcm/connect/iulmit/iulm-it/Universita/Campus/Strutture>

▶ QUADRO B4 | Biblioteche

Link inserito: <http://www.iulm.it/wps/wcm/connect/iulmit/iulm-it/Risorse-e-servizi/Biblioteca>

Pdf inserito: [visualizza](#)

▶ QUADRO B5 | Orientamento in ingresso

09/05/2023

Link inserito: <https://www.iulm.it/it/orientamento-iscrizioni#orientamento-futuri-studenti>

Pdf inserito: [visualizza](#)

09/05/2023

Link inserito: <https://www.iulm.it/it/vivere-in-iulm/tutorato-e-counseling>Pdf inserito: [visualizza](#)

23/04/2025

- Stage curriculari Italia/estero, ovvero periodi di tirocinio svolti da studenti regolarmente iscritti all'Ateneo, presso organizzazioni ed imprese esterne all'Ateneo, per periodi superiori ad un mese e fino ad un massimo di 12 mesi.
- Stage extracurriculari, ovvero periodi di tirocinio svolti da laureati da meno di 12 mesi presso organizzazioni ed imprese esterne all'Ateneo per la durata di minimo 2 e fino ad un massimo 12 mesi.

Link inserito: <https://www.iulm.it/it/vivere-in-iulm/career-service/stage-italia>

In questo campo devono essere inserite tutte le convenzioni per la mobilità internazionale degli studenti attivate con Atenei stranieri, con l'eccezione delle convenzioni che regolamentano la struttura di corsi interateneo; queste ultime devono invece essere inserite nel campo apposito "Corsi interateneo".

Per ciascun Ateneo straniero convenzionato, occorre inserire la convenzione che regola, fra le altre cose, la mobilità degli studenti, e indicare se per gli studenti che seguono il relativo percorso di mobilità sia previsto il rilascio di un titolo doppio o multiplo. In caso non sia previsto il rilascio di un titolo doppio o multiplo con l'Ateneo straniero (per esempio, nel caso di convenzioni per la mobilità Erasmus) come titolo occorre indicare "Solo italiano" per segnalare che gli studenti che seguono il percorso di mobilità conseguiranno solo il normale titolo rilasciato dall'ateneo di origine.

L'Ufficio Mobilità supporta e gestisce la mobilità internazionale degli studenti per motivi di studio, sia in ingresso che in uscita.

A questo scopo stipula accordi bilaterali di scambio con università straniere europee ed extra europee nell'ambito di diversi programmi internazionali (Erasmus, Exchange, Semester Abroad, Summer Session); gli accordi includono quasi sempre la possibilità di scambi docenti e personale tecnico amministrativo.

L'Ufficio si occupa anche dell'organizzazione e della gestione di alcuni programmi di mobilità breve ibrida in collaborazione con le università partner (Blended Intensive Programme).

Tra le azioni rivolte agli studenti, oltre alla costante gestione delle richieste di informazione e supporto (attraverso sportello fisico, telefono, email e social), hanno particolare rilievo:

Azioni per studenti IULM in uscita (outgoing):

- selezione dei candidati alla mobilità attraverso bandi di concorso;
- assistenza nella preparazione della candidatura da inviare alle università ospitanti, nella redazione e modifica in itinere del learning agreement (piano di studi all'estero);
- riunioni preparatorie pre-partenza: spiegazione offerta formativa dell'università ospitante, funzionamento del motore di ricerca degli insegnamenti, differenze nei metodi di studio, illustrazione criteri adottati dai coordinatori accademici nella valutazione delle equivalenze;
- assistenza e gestione delle pratiche per il riconoscimento delle attività svolte all'estero;
- gestione e erogazione delle borse di studio e di altri contributi di supporto alla mobilità.

Azioni per studenti internazionali in ingresso (incoming):

- procedure di candidatura e successiva immatricolazione presso la IULM (supporto burocratico e logistico);
- organizzazione corso di italiano prima dell'inizio di ogni semestre;
- organizzazione riunioni informative all'inizio di ogni semestre: procedure interne per registrazione ai corsi, iscrizione agli esami, ottenimento badge, codice fiscale/permesso di soggiorno, utilizzo servizi online;
- collaborazione con rappresentanza ESN di Ateneo nelle attività accoglienza, socializzazione e informazione degli studenti stranieri (tour dell'università, pranzo di benvenuto, Buddy Service, occasioni di socializzazione).

Link inserito: <https://www.iulm.it/it/internazionale#mobilita-internazionale>

n.	Nazione	Ateneo in convenzione	Codice EACEA	Data convenzione	Titolo
1	Belgio	HOWEST University of APPLIED SCIENCES		22/05/2017	solo italiano
2	Belgio	Thomas More University of Applied Sciences		20/12/2024	solo italiano
3	Francia	Institute Lyfe		06/12/2024	solo italiano
4	Germania	DHBW LÄRRACH - Baden WÄ¼rttemberg Cooperative State University		07/01/2015	solo italiano
5	Germania	Jade Hochschule		20/12/2021	solo italiano
6	Messico	Universidad AnÄ¡huac		11/11/2021	solo italiano
7	Paesi Bassi	Breda University of Applied Sciences		01/12/2021	solo italiano
8	Portogallo	ISCE - Instituto Superior de Lisboa e Vale do Teio (ex Pedago)		20/01/2014	solo italiano

9	Spagna	EUHT ST POL BARCELONA		14/12/2018	solo italiano
10	Spagna	Fundacio Jesuites Educacio-Sant Ignasi		10/02/2022	solo italiano
11	Spagna	IRIARTE Tenerife		23/05/2022	solo italiano
12	Spagna	Universidad De Alicante	28588-EPP-1-2014-1-ES-EPPKA3-ECHE	09/03/2023	solo italiano
13	Spagna	Universidad De Las Palmas De Gran Canaria	29547-EPP-1-2014-1-ES-EPPKA3-ECHE	13/02/2023	solo italiano
14	Spagna	Universidad De Malaga	28699-EPP-1-2014-1-ES-EPPKA3-ECHE	27/04/2022	solo italiano
15	Spagna	Universidad De Oviedo	29551-EPP-1-2014-1-ES-EPPKA3-ECHE	14/11/2013	solo italiano
16	Spagna	Universidad de Almeria		17/06/2021	solo italiano
17	Spagna	Universidad de Córdoba		08/01/2014	solo italiano
18	Spagna	Universitat Rovira I Virgili		20/04/2023	solo italiano
19	Spagna	Universitat de les Illes Balears		18/11/2021	solo italiano
20	Stati Uniti	UNIVERSITY OF CENTRAL FLORIDA ROSEN COLLEGE		25/05/2022	solo italiano
21	Turchia	Yeditepe University Vakif	220854-EPP-1-2014-1-TR-EPPKA3-ECHE	15/01/2014	solo italiano



QUADRO B5

Accompagnamento al lavoro

23/04/2025

- Career Advisory. Servizio offerto a studenti e laureati IULM per l'orientamento su percorsi di carriera e valorizzazione delle opportunit  di employability.
- CV Check e Cover Letter. Servizio rivolto a studenti e laureati IULM per offrire supporto nella redazione e aggiornamento del proprio curriculum vitae e della lettera di presentazione anche in lingua inglese, francese e spagnola.
- Simulazione Colloqui. Sessioni one to one, anche in lingua inglese, francese e spagnola al fine di migliorare la capacit  di affrontare colloqui di selezione con feedback costruttivo per evidenziare punti di forza e aree di miglioramento.
- Jobiri – Career Center Digitale. Piattaforma digitale che mette a disposizione di studenti e laureati IULM numerose risorse (creazione CV e cover letter, simulazione colloqui, lezioni su soft skills, etc.) da utilizzare in autonomia per prepararsi nel migliore dei modi al primo incontro con il mondo del lavoro.

