



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:1592324</i>)
Nome del corso in inglese	Tourism, management and culture
Classe	L-15 - 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	MAGGIOLI Marco
Organo Collegiale di gestione del corso di studio	Consiglio di Facoltà
Struttura didattica di riferimento ai fini amministrativi	Facoltà di ARTI e TURISMO

Docenti di Riferimento

N.	COGNOME	NOME	SETTORE	QUALIFICA	PESO	TIPO SSD
1.	ARBORE	Claudio		ID	1	
2.	BESANA	Angela		PA	1	
3.	BOZZANO	Margherita		ID	1	

4.	CAPANO	Leonardo	PA	1
5.	DE GIUSEPPE	Massimo	PO	1
6.	MAGGIOLI	Marco	PO	1
7.	MAURI	Aurelio Giovanni	PA	1
8.	MORAZZONI	Monica	RU	1
9.	NOTTI	Erika	PA	1
10.	PECORELLI	Valeria	RD	1

Rappresentanti Studenti	STRIANO EMILIA rappresentanza.studentesca@iulm.it CALDERINI MASSIMO rappresentanza.studentesca@iulm.it CERIA MANUEL rappresentanza.studentesca@iulm.it
Gruppo di gestione AQ	ANGELA BESANA MARCO MAGGIOLI ANTONIO ENRICO RUTIGLIANO GIORGIO TAVANO BLESSI MARTINA TREU
Tutor	ANGELA BESANA MARCO MAGGIOLI AURELIO GIOVANNI MAURI MARTINA TREU Leonardo CAPANO Luca QUARATINO Monica MORAZZONI Anna Grazia MANZATO Giorgio TAVANO BLESSI



Il Corso di Studio in breve

05/05/2023

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 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 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.

Il Corso di Laurea si articola al terzo anno in due percorsi di 'comunicazione del turismo' e di 'management e organizzazione per il 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 condideranno 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 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 inserisce in contesti di sviluppo sostenibile, di dialogo interculturale e di valorizzazione sostenibile quanto appreso, in linea con le norme e le direttive europee ed internazionali, 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)

12/06/2023

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.

Durante la pandemia si è dato particolare rilievo alle osservazioni dei tutor aziendali di stage, che hanno comunicato il problem solving e il saper lavorare in squadra come due competenze essenziali. L'analisi di settore è stata accompagnata dall'analisi delle dinamiche dell'istruzione universitaria nella contingente crisi sanitaria, con la lettura di fonti internazionali come la nona Indagine Eurostudent 2019-2021 sulle condizioni di vita e di studio degli studenti iscritti nell'anno accademico 2019 – 2020 ai corsi di laurea, di laurea magistrale o di laurea magistrale a ciclo unico delle università italiane e l'edizione 2021 del Rapporto dell'OCSE "Education at a glance".

In particolare 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.



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.



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. Organizzatori di convegni e ricevimenti - (3.4.1.2.2)
4. Animatori turistici e professioni assimilate - (3.4.1.3.0)
5. Agenti di viaggio - (3.4.1.4.0)
6. Guide ed accompagnatori naturalistici e sportivi - (3.4.1.5.1)



QUADRO A3.a

Conoscenze richieste per l'accesso

17/02/2020

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

05/05/2023

Per accedere al CdS 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, ed è previsto un test di ammissione aperto sia ai candidati in possesso di un diploma di Scuola Secondaria Superiore sia agli studenti frequentanti il quarto e quinto anno di Scuola Secondaria Superiore. Le conoscenze richieste e raccomandate in ingresso sono descritte nella documentazione on line e cartacea (Guida introduttiva ai corsi di laurea triennale e magistrale) e pubblicizzate nel corso degli open day.

Malgrado non siano necessarie conoscenze specifiche, è richiesta un'adeguata capacità espressiva, sia scritta che orale, ed una discreta conoscenza della lingua inglese.