- Analisi e Ottimizzazione Profilo LinkedIn. Servizio dedicato a migliorare la presenza online degli studenti e laureati IULM su LinkedIn, una delle piattaforme più importanti per la ricerca di lavoro e la costruzione di reti professionali.
- IULM for Job LinkedIn Gruppo chiuso su LinkedIn al quale hanno accesso solo ed esclusivamente studenti e laureati IULM iscritti per essere informati sulle offerte di stage e placement, nonché iniziative ed eventi di carattere professionale.
- IULM for Job Instagram Account di Instagram per aumentare la visibilità delle offerte, i servizi e gli eventi organizzati dall'Ufficio e creare più engagement con studenti e laureati IULM.
- Corso iscrizione & utilizzo di Almalaurea IULM. Webinar e incontri in aula per aiutare studenti e laureati IULM a registrarsi correttamente alla piattaforma Almalaurea e per orientarli all'utilizzo della stessa per la ricerca e la candidatura ad offerte di stage/lavoro.
- Workshop Digitali e Fisici per Strategie di Employability. Webinar e sessioni plenarie in aula per informare e stimolare studenti e laureati IULM su consigli, buone pratiche e strategie da adottare per prepararsi efficacemente ai percorsi di carriera affrontando varie tematiche quali: definizione CV e Cover Letter, Preparazione al colloquio, Ricerca opportunità professionali, etc.
- Presentazioni e testimonianze aziendali. Eventi che mirano da un lato a portare in aula testimonianze da parte di referenti aziendali di vari settori di riferimento con esposizione di case study o di best practice realizzate, dall'altro a condividere i percorsi di carriera dei professionisti coinvolti con presentazioni dal taglio ispirazionale che favoriscano un confronto con i partecipanti.
- Recruiting event. Presentazioni di realtà aziendali con possibilità di reclutamento e selezione in Università o online. Gli incontri hanno l'obiettivo di promuovere la cultura aziendale, presentare il profilo, la struttura organizzativa e le eventuali opportunità di inserimento professionale, mettendo in contatto l'azienda con studenti e laureati IULM per individuare le risorse con competenze rispondenti ai bisogni di recruiting.
- Company Visit. Opportunità formativa e di networking progettata per connettere gli studenti universitari con le aziende di vari settori che consiste nel visitare fisicamente l'azienda ospitante per conoscere meglio la sua cultura d'impresa, le operazioni quotidiane, i team di lavoro, i prodotti o servizi offerti e le opportunità di carriera disponibili.
- Career Day Online. Eventi online dedicati all'incontro tra studenti e laureati IULM e aziende e organizzazioni di uno specifico settore con l'obiettivo di promuovere opportunità di stage e lavoro creando uno spazio virtuale di confronto in cui poter connettere differenti realtà aziendali e relative posizioni aperte con studenti e laureati IULM che hanno possibilità di svolgere brevi colloqui di selezione e di inviare il proprio CV.
- Career Fair. Un grande evento in presenza in cui decine di aziende e organizzazioni sono presenti in Ateneo per interagire direttamente con studenti e laureati IULM, condividendo opportunità di lavoro e stage, stabilendo contatti professionali, raccogliendo CV e candidature e svolgendo colloqui di selezione per numerose posizioni aperte.

Link inserito: <https://www.iulm.it/it/vivere-in-iulm/career-service/career-service/>



QUADRO B5

Eventuali altre iniziative

23/04/2025

Link inserito: <https://www.iulm.it/it/vivere-in-iulm/tutorato-e-counseling/studenti-disabilita>

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Ufficio diversAMENTE - Disabilità e DSA



QUADRO B6

Opinioni studenti

21/03/2014

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Opinione degli studenti, a.a. 2024/25



QUADRO B7

Opinioni dei laureati

01/07/2024

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Soddisfazione per il corso di studio concluso



▶ QUADRO C1

Dati di ingresso, di percorso e di uscita

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Dati e informazioni, a.a. 2024/25

▶ QUADRO C2

Efficacia Esterna

01/07/2024

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Condizione occupazionale

▶ QUADRO C3

Opinioni enti e imprese con accordi di stage / tirocinio curriculare o extra-curriculare

02/10/2020

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Valutazione dello stagista, a.a. 2024/25



▶ QUADRO D1

Struttura organizzativa e responsabilità a livello di Ateneo

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Organigramma funzionale IULM

▶ QUADRO D2

Organizzazione e responsabilità della AQ a livello del Corso di Studio

12/05/2025

Come previsto dalle “Linee guida del Sistema di AQ di Ateneo”, i ruoli di maggior rilievo per la gestione del CdS sono i seguenti:

- Consiglio di Facoltà: quest’Organo ha la responsabilità formale dei Corsi di studio afferenti;
- Giunta di Facoltà: ogni Giunta è composta dal Preside e dai Referenti dei CdS afferenti alla Facoltà. La Giunta esamina periodicamente l’andamento del CdS e l’attuazione di eventuali interventi correttivi e/o di miglioramento;
- Referente del Corso di studio: l’Università IULM è strutturata per Facoltà e non è previsto un Consiglio di CdS. Il Referente è il coordinatore del CdS. Il Referente fa parte del Gruppo AQ;
- Gruppo di gestione AQ del CdS: è composto da professori e ricercatori di ruolo dell’Ateneo e da uno studente iscritto al Corso, quest’ultimo selezionato tramite bando biennale emanato con Decreto Rettorale.

I Gruppi di gestione AQ:

- organizzano il processo periodico di verifica dell’adeguatezza e dell’efficacia della gestione del CdS e delle attività di AQ;
- supportano la compilazione della SUA-CdS;
- successivamente all’analisi dei dati disponibili e alle verifiche necessarie, redigono annualmente la Scheda di monitoraggio;
- predispongono, dopo aver condotto le analisi necessarie, il Rapporto di riesame ciclico, con cadenza relazionata alla durata del CdS, e monitorano il livello di raggiungimento degli obiettivi ivi indicati;
- in seguito alla visita in loco, propongono e mettono in atto le azioni correttive di adeguamento ai rilievi ricevuti;
- Commissione paritetica docenti-studenti: vi è una Commissione per ogni Facoltà, composta da un membro docente e un membro studente per ogni CdS afferente alla Facoltà; la componente studentesca è selezionata tramite bando biennale emanato con Decreto Rettorale.

La Commissione paritetica è un

organismo di valutazione interna competente a:

- svolgere attività di monitoraggio dell’offerta formativa e della qualità della didattica, nonché dell’attività di servizio agli studenti da parte dei professori e dei ricercatori;
- individuare indicatori per la valutazione dei risultati delle stesse;
- formulare pareri sull’attivazione e la soppressione di CdS;
- formulare pareri sull’adeguatezza del carico didattico (CFU).

Per quanto attiene al corso di laurea inoltre i componenti del Gruppo AQ (Ruggero Sainaghi, Angela Besana, Anna Manzato, e il rappresentante degli studenti), si avvalgono dei report del Presidio della qualità, del Nucleo di valutazione,

della Commissione paritetica dei dati a fonte della Scheda di monitoraggio, del dialogo costante con docenti e studenti nelle sedi di riunioni e consultazioni online.

I risultati di tali rilevazioni vengono valutati assieme agli esiti della customer satisfaction rilevata online sia per studenti che docenti del corso di laurea.

Con riferimento all'attività formativa dello 'Stage' si prevede un contatto costante con la Commissione stage della Facoltà e la rilevazione annuale della soddisfazione dei tutor aziendali di stage.

Il Gruppo AQ prevede una costante relazione con il Consiglio di Facoltà e gli organi rappresentativi, dal Nucleo di valutazione al Presidio della qualità, dalla Commissione paritetica alle Commissioni istituzionalizzate dalla Facoltà come la Commissione OFA.

Per l'Internazionalizzazione e per le attività OFA, la referente della Facoltà è la prof.ssa Annamaria Esposito.

Per gli stage, la referente della Facoltà è la prof.ssa Angela Besana.

La prof.ssa Esposito e la prof.ssa Besana, ciascuna per propria competenza, si interfacciano e si confrontano con i Gruppi AQ-CdS, per la gestione delle attività.

Inoltre, su proposta del Preside, sono nominate le Commissioni per l'approvazione dei Piani di studio individuali presentati dagli studenti per l'A.A. 2023/2024. Relativamente al Corso di laurea in Turismo, management e cultura la commissione è così composta:

Prof. Marco Maggioli Presidente

Prof.ssa Angela Besana

Dott.ssa Monica Morazzoni

Link inserito: <http://>



QUADRO D3

Programmazione dei lavori e scadenze di attuazione delle iniziative

23/05/2025

Il programma delle attività di AQ relativo alla didattica, con le relative scadenze, è riportato nel Calendario per l'AQ della didattica predisposto dal Presidio della qualità ed aggiornato nel 2020:

- gennaio:

o- inizio incarico studenti dei Gruppi AQ e delle CPDS. L'incarico è di durata biennale;

o- approvazione in Senato Accademico e nel Consiglio di Facoltà d'interesse di eventuali nuovi Corsi di studio (sezioni ordinamentali della SUA-CdS), come da scadenze comunicate dal Ministero;

- febbraio:

o- modifica ordinamento CdS in seguito all'approvazione in Senato Accademico e nel Consiglio di Facoltà d'interesse secondo le scadenze comunicate dal Ministero;

o- formazione studenti Gruppi AQ e CPDS (ogni due anni);

- marzo:

o- stesura dei programmi degli insegnamenti per l'a.a. successivo, revisione da parte dei Gruppi AQ e loro caricamento, come da Linee guida del Presidio della qualità;

o- apertura SUA-CdS ordinamentale (a.a. successivo);

- aprile:

o- incontri tra studenti Gruppo AQ e CPDS e studenti del CdS;

o- relazione del NdV sulla rilevazione delle opinioni degli studenti sulle attività didattiche (30 aprile);

- maggio:

- o- rilevazione delle opinioni degli studenti sulle attività didattiche (secondo semestre);
- o- chiusura SUA-CdS (scadenza interna per permettere la revisione delle Schede);

- giugno:

- o- pubblicazione indicatori ANVUR (30 giugno);
- o- chiusura SUA-CdS, secondo le scadenze comunicate dal Ministero;

- luglio:

- o- invio risultati della rilevazione delle opinioni degli studenti sulle attività didattiche e analisi dei dati a cura dei diversi attori;

- settembre:

- o- incontri tra i docenti titolari degli insegnamenti dei singoli Corsi di studio, con condivisione sui contenuti degli insegnamenti;
- o- SMA (30 settembre);
- o- nomina/conferma docenti Gruppi AQ, da verbalizzarsi in occasione del Consiglio di Facoltà;

- ottobre:

- o- Relazione annuale del NdV per ANVUR (15 ottobre);

- novembre:

- o- incontri tra studenti Gruppo AQ e CPDS e studenti del CdS (primariamente rivolto a studenti del I anno);
- o- pubblicazione, ogni due anni, del Bando di selezione degli studenti nei Gruppi AQ e nelle CPDS;
- o- incontri di confronto annuale tra i Gruppi AQ e le rispettive Commissioni paritetiche docenti-studenti;

- dicembre:

- o- rilevazione delle opinioni degli studenti sulle attività didattiche (primo semestre);
- o- Relazione CPDS (10 dicembre).

Il Gruppo di gestione AQ prevede almeno sei incontri annuali istituiti al fine di verificare le intenzioni e i risultati delle attività previste.

Il Gruppo di gestione AQ riferisce l'esito della sua indagine e le eventuali proposte di modifica durante il Consiglio di Facoltà anche a fini di rapporti e schede.

I risultati dei lavori del Gruppo di gestione AQ si leggeranno nei rapporti e nelle schede di competenza.

Il Gruppo AQ procede con verifica delle azioni correttive proposte con il Consiglio di Facoltà, gli organi rappresentativi e gli Uffici IULM (Stage e Placement, Ufficio statistico, Presidio della qualità, Commissione paritetica, Segreteria studenti, ecc.).

Il Gruppo AQ partecipa con regolarità a riunioni e incontri di ateneo, volti alla formazione didattica, su standard procedurali (come quelli sulle modalità di consultazione degli stakeholders) e su ogni altro aspetto e benchmark riguardante la qualità.

Link inserito: <http://>



QUADRO D4

Riesame annuale

23/05/2025

Il Riesame Annuale coinvolge tutti i Cds dell'Ateneo e consiste nel monitoraggio, ad opera del Gruppo di AQ del CdS, di un set di indicatori resi disponibili dall'ANVUR. Tale attività è dettagliata nelle 'Linee guida per la compilazione della Scheda di Monitoraggio Annuale dei Corsi di studio' predisposta dal Presidio della qualità ad ottobre 2018 e aggiornate l'ultima volta nel luglio 2023

In particolare la stesura della Scheda di monitoraggio annuale consiste nella redazione di un sintetico commento degli

indicatori che ANVUR fornisce periodicamente agli Atenei. Tali indicatori quantitativi si riferiscono alle carriere degli studenti, all'attrattività e all'internazionalizzazione, all'occupabilità e alla soddisfazione dei laureati, alla quantità e qualificazione del corpo docente.

La Scheda di monitoraggio annuale è il documento di supporto al miglioramento dei CdS: lo scopo principale è quello di portare alla luce gli aspetti critici dei CdS, evidenziandoli in un commento che possa indicarne le cause e gli eventuali correttivi, in ottica anticipatoria del Riesame ciclico successivo.

Ogni CdS deve esaminare gli indicatori di interesse in relazione alle proprie caratteristiche e ai propri obiettivi, ponendo anche attenzione a eventuali significativi scostamenti dalle medie nazionali o macro-regionali di riferimento, al fine principale di rilevare tanto i propri punti di forza (individuando ad esempio quegli indicatori per i quali il confronto con i CdS della stessa Classe risulta maggiormente positivo), quanto le aree di miglioramento, e di pervenire, attraverso anche altri elementi di analisi, al riconoscimento di quelle situazioni critiche per le quali attivare le azioni correttive più opportune. Il commento agli indicatori dovrà essere sintetico, con approfondimenti solamente laddove necessario (situazioni critiche o in peggioramento).

Gli indicatori da commentare sono quelli estratti da ANVUR al 30 giugno o al 30 settembre di ogni anno (è necessario indicare quale versione si utilizza).

A supporto delle analisi del Gruppo AQ, l'Ufficio Statistico, valutazione e qualità fornisce periodicamente un Report statistico, redatto per ogni CdS dell'Ateneo e riportante dati e informazioni utili alle attività di autovalutazione: l'attrattività; gli esiti didattici; la laureabilità; gli stage e le esperienze di lavoro; l'esperienza all'estero; le opinioni degli studenti; le opinioni dei laureati; l'accompagnamento al mondo del lavoro (la condizione formativa e occupazionale dopo la laurea). Le ulteriori informazioni contenute all'interno del Report statistico possono essere utilizzate per visualizzare trend più recenti e a supporto delle analisi del Gruppo AQ, ma non va fatto riferimento ai dati forniti internamente.

La scadenza per la compilazione della Scheda di monitoraggio annuale è fissata al 31 dicembre di ogni anno.

Internamente la scadenza viene anticipata al 30 settembre, per permettere alle CPDS di prenderne visione prima della loro Relazione annuale.