Il test di ammissione verte su: Inglese, storia contemporanea, geografia, economia del turismo, comprensione del testo, grammatica italiana e sintassi, ragionamento critico verbale, ragionamento numerico e ragionamento logico.

Il test non è selettivo, ma può comportare l'attribuzione di Obblighi Formativi Aggiuntivi. Le modalità operative per l'ammissione sono esplicitate nel regolamento didattico del Corso di studi, ove sono altresì indicati gli Obblighi Formativi Aggiuntivi (OFA) e le relative modalità di recupero nel caso in cui i risultati della prova individuino carenze o lacune.

L'idoneità OFA di Economia è conseguita mediante la frequenza dei corsi OFA e il superamento dell'esame di Sistema economico per il turismo entro il I anno di iscrizione; l'idoneità OFA di Geografia è conseguita mediante la frequenza dei corsi OFA e il superamento dell'esame di Geografia entro il I anno di iscrizione; l'idoneità OFA di Storia contemporanea è conseguita mediante la frequenza dei corsi OFA e il superamento dell'esame di Storia contemporanea entro il primo anno di iscrizione.



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.

<p>Conoscenza e capacità di comprensione</p>	<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 lavori di gruppo, prove intermedie e esami finali degli insegnamenti.</p>	
<p>Capacità di applicare conoscenza e comprensione</p>	<p>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.</p> <p>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</p>	

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 BRANDING [url](#)

DESTINATION MANAGEMENT [url](#)

DIRITTO DEL TURISMO [url](#)

GESTIONE DELLE RISORSE UMANE [url](#)

IL SISTEMA ECONOMICO DEL TURISMO [url](#)

MANAGEMENT DELLE AZIENDE TURISTICHE [url](#)

MARKETING E COMUNICAZIONE DEL TURISMO [url](#)

PLATFORM ECONOMY E TURISMO [url](#)

REVENUE MANAGEMENT [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. Capacità di presidiare i fondamentali step dell'organizzazione degli eventi.

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

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

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

GESTIONE DELLE RISORSE UMANE [url](#)
INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGY FOR TOURISM [url](#)
MEDIA DIGITALI E TURISMO [url](#)
PSICOLOGIA E SOCIOLOGIA DEL TURISMO [url](#)
RICERCA SOCIALE E TURISMO [url](#)
STORYTELLING [url](#)
TRAVEL BLOGGING [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](#)

DESTINATION BRANDING [url](#)

GEOGRAFIA CULTURALE [url](#)

IL SISTEMA ECONOMICO DEL TURISMO [url](#)

PATRIMONI CULTURALI PER IL TURISMO [url](#)

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

STRATEGIE E GOVERNANCE DEL TURISMO [url](#)

STRATEGIE E GOVERNANCE DEL TURISMO [url](#)

TERRITORIO E CULTURA [url](#)

TRAVEL BLOGGING [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](#)

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

CIVILTÀ DEL MEDITERRANEO (*modulo di PATRIMONI CULTURALI PER IL TURISMO*) [url](#)

PATRIMONI CULTURALI PER IL TURISMO [url](#)

STORIA CONTEMPORANEA [url](#)

STORIA DELL'ARTE (*modulo di PATRIMONI CULTURALI PER IL TURISMO*) [url](#)

STORYTELLING [url](#)

TRAVEL BLOGGING [url](#)

TURISMO URBANO E SOSTENIBILITÀ [url](#)

TURISMO URBANO E SOSTENIBILITÀ [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](#)

LINGUA E CULTURA FRANCESE [url](#)

LINGUA E CULTURA SPAGNOLA [url](#)

LINGUA E CULTURA TEDESCA [url](#)

PROFESSIONAL ENGLISH I [url](#)

PROFESSIONAL ENGLISH II [url](#)

PROFESSIONAL ENGLISH III [url](#)

PROFESSIONAL ENGLISH III [url](#)