La SMA deve essere preventivamente portata all'attenzione dei rispettivi Consigli di Facoltà per la condivisione collegiale di quanto descritto ed emerso dall'osservazione degli indicatori e l'assunzione degli eventuali impegni da essa derivanti, ma non necessita di approvazione da parte del Consiglio di Facoltà.

Il Rapporto di Riesame ciclico rappresenta invece il momento più importante di autovalutazione periodica dei Corsi di studio, durante il quale si analizzano criticamente gli obiettivi prefissati e si valutano i risultati raggiunti.

Il Rapporto di Riesame ciclico è lo strumento che permette ai Corsi di studio, alle Facoltà e all'Ateneo di verificare che l'offerta formativa sia allineata alle conoscenze disciplinari più avanzate e ai fabbisogni del contesto sociale ed economico, tenendo anche conto:

- dei cicli di studio successivi (compreso il Dottorato di ricerca);
- delle proposte di miglioramento pervenute da docenti, studenti e parti interessate;
- delle considerazioni espresse dalle Commissioni paritetiche docenti-studenti e dagli altri attori del Sistema di AQ dell'Ateneo,
- della condizione occupazionale dei laureati e delle osservazioni degli Alumni;
- degli esiti delle consultazioni periodiche delle parti interessate.

A tal fine il Rapporto di Riesame ciclico potrebbe anche evidenziare l'eventuale necessità di apportare modifiche agli obiettivi di formazione e del sistema di gestione utilizzato dal Corso di studio per conseguirli, giustificando la modifica di ordinamento del Corso di studio.

Il Rapporto di Riesame ciclico dei Corsi di studio è redatto dai Gruppi di gestione AQ dei Corsi, che si avvalgono dello schema predisposto da ANVUR nel 2023 e deve essere formalmente approvato dal Consiglio di Facoltà. Il Rapporto deve essere trasmesso al Presidio della qualità, che ne verifica la correttezza formale e lo trasmette alle Commissioni paritetiche docenti-studenti, al Nucleo di valutazione e ad ANVUR.

Negli anni successivi alla redazione del Rapporto di Riesame ciclico i Gruppi di gestione AQ monitorano lo stato di avanzamento e l'efficacia delle azioni correttive intraprese. L'attività di Riesame ciclico è dettagliata nelle Linee guida dedicate predisposte dal Presidio della qualità a giugno 2024.

Link inserito: <http://>



12/06/2023

La progettazione del CdS ha richiesto una costante consultazione delle parti interessate. 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. Tutti i rispondenti (fondazioni e associazioni culturali, agenzie viaggio, alberghi nelle persone dei loro amministratori, dei ruoli di marketing e responsabili delle relazioni esterne) dichiarano, con riferimento al piano degli studi, ai contenuti didattici e professionalizzanti e ai profili professionali, 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 proprietà richieste al neolaureato. Da quanto emerso, in sintesi, la necessità di maggiori approfondimenti e sviluppi su aspetti manageriali e culturali. Pertanto l'iter di modifica ha portato all'articolazione di un progetto formativo declinato in Scheda SUA, con una sostanziale variazione rispetto all'impianto formativo precedente (a.a.2019/20): si sono introdotti al terzo anno due indirizzi per rispondere alle esigenze del mondo delle professioni. Il Corso di Laurea Triennale in Turismo, management e cultura offre ai suoi laureati obiettivi formativi qualificanti relativamente alle discipline economiche, geografiche, antropologiche e sociologiche, nonché nelle materie culturali e giuridiche attinenti le interdipendenze settoriali del mercato turistico sostenibile e in continua evoluzione.

Il Corso di Laurea Triennale in Turismo, management e cultura offre una formazione in grado di rispondere alle diversificate prospettive di impiego che caratterizzano il settore turistico, uno dei pochi settori dell'economia in costante crescita in Italia e nel mondo. Il Corso di Laurea dà una solida preparazione di base per l'acquisizione di competenze professionali nei campi della gestione, dell'organizzazione dei servizi turistici e culturali, del marketing e della comunicazione, attraverso lo studio delle scienze economiche, sociali e territoriali. Accanto a questo profilo consolidato, il Corso di Laurea costruisce un percorso formativo innovativo, proiettato sugli scenari aperti della globalizzazione, nei quali il laureato IULM possa cogliere le potenzialità di sviluppo sia delle imprese, sia dei luoghi, in un orizzonte di sostenibilità e di attenzione ai patrimoni culturali. Alle conoscenze del management e del territorio, si affiancano numerosi strumenti capaci di rafforzare le risorse e le competenze personali: dalle nuove tecnologie (ICT) alle tecniche di promozione e fruizione dei beni e delle attività culturali, dagli strumenti di analisi della destinazione al diritto. Altro obiettivo già evidenziato dal gruppo AQ, e perseguito nel ripensamento dell'offerta formativa, è una maggiore preparazione degli studenti nella lingua inglese, per consentire loro di operare in realtà europee e internazionali.

Per rispondere al mondo delle professioni sulla base delle fonti consultate e degli interlocutori intervistati, si conferma l'opportunità di ripensare e diversificare il percorso formativo in modo da formare figure professionali in linea con l'evoluzione del settore del turismo. Le figure principali sono state individuate nelle consolidate professioni del turismo quali: funzioni marketing e commerciale nelle aziende e organizzazioni turistiche; gestione alberghiera, di villaggi turistici presso enti e associazioni; promotore di località turistiche presso enti e associazioni, sia nel settore pubblico che nel settore privato; programmatore e gestore di eventi per il turismo di svago e d'affari. Accanto alle professioni consolidate, il laureato, grazie a una formazione innovativa viene messo in condizione di costruire percorsi di accesso alla professione di manager dello sviluppo sostenibile dei territori e della cultura così come percorsi di autoimprenditorialità nel settore turistico.

Tali profili risultano coerenti con gli obiettivi formativi rispetto alle discipline di base economiche, geografiche e sociologiche, di chiara interdipendenza nel mercato turistico. I profili di sbocco corrispondono alla cultura organizzativa dei contesti lavorativi, in grado di assicurare competenze applicate e di mettere in condizione di operare in modo polivalente in ambito privato e pubblico. Questi profili professionalizzanti in uscita si occupano ad esempio dell'utilizzo di tecniche multimediali di promozione e fruizione dei beni e delle attività culturali e sono in grado di collocare le specifiche competenze nel contesto culturale, economico e sociale di scala locale, nazionale e internazionale, anche grazie all'utilizzo di almeno due lingue dell'Unione europea e con il supporto degli strumenti della comunicazione integrata.

▶ QUADRO D6

Eventuali altri documenti ritenuti utili per motivare l'attivazione del Corso di Studio

▶ QUADRO D7

Relazione illustrativa specifica per i Corsi di Area Sanitaria



Informazioni generali sul Corso di Studi

Università	Libera Università di lingue e comunicazione IULM-MI
Nome del corso in italiano	Turismo, management e cultura
Nome del corso in inglese	Tourism, management and culture
Classe	L-15 R - Scienze del turismo
Lingua in cui si tiene il corso	italiano
Eventuale indirizzo internet del corso di laurea	https://www.iulm.it/it/offerta-formativa/corsi-di-lauree-triennali/turismo-management-cultura/turismo-management-cultura
Tasse	https://www.iulm.it/it/orientamento-iscrizioni/tasse-e-contributi
Modalità di svolgimento	a. Corso di studio convenzionale



Corsi interateneo RAD



Questo campo dev'essere compilato solo per corsi di studi interateneo,

Un corso si dice "interateneo" quando gli Atenei partecipanti stipulano una convenzione finalizzata a disciplinare direttamente gli obiettivi e le attività formative di un unico corso di studi, che viene attivato congiuntamente dagli Atenei coinvolti, con uno degli Atenei che (anche a turno) segue la gestione amministrativa del corso. Gli Atenei coinvolti si accordano altresì sulla parte degli insegnamenti che viene attivata da ciascuno; deve essere previsto il rilascio a tutti gli studenti iscritti di un titolo di studio congiunto, doppio o multiplo.