Conoscenza e comprensione

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

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



QUADRO A4.c

Autonomia di giudizio
Abilità comunicative
Capacità di apprendimento

Autonomia di giudizio

Capacità di analisi e di esegesi critica sulle tematiche inerenti il turismo, i prodotti turistici, con abilità di inserimento delle medesime all'interno dei processi di organizzazione del territorio per valori culturali, materiali e simbolici e per politiche ambientali e paesaggistiche efficaci, nei settori della geografia umana e della geografia economica. Capacità di analisi del dato economico, delle strategie competitive, delle performance e dei processi di formazione del vantaggio competitivo in imprese avviate o allo start-up, nei settori dell'economia. Particolare attenzione, con attività didattiche specifiche, verrà rivolta all'analisi dei processi culturali e comunicativi, nei settori della psicologia e della sociologia ed alla conoscenza approfondita del contesto storico, culturale, dei patrimoni (dal mondo classico al contemporaneo), dell'arte e delle tradizioni presenti nel territorio nazionale, nei settori storico e storico-artistico. Particolare attenzione verrà data alla rilevanza contemporanea della sostenibilità, sia in termini di scelta di politica economica e territoriale sia in termini di efficace comunicazione e narrazione. Questi obiettivi sono conseguiti attraverso il dialogo continuo tra insegnamenti teorici e verifiche applicative, tra discipline territoriali, sociali, economiche e storico-culturali. La didattica frontale si accompagna ad attività laboratoriali, analisi di casi di studio, visite di studio in aziende e sul territorio. Arricchiscono l'offerta formativa, progetti e collaborazioni con enti esterni, stage e tirocini in Italia e all'estero. Tutte queste attività, costantemente monitorate, consentono di raggiungere i risultati attesi in termini di complessiva crescita professionale degli studenti.

Abilità comunicative

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

	<p>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 preparazione adeguata tanto all'eventuale proseguimento degli studi, quanto all'inserimento nel mercato del lavoro.</p> <p>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.</p>	

 **QUADRO A4.d** | **Descrizione sintetica delle attività affini e integrative**

25/05/2022

Le attività affini e integrative riguardano la comunicazione digitale, il diritto ed il turismo culturale 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 e la stima delle propensioni culturali 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**

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

05/05/2023

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 (consultabile al link sotto riportato) 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/e70baf79-8d62-483a-b29b-c8b4fcd7f466/PROVA+FINALE_arti+e+turismo+triennali+2022_23.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=ROOTWORKSPACE.Z18_N19GHC410O5PD0QACD0HKQ38C6-e70baf79-8d62-483a-b29b-c8b4fcd7f466-okWa1kz (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 2023 -2024

Link: https://www.iulm.it/wps/wcm/connect/iulm/253e7608-b5bf-46b8-a1a6-5e9b5fea4470/Regolamento_didattico+2023-24+CdL+TMC.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=ROOTWORKSPACE.Z18_N19GHC410O5PD0QACD0HKQ38C6-253e7608-b5bf-46b8-a1a6-5e9b5fea4470-oxNi6m9

▶ 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/ee0a7c1c-9345-4247-ab71-e6c17c4a28d2/Calendario+didattico+2023_2024.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.	SECS-P/07	Anno di corso 1	MANAGEMENT DELLE AZIENDE TURISTICHE link	DE CARLO MANUELA CV	PO	6	48	
5.	ICAR/13	Anno di corso 1	MEDIA DIGITALI E TURISMO link	ROSSI ANDREA CV		6	48	
6.	L-LIN/12	Anno di corso 1	PROFESSIONAL ENGLISH I link	SSML "CARLO BO" SCUOLA SUPERIORE PER MEDIATORI LINGUISTICI CV		6	120	
7.	M-PSI/06	Anno di corso 1	PSICOLOGIA E SOCIOLOGIA DEL TURISMO link	BUSTREO MASSIMO CV	ID	6	24	
8.	M-PSI/06	Anno di corso 1	PSICOLOGIA E SOCIOLOGIA DEL TURISMO link	POLESANA MARIA ANGELA CV	PA	6	24	
9.	SECS-S/01	Anno di corso 1	RICERCA SOCIALE E TURISMO link			6		
10.	M-STO/04	Anno di corso 1	STORIA CONTEMPORANEA link	ORSINI CAROLINA CV		9	24	
11.	M-	Anno di	STORIA CONTEMPORANEA link	DE GIUSEPPE MASSIMO CV	PO	9	48	✓