Non sono presenti atenei in convenzione

Docenti di altre Università

Referenti e Strutture

Presidente (o Referente o Coordinatore) del CdS	SAINAGHI Ruggero
Organo Collegiale di gestione del corso di studio	Consiglio di Facoltà
Struttura didattica di riferimento ai fini amministrativi	Facoltà di Arti, moda e turismo

Docenti di Riferimento

N.	CF	COGNOME	NOME	SETTORE	MACRO SETTORE	QUALIFICA	PESO	INSEGNAMENTO ASSOCIATO
1.	BSNNGI70D51E951G	BESANA	Angela	SECS-P/01	13/A1	PA	1	
2.	CPNLRD55B20D643I	CAPANO	Leonardo	L-ART/03	10/B1	PA	1	
3.	CCESFN69S11H223O	CECI	Stefano		10/F2	ID	1	
4.	FRLGDU67M26B156P	FERILLI	Guido	SECS-P/06	13/A4	PA	1	
5.	MGGMRC67L06H501S	MAGGIOLI	Marco	M-GGR/01	11/B1	PO	1	
6.	MNZNGR62H66F205V	MANZATO	Anna Grazia	SPS/08	14/C2	RU	1	
7.	MRZGLC91T28F839T	MARUZZELLA	Gianluca		01/B1	ID	1	
8.	MRARGV65E27F205E	MAURI	Aurelio Giovanni	SECS-P/08	13/B2	PA	1	
9.	MRZMNC66P51E801O	MORAZZONI	Monica	M-GGR/01	11/B1	PA	1	

10. NTTRKE80P66A182C NOTTI Erika L-FIL-LET/01 10/D2 PA 1

✓ Tutti i requisiti docenti soddisfatti per il corso :

Turismo, management e cultura



Rappresentanti Studenti

COGNOME	NOME	EMAIL	TELEFONO
VENTURI	MATTEO	representanza.studentesca@iulm.it	
LEONTI	SALVATORE AURELIO	representanza.studentesca@iulm.it	



Gruppo di gestione AQ

COGNOME	NOME
BESANA	ANGELA
MANZATO	ANNA GRAZIA
SAINAGHI	RUGGERO



Tutor

COGNOME	NOME	EMAIL	TIPO
CAPANO	Leonardo		Docente di ruolo
BESANA	ANGELA		Docente di ruolo
MAGGIOLI	MARCO		Docente di ruolo
MORAZZONI	Monica		Docente di ruolo
MAURI	AURELIO GIOVANNI		Docente di ruolo
MANZATO	Anna Grazia		Docente di ruolo

SAINAGHI	Ruggero	Docente di ruolo
QUARATINO	Luca	Docente di ruolo

► Programmazione degli accessi

Programmazione nazionale (art.1 Legge 264/1999)	No
Programmazione locale	No

► Sede del Corso

Sede: 015146 - MILANO via carlo bo 1 20143	
Data di inizio dell'attività didattica	22/09/2025
Studenti previsti	200

► Eventuali Curriculum

Comunicazione del turismo	PDS1-2025
Management e organizzazione per il turismo	PDS2-2025

► Sede di riferimento Docenti, Figure Specialistiche e Tutor

Sede di riferimento DOCENTI

COGNOME	NOME	CODICE FISCALE	SEDE
MANZATO	Anna Grazia	MNZNGR62H66F205V	

MAURI	Aurelio Giovanni	MRARGV65E27F205E
CECI	Stefano	CCESFN69S11H223O
CAPANO	Leonardo	CPNLRD55B20D643I
MORAZZONI	Monica	MRZMNC66P51E801O
NOTTI	Erika	NTTRKE80P66A182C
BESANA	Angela	BSNNGI70D51E951G
FERILLI	Guido	FRLGDU67M26B156P
MAGGIOLI	Marco	MGGMRC67L06H501S
MARUZZELLA	Gianluca	MRZGLC91T28F839T

Sede di riferimento FIGURE SPECIALISTICHE

COGNOME	NOME	SEDE
---------	------	------

Figure specialistiche del settore non indicate

Sede di riferimento TUTOR

COGNOME	NOME	SEDE
CAPANO	Leonardo	
BESANA	ANGELA	
MAGGIOLI	MARCO	
MORAZZONI	Monica	
MAURI	AURELIO GIOVANNI	
MANZATO	Anna Grazia	
SAINAGHI	Ruggero	
QUARATINO	Luca	



Altre Informazioni

R^aD



Codice interno all'ateneo del corso	365^2025	
Massimo numero di crediti riconoscibili	48	max 48 CFU, da DM 931 del 4 luglio 2024

Numero del gruppo di affinità 1



Date delibere di riferimento

R^aD



Data del decreto di accreditamento dell'ordinamento didattico	15/06/2015
Data di approvazione della struttura didattica	23/10/2024
Data di approvazione del senato accademico/consiglio di amministrazione	28/10/2024
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	



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 (apprendosi 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.



Relazione Nucleo di Valutazione per accreditamento



*La relazione completa del NdV necessaria per la procedura di accreditamento dei corsi di studio deve essere inserita nell'apposito spazio all'interno della scheda SUA-CdS denominato "Relazione Nucleo di Valutazione per accreditamento" entro e non oltre il 28 febbraio di ogni anno **SOLO per i corsi di nuova istituzione**. La relazione del Nucleo può essere redatta seguendo i criteri valutativi, di seguito riepilogati, dettagliati nelle linee guida ANVUR per l'accREDITAMENTO iniziale dei Corsi di Studio di nuova attivazione, consultabili sul sito dell'ANVUR*

Linee guida ANVUR

- 1. Motivazioni per la progettazione/attivazione del CdS*
- 2. Analisi della domanda di formazione*
- 3. Analisi dei profili di competenza e dei risultati di apprendimento attesi*
- 4. L'esperienza dello studente (Analisi delle modalità che verranno adottate per garantire che l'andamento delle attività formative e dei risultati del CdS sia coerente con gli obiettivi e sia gestito correttamente rispetto a criteri di qualità con un forte impegno alla collegialità da parte del corpo docente)*
- 5. Risorse previste*
- 6. Assicurazione della Qualità*

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 del parere del comitato regionale di coordinamento

R^{AD}



Certificazione sul materiale didattico e servizi offerti [corsi telematici]

R^{ad}

Offerta didattica erogata

	Sede	Coorte	CUIN	Insegnamento	Settori insegnamento	Docente	Settore docente	Ore di didattica assistita
1	015146	2024	582500156	ANTROPOLOGIA CULTURALE (modulo di TERRITORIO E CULTURA) <i>semestrale</i>	M-DEA/01	Giacomo POZZI <i>Ricercatore a t.d.-t.pieno (L. 79/2022)</i>	M-DEA/01	48
2	015146	2024	582500955	ANTROPOLOGIA DELL'IMMAGINARIO MEDIORIENTALE <i>semestrale</i>	M-DEA/01	Barbara GHIRINGHELLI CV		48
3	015146	2023	582500959	CINEMA E SVILUPPO TURISTICO <i>semestrale</i>	L-ART/06	Francesco Fabio CLERICI <i>Attivita' di insegnamento (art. 23 L. 240/10)</i>	L-ART/06	48
4	015146	2024	582500157	CIVILTA' DEL MEDITERRANEO (modulo di PATRIMONI CULTURALI PER IL TURISMO) <i>semestrale</i>	L-FIL-LET/01	Docente di riferimento Erika NOTTI CV <i>Professore Associato (L. 240/10)</i>	L-FIL-LET/01	48
5	015146	2024	582500951	COMUNICAZIONE POLITICA <i>semestrale</i>	M-FIL/06	Mauro CRIPPA		24
6	015146	2024	582500951	COMUNICAZIONE POLITICA <i>semestrale</i>	M-FIL/06	Emilio MAZZA CV <i>Professore Associato (L. 240/10)</i>	M-FIL/06	24
7	015146	2024	582500956	CULTURE ISPANICHE <i>semestrale</i>	L-LIN/07	Chiara SINATRA CV <i>Professore Associato (L. 240/10)</i> <i>Università degli Studi di ROMA "Tor Vergata"</i>	L-LIN/07	48
8	015146	2023	582500103	DESTINATION BRANDING <i>semestrale</i>	SPS/08	Docente di riferimento Anna Grazia MANZATO CV <i>Ricercatore confermato</i>	SPS/08	24
9	015146	2023	582500103	DESTINATION BRANDING <i>semestrale</i>	SPS/08	Claudia COZZIO <i>Ricercatore a t.d. - t.pieno (art. 24 c.3-a L. 240/10)</i> <i>Libera</i>	SECS-P/08	24