▶ 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](#)

▶ QUADRO B5 | Orientamento e tutorato in itinere

09/05/2023

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

Pdf inserito: [visualizza](#)

▶ QUADRO B5 | Assistenza per lo svolgimento di periodi di formazione all'esterno (tirocini e stage)

09/05/2023

• Stage curriculari Italia/estero, ovvero periodi di tirocinio svolti da studenti regolarmente iscritti all'Ateneo, presso Enti ed Imprese esterni all'Ateneo, per periodi superiori a quattro settimane consecutive.

• Stage extracurriculari, ovvero periodi di tirocinio svolti da laureati presso Enti ed Imprese esterni all'Ateneo per la durata di dodici mesi.

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

▶ QUADRO B5 | Assistenza e accordi per la mobilità internazionale degli studenti



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 speciali ad hoc 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	PXL University College		29/03/2015	solo italiano
3	Francia	Universit� de Savoie Mont Blanc		01/12/2022	solo italiano
4	Germania	Jade Hochschule		20/12/2021	solo italiano
5	Messico	Universidad An�huac		11/11/2021	solo italiano
6	Paesi Bassi	Breda University of Applied Sciences		01/12/2021	solo italiano
7	Portogallo	PEDAGO		20/01/2014	solo italiano
8	Spagna	EUHT ST POL BARCELONA		14/12/2018	solo italiano
9	Spagna	Fundacio Jesuites Educacio-Sant Ignasi		10/02/2022	solo italiano
10	Spagna	IRIARTE Tenerife		23/05/2022	solo italiano
11	Spagna	Universidad De Alicante	28588-EPP-1-2014-1-ES-EPPKA3-ECHE	09/03/2023	solo italiano
12	Spagna	Universidad De Las Palmas De Gran Canaria	29547-EPP-1-2014-1-ES-EPPKA3-ECHE	13/02/2023	solo italiano
13	Spagna	Universidad De Malaga	28699-EPP-1-2014-1-ES-EPPKA3-ECHE	27/04/2022	solo italiano
14	Spagna	Universidad De Oviedo	29551-EPP-1-2014-1-ES-EPPKA3-ECHE	14/11/2013	solo italiano
15	Spagna	Universidad de Almeria		17/06/2021	solo italiano
16	Spagna	Universidad de Córdoba		08/01/2014	solo italiano
17	Spagna	Universidad de Sevilla		12/12/2014	solo italiano
18	Spagna	Universitat de les Illes Balears		18/11/2021	solo italiano
19	Stati Uniti	UNIVERSITY OF CENTRAL FLORIDA ROSEN COLLEGE		25/05/2022	solo italiano
20	Turchia	Yeditepe University Vakif	220854-EPP-1-2014-1-TR-EPPKA3-ECHE	15/01/2014	solo italiano