10	015146	2024	582500161	DESTINATION MANAGEMENT <i>semestrale</i>	SECS-P/07	Manuela DE CARLO CV Professore Ordinario (L. 240/10)	SECS-P/07	48
11	015146	2024	582500155	DIRITTO DEL TURISMO <i>semestrale</i>	IUS/10	Antonella SAU CV Professore Associato (L. 240/10)	IUS/10	48
12	015146	2023	582500960	ECONOMIA APPLICATA PER ARTI E TURISMO <i>semestrale</i>	SECS-P/01	Docente di riferimento Angela BESANA CV Professore Associato confermato	SECS-P/01	48
13	015146	2023	582500954	ECONOMIA CREATIVA E SVILUPPO DEL TERRITORIO <i>semestrale</i>	SECS-P/06	Docente di riferimento Guido FERILLI CV Professore Associato (L. 240/10)	SECS-P/06	48
14	015146	2024	582500958	ETNOLINGUISTICA: CULTURE DELL'AFRICA <i>semestrale</i>	L-LIN/01	Giovanna ROCCA CV Professore Ordinario	L-LIN/01	48
15	015146	2025	582500469	GEOGRAFIA CULTURALE <i>semestrale</i>	M-GGR/01	Docente di riferimento Marco MAGGIOLI CV Professore Ordinario (L. 240/10)	M-GGR/01	48
16	015146	2023	582500104	GESTIONE DELLE RISORSE UMANE <i>semestrale</i>	SECS-P/10	Luca QUARATINO CV Ricercatore confermato	SECS-P/10	24
17	015146	2023	582500104	GESTIONE DELLE RISORSE UMANE <i>semestrale</i>	SECS-P/10	Samantha SARRACINO		24
18	015146	2024	582500952	GOVERNANCE E RELAZIONI INTERNAZIONALI NEL TURISMO <i>semestrale</i>	SPS/04	Armando PERES CV		48
19	015146	2025	582500470	IL SISTEMA ECONOMICO DEL TURISMO <i>semestrale</i>	SECS-P/01	Docente di riferimento Angela BESANA CV Professore Associato confermato	SECS-P/01	48
20	015146	2025	582500466	INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGY FOR	INF/01	Anita Rosa Maria LONGO CV		48

TOURISM
semestrale

21	015146	2025	582500472	INTELLIGENZA ARTIFICIALE E TURISMO <i>semestrale</i>	INF/01	Docente di riferimento Gianluca MARUZZELLA CV <i>Attività di insegnamento (art. 23 L. 240/10)</i>		72
22	015146	2024	582500160	LINGUA E CULTURA FRANCESE	L-LIN/04	Scuola Superiore Per Mediatori Linguistici SSML "CARLO BO" CV		80
23	015146	2024	582500165	LINGUA E CULTURA SPAGNOLA	L-LIN/07	Scuola Superiore Per Mediatori Linguistici SSML "CARLO BO" CV		80
24	015146	2024	582500163	LINGUA E CULTURA TEDESCA	L-LIN/14	Scuola Superiore Per Mediatori Linguistici SSML "CARLO BO" CV		80
25	015146	2025	582500471	MANAGEMENT DELLE AZIENDE TURISTICHE <i>semestrale</i>	SECS-P/07	Manuela DE CARLO CV <i>Professore Ordinario (L. 240/10)</i>	SECS- P/07	48
26	015146	2024	582500166	MARKETING E COMUNICAZIONE DEL TURISMO <i>semestrale</i>	SECS-P/08	Docente di riferimento Aurelio Giovanni MAURI CV <i>Professore Associato confermato</i>	SECS- P/08	48
27	015146	2024	582500166	MARKETING E COMUNICAZIONE DEL TURISMO <i>semestrale</i>	SECS-P/08	Martha Mary FRIEL CV <i>Professore Associato (L. 240/10)</i>	SECS- P/08	24
28	015146	2025	582500468	MEDIA DIGITALI E TURISMO <i>semestrale</i>	ICAR/13	Andrea ROSSI CV		48
29	015146	2023	582500107	PLATFORM ECONOMY E TURISMO <i>semestrale</i>	SPS/09	Roberta MINAZZI <i>Professore Associato (L. 240/10) Università degli Studi INSUBRIA Varese-Como</i>	SECS- P/08	48
30	015146	2024	582500158	POLITICHE TERRITORIALI	M-GGR/01	Docente di riferimento	M- GGR/01	24

				(modulo di TERRITORIO E CULTURA) <i>semestrale</i>		Marco MAGGIOLI CV Professore Ordinario (L. 240/10)		
31	015146	2024	582500158	POLITICHE TERRITORIALI (modulo di TERRITORIO E CULTURA) <i>semestrale</i>	M-GGR/01	Docente di riferimento Monica MORAZZONI CV Professore Associato (L. 240/10)	M-GGR/01	24
32	015146	2024	582500159	PROFESSIONAL ENGLISH II	L-LIN/12	Scuola Superiore Per Mediatori Linguistici SSML "CARLO BO" CV		120
33	015146	2023	582500114	PROFESSIONAL ENGLISH III	L-LIN/12	Scuola Superiore Per Mediatori Linguistici SSML "CARLO BO" CV		120
34	015146	2025	582500474	PSICOLOGIA E SOCIOLOGIA DEL TURISMO <i>semestrale</i>	M-PSI/06	Docente di riferimento Anna Grazia MANZATO CV Ricercatore confermato	SPS/08	24
35	015146	2025	582500474	PSICOLOGIA E SOCIOLOGIA DEL TURISMO <i>semestrale</i>	M-PSI/06	Massimo BUSTREO CV Attivita' di insegnamento (art. 23 L. 240/10)	M-PSI/01	24
36	015146	2025	582500474	PSICOLOGIA E SOCIOLOGIA DEL TURISMO <i>semestrale</i>	M-PSI/06	Maria Angela POLESANA CV Professore Associato (L. 240/10)	SPS/08	24
37	015146	2023	582500950	RETI TERRITORIALI PER IL TURISMO SOSTENIBILE <i>semestrale</i>	SPS/10	Margherita BOZZANO CV Attivita' di insegnamento (art. 23 L. 240/10)	M-GGR/02	48
38	015146	2023	582500108	REVENUE MANAGEMENT <i>semestrale</i>	SECS-P/08	Docente di riferimento Aurelio Giovanni MAURI CV Professore Associato confermato	SECS-P/08	48
39	015146	2025	582500473	RICERCA SOCIALE E TURISMO <i>semestrale</i>	SECS-S/01	Anna SCUTTARI CV Professore Associato (L. 240/10)	SECS-P/07	48

40	015146	2025	582500473	RICERCA SOCIALE E TURISMO <i>semestrale</i>	SECS-S/01	Giorgio TAVANO BLESSI CV <i>Ricercatore a t.d. - t.pieno (art. 24 c.3-a L. 240/10)</i>	SPS/10	24
41	015146	2024	582500953	SERVICES QUALITY MANAGEMENT <i>semestrale</i>	SECS-P/08	Docente di riferimento Aurelio Giovanni MAURI CV <i>Professore Associato confermato</i>	SECS-P/08	24
42	015146	2024	582500953	SERVICES QUALITY MANAGEMENT <i>semestrale</i>	SECS-P/08	Roberta MINAZZI <i>Professore Associato (L. 240/10) Università degli Studi INSUBRIA Varese-Como</i>	SECS-P/08	24
43	015146	2025	582500467	STORIA CONTEMPORANEA <i>semestrale</i>	M-STO/04	Massimo DE GIUSEPPE CV <i>Professore Ordinario (L. 240/10)</i>	M-STO/04	48
44	015146	2025	582500467	STORIA CONTEMPORANEA <i>semestrale</i>	M-STO/04	Carolina ORSINI CV		24
45	015146	2024	582500167	STORIA DELL'ARTE (modulo di PATRIMONI CULTURALI PER IL TURISMO) <i>semestrale</i>	L-ART/03	Docente di riferimento Leonardo CAPANO CV <i>Professore Associato confermato</i>	L-ART/03	48
46	015146	2024	582500167	STORIA DELL'ARTE (modulo di PATRIMONI CULTURALI PER IL TURISMO) <i>semestrale</i>	L-ART/03	Simona MORETTI CV <i>Professore Ordinario (L. 240/10)</i>	L-ART/01	24
47	015146	2023	582500115	STORYTELLING <i>semestrale</i>	L-FIL-LET/11	Docente di riferimento Stefano CECI CV <i>Attivita' di insegnamento (art. 23 L. 240/10)</i>		48
48	015146	2023	582500111	STRATEGIE E GOVERNANCE DEL TURISMO <i>semestrale</i>	SECS-P/08	Docente di riferimento Angela BESANA CV <i>Professore Associato confermato</i>	SECS-P/01	24
49	015146	2023	582500111	STRATEGIE E GOVERNANCE DEL	SECS-P/08	Ruggero SAINAGHI CV	SECS-P/07	24

				TURISMO semestrale		<i>Professore Associato confermato</i>			
50	015146	2023	582500961	TECNOLOGIE IMMERSIVE (VR E AR): NUOVE FRONTIERE PER LA VALORIZZAZIONE DEL TURISMO CULTURALE semestrale	L-ART/06	Simona PEZZANO CV		48	
51	015146	2023	582500118	TRAVEL BLOGGING semestrale	L-ART/06	Fabio LIGGERI CV		48	
52	015146	2023	582500105	TURISMO URBANO E SOSTENIBILITA' semestrale	M-GGR/02	Docente di riferimento Monica MORAZZONI CV <i>Professore Associato (L. 240/10)</i>	M- GGR/01	48	
53	015146	2023	582500957	VALORIZZAZIONE DEL PATRIMONIO ARTISTICO E ARCHEOLOGICO semestrale	L-FIL-LET/01	Docente di riferimento Erika NOTTI CV <i>Professore Associato (L. 240/10)</i>	L-FIL- LET/01	48	
								ore totali	2352

Navigatore Repliche		
Tipo	Cod. Sede	Descrizione Sede Replica
PRINCIPALE		

Curriculum: Comunicazione del turismo

Attività di base	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
Discipline econo-aziendali, statistiche e giuridiche	SECS-P/07 Economia aziendale	18	18	18 - 24
	↳ <i>MANAGEMENT DELLE AZIENDE TURISTICHE (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>			
	↳ <i>STRATEGIE E PERFORMANCE DEL TURISMO (3 anno) - 6 CFU - obbl</i>			
	SECS-S/01 Statistica			
	↳ <i>RICERCA SOCIALE E TURISMO (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>			
Discipline sociali e territoriali	M-GGR/01 Geografia	18	18	12 - 24
	↳ <i>GEOGRAFIA CULTURALE (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>			
	↳ <i>POLITICHE TERRITORIALI (2 anno) - 6 CFU - obbl</i>			
	M-GGR/02 Geografia economico-politica			
	↳ <i>TURISMO URBANO E SOSTENIBILITA' (3 anno) - 6 CFU - obbl</i>			
Discipline linguistiche	L-LIN/12 Lingua e traduzione - lingua inglese	6	6	6 - 12
	↳ <i>ENGLISH FOR CORPORATE SKILLS (2 anno) - 6 CFU - obbl</i>			
Minimo di crediti riservati dall'ateneo: - (minimo da D.M. 30)				
Totale attività di Base			42	36 - 60

Attività caratterizzanti	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
Discipline dell'organizzazione dei servizi turistici	<p>INF/01 Informatica</p> <hr/> <p>↳ <i>INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGY FOR TOURISM (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i></p> <hr/> <p>M-PSI/06 Psicologia del lavoro e delle organizzazioni</p> <hr/> <p>↳ <i>PSICOLOGIA E SOCIOLOGIA DEL TURISMO (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i></p> <hr/>	12	12	12 - 24
Discipline sociologiche, psicologiche e antropologiche	<p>M-DEA/01 Discipline demoetnoantropologiche</p> <hr/> <p>↳ <i>ANTROPOLOGIA CULTURALE (2 anno) - 6 CFU - obbl</i></p> <hr/> <p>SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi</p> <hr/> <p>↳ <i>DESTINATION BRANDING (3 anno) - 6 CFU - obbl</i></p> <hr/>	12	12	12 - 18
Discipline economiche e aziendali	<p>SECS-P/01 Economia politica</p> <hr/> <p>↳ <i>IL SISTEMA ECONOMICO DEL TURISMO (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i></p> <hr/> <p>SECS-P/07 Economia aziendale</p> <hr/> <p>↳ <i>DESTINATION MANAGEMENT (2 anno) - 6 CFU - obbl</i></p> <hr/> <p>SECS-P/08 Economia e gestione delle imprese</p> <hr/> <p>↳ <i>MARKETING E COMUNICAZIONE DEL TURISMO (2 anno) - 9 CFU - obbl</i></p> <hr/>	21	21	18 - 30
Discipline storico-artistiche	<p>L-ART/03 Storia dell'arte contemporanea</p> <hr/> <p>↳ <i>CITTA' D'ARTE (2 anno) - 6 CFU - obbl</i></p> <hr/> <p>L-ART/06 Cinema, fotografia e televisione</p> <hr/> <p>↳ <i>TRAVEL BLOGGING (3 anno) - 6 CFU - obbl</i></p> <hr/>	27	27	12 - 30

L-FIL-LET/11 Letteratura italiana contemporanea			
↳ <i>STORYTELLING (3 anno) - 6 CFU - obbl</i>			
M-STO/04 Storia contemporanea			
↳ <i>STORIA CONTEMPORANEA (1 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i>			
Minimo di crediti riservati dall'ateneo: - (minimo da D.M. 60)			
Totale attività caratterizzanti		72	60 - 102

Attività affini	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
Attività formative affini o integrative	ICAR/13 Disegno industriale	18	18	18 - 24 min 18
	↳ <i>MEDIA DIGITALI E TURISMO (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>			
	IUS/10 Diritto amministrativo			
	↳ <i>DIRITTO DEL TURISMO (2 anno) - 6 CFU - obbl</i>			
	L-FIL-LET/01 Civiltà egee			
	↳ <i>CIVILTÀ DEL MEDITERRANEO (2 anno) - 6 CFU - obbl</i>			
Totale attività Affini			18	18 - 24

Altre attività		CFU	CFU Rad
A scelta dello studente		18	18 - 18
Per la prova finale e la lingua straniera (art. 10, comma 5, lettera c)	Per la prova finale	3	3 - 6
	Per la conoscenza di almeno una lingua straniera	0	0 - 6
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	6 - 12
	Abilità informatiche e telematiche	9	0 - 9

	Tirocini formativi e di orientamento	6	0 - 6
	Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro	6	0 - 6
Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. d		6	
Per stages e tirocini presso imprese, enti pubblici o privati, ordini professionali		0	0 - 6
Totale Altre Attività		48	27 - 69

CFU totali per il conseguimento del titolo	180	
CFU totali inseriti nel curriculum <i>Comunicazione del turismo</i>:	180	141 - 255

Navigatore Repliche			
	Tipo	Cod. Sede	Descrizione Sede Replica
	PRINCIPALE		

Curriculum: Management e organizzazione per il turismo

Attività di base	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
Discipline econo-aziendali, statistiche e giuridiche	SECS-P/07 Economia aziendale	18	18	18 - 24
	↳ <i>MANAGEMENT DELLE AZIENDE TURISTICHE (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>			
	↳ <i>STRATEGIE E PERFORMANCE DEL TURISMO (3 anno) - 6 CFU - obbl</i>			
Discipline sociali e territoriali	SECS-S/01 Statistica	18	18	12 - 24
	↳ <i>RICERCA SOCIALE E TURISMO (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>			
	M-GGR/01 Geografia			
	↳ <i>GEOGRAFIA CULTURALE (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>			
	↳ <i>POLITICHE TERRITORIALI (2 anno) - 6 CFU - obbl</i>			

	M-GGR/02 Geografia economico-politica ↳ <i>TURISMO URBANO E SOSTENIBILITA' (3 anno) - 6 CFU - obbl</i>			
Discipline linguistiche	L-LIN/12 Lingua e traduzione - lingua inglese ↳ <i>ENGLISH FOR CORPORATE SKILLS (2 anno) - 6 CFU - obbl</i>	6	6	6 - 12
Minimo di crediti riservati dall'ateneo: - (minimo da D.M. 30)				
Totale attività di Base			42	36 - 60

Attività caratterizzanti	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
Discipline dell'organizzazione dei servizi turistici	INF/01 Informatica ↳ <i>INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGY FOR TOURISM (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>			
	M-PSI/06 Psicologia del lavoro e delle organizzazioni ↳ <i>PSICOLOGIA E SOCIOLOGIA DEL TURISMO (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>	18	18	12 - 24
	SECS-P/10 Organizzazione aziendale ↳ <i>GESTIONE DELLE RISORSE UMANE (3 anno) - 6 CFU - obbl</i>			
Discipline sociologiche, psicologiche e antropologiche	M-DEA/01 Discipline demoetnoantropologiche ↳ <i>ANTROPOLOGIA CULTURALE (2 anno) - 6 CFU - obbl</i>	12	12	12 - 18
	SPS/09 Sociologia dei processi economici e del lavoro ↳ <i>PLATFORM ECONOMY E TURISMO (3 anno) - 6 CFU - obbl</i>			
Discipline economiche e aziendali	SECS-P/01 Economia politica ↳ <i>IL SISTEMA ECONOMICO DEL TURISMO (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>	27	27	18 - 30

	<p>SECS-P/07 Economia aziendale</p> <hr/> <p>↳ <i>DESTINATION MANAGEMENT (2 anno) - 6 CFU - obbl</i></p> <hr/> <p>SECS-P/08 Economia e gestione delle imprese</p> <hr/> <p>↳ <i>MARKETING E COMUNICAZIONE DEL TURISMO (2 anno) - 9 CFU - obbl</i></p> <hr/> <p>↳ <i>REVENUE MANAGEMENT (3 anno) - 6 CFU - obbl</i></p> <hr/>			
Discipline storico-artistiche	<p>L-ART/03 Storia dell'arte contemporanea</p> <hr/> <p>↳ <i>CITTA' D'ARTE (2 anno) - 6 CFU - obbl</i></p> <hr/> <p>M-STO/04 Storia contemporanea</p> <hr/> <p>↳ <i>STORIA CONTEMPORANEA (1 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i></p> <hr/>	15	15	12 - 30
Minimo di crediti riservati dall'ateneo: - (minimo da D.M. 60)				
Totale attività caratterizzanti			72	60 - 102

Attività affini	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
Attività formative affini o integrative	<p>ICAR/13 Disegno industriale</p> <hr/> <p>↳ <i>MEDIA DIGITALI E TURISMO (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i></p> <hr/>	18	18	18 - 24 min 18
	<p>IUS/10 Diritto amministrativo</p> <hr/> <p>↳ <i>DIRITTO DEL TURISMO (2 anno) - 6 CFU - obbl</i></p> <hr/>			
	<p>L-FIL-LET/01 Civiltà egee</p> <hr/> <p>↳ <i>CIVILTÀ DEL MEDITERRANEO (2 anno) - 6 CFU - obbl</i></p> <hr/>			
Totale attività Affini			18	18 - 24

Altre attività		CFU	CFU Rad
A scelta dello studente		18	18 - 18
Per la prova finale e la lingua straniera (art. 10, comma 5, lettera c)	Per la prova finale	3	3 - 6
	Per la conoscenza di almeno una lingua straniera	0	0 - 6
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	6 - 12
	Abilità informatiche e telematiche	9	0 - 9
	Tirocini formativi e di orientamento	6	0 - 6
	Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro	6	0 - 6
Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. d		6	
Per stages e tirocini presso imprese, enti pubblici o privati, ordini professionali		0	0 - 6
Totale Altre Attività		48	27 - 69

CFU totali per il conseguimento del titolo	180	
CFU totali inseriti nel curriculum <i>Management e organizzazione per il turismo</i>:	180	141 - 255

Navigatore Repliche			
	Tipo	Cod. Sede	Descrizione Sede Replica
	PRINCIPALE		



Raggruppamento settori

per modificare il raggruppamento dei settori



Attività di base R^{AD}

ambito disciplinare	settore	CFU		minimo da D.M. per l'ambito
		min	max	
Discipline econo-aziendali, statistiche e giuridiche	SECS-P/07 Economia aziendale SECS-P/08 Economia e gestione delle imprese SECS-S/01 Statistica	18	24	12
Discipline sociali e territoriali	M-GGR/01 Geografia M-GGR/02 Geografia economico-politica SPS/10 Sociologia dell'ambiente e del territorio	12	24	6
Discipline 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 R^{AD}

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	12	24	6
	SECS-S/05 Statistica sociale			
Discipline sociologiche, psicologiche e antropologiche	M-DEA/01 Discipline demoetnoantropologiche			
	M-PSI/01 Psicologia generale			
	SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi	12	18	6
	SPS/09 Sociologia dei processi economici e del lavoro			
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	12
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	12	30	12
	L-FIL-LET/10 Letteratura italiana			
	L-FIL-LET/11 Letteratura italiana contemporanea			
M-STO/04 Storia contemporanea				
Minimo di crediti riservati dall'ateneo minimo da D.M. 60:				-
Totale Attività Caratterizzanti				60 - 102



Attività affini

R^aD

ambito disciplinare	CFU		minimo da D.M. per l'ambito
	min	max	
Attività formative affini o integrative	18	24	18
Totale Attività Affini			18 - 24



Altre attività

R^aD

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	0	6
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	0	9
	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	6		
Per stages e tirocini presso imprese, enti pubblici o privati, ordini professionali	0	6	

**Riepilogo CFU**
R^aD**CFU totali per il conseguimento del titolo****180**

Range CFU totali del corso

141 - 255

**Comunicazioni dell'ateneo al CUN**
R^aD

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.

**Motivi dell'istituzione di più corsi nella classe**
R^aD**Note relative alle attività di base**
R^aD**Note relative alle attività caratterizzanti**
R^aD