- Career Counseling. È un'attività volta a sviluppare le risorse personali, supportare le scelte e fornire sostegno agli studenti e laureati. Gli incontri offrono uno spazio di ascolto e di riflessione, nel quale esplorare difficoltà relative a processi evolutivi, fasi di transizione e stati di crisi e rinforzare capacità di scelta o di cambiamento.
- CV Check. Un servizio rivolto agli studenti e laureati IULM per offrire un aiuto nella redazione e correzione del proprio curriculum vitae anche in lingua inglese, francese e spagnola.
- IULM for job LinkedIn. È stato costituito un gruppo chiuso su LinkedIn al quale hanno accesso solo ed esclusivamente gli studenti e i laureati IULM per essere informati sulle offerte di stage e placement, nonché iniziative ed eventi di carattere professionale più rilevanti in linea con i loro profili.
- IULM for Job Instagram – è stato creato un account di Instagram (@iulmforjob) per aumentare la visibilità delle offerte, i servizi e gli eventi organizzati dall'Ufficio e creare più engagement da parte degli studenti / laureati.
- Simulazione Colloqui. Sessioni one to one, anche in lingua inglese, francese e spagnola al fine di migliorare la capacità di affrontare colloqui di selezione con feedback costruttivo per evidenziare eventuali aree di miglioramento. La simulazione può essere svolta a livello conoscitivo o come preparazione a sostenere un colloquio per una posizione reale.
- Servizi di Assessment. Continua il servizio nell'ambito del progetto denominato Job Fitness Center per i corsi magistrali, consiste in tre incontri di formazione con focus sull'assessment, quale strumento utilizzato dalle aziende per la selezione delle risorse da inserire, durante i quali gli studenti approfondiscono le competenze trasversali oggetto di valutazione.
 - A valle dell'attività di assessment, viene avviato un percorso di auto-sviluppo a partire da alcune aree di competenza cruciali per l'ingresso nel mondo del lavoro, grazie a cui gli studenti acquisiscono maggiore consapevolezza dei propri punti di forza e delle possibili aree di miglioramento.
 - Per gli studenti delle lauree triennali Bud Hub Project è un percorso che ha l'obiettivo di far vivere una prima esperienza che li avvicini al mondo del lavoro. Mira a coltivare negli studenti il germoglio della consapevolezza, degli strumenti e delle opportunità appartenenti al mercato del lavoro. La metodologia dell'Assessment consente di evidenziare le competenze comportamentali per tracciare un primo profilo e per avviare un percorso di consapevolezza di sé stessi. Gli studenti avranno la possibilità di provare uno degli strumenti più usati dal mondo delle aziende sotto forma di game.
- Career Advisory. Servizio offerto agli studenti laureati di supporto nei momenti strategici per la valutazione del proprio percorso professionale. Assessment della propria carriera.
- Supporto Cover Letter. Fornire supporto agli studenti / laureati nell'ottimizzare o imparare a strutturare una Cover Letter per rendere le loro candidature più efficaci.
- Job seminar. Prevede l'intervento di professionisti nell'ambito di lezioni universitarie a sostegno delle tematiche trattate dai docenti nello svolgimento del programma didattico. Le testimonianze riguardano spesso casi concreti e/o argomenti relativi alle professionalità esistenti all'interno dei diversi settori aziendali; questa modalità rappresenta il modo più efficace per conoscere le imprese di grande interesse e il loro contesto organizzativo a cui poter far riferimento nella pianificazione della propria carriera universitaria.
- Job day. Si tratta di presentazioni di realtà aziendali (nazionali e internazionali), con possibilità di reclutamento e selezione in Università. Le presentazioni hanno l'obiettivo di promuovere la cultura aziendale, presentare il profilo e la struttura organizzativa e le eventuali opportunità di inserimento professionale. L'azienda può così entrare in contatto diretto con gli studenti e i laureati per individuare le risorse con competenze rispondenti ai bisogni di recruiting.
- Career Week. Le Career Week, con il coinvolgimento di oltre 100 aziende di diversi settori, più volte ripetuti nell'anno, prevedono una presentazione del company profile ed uno spazio a loro dedicato al fine di poter presentare il brand e le posizioni aperte, incontrare i ragazzi, raccogliere i loro curricula e svolgere colloqui.
- Corso iscrizione & Utilizzo di Almalaura IULM. Webinar tenuto per aiutare gli studenti e i laureati a registrarsi correttamente alla piattaforma e per orientarli all'utilizzo della stessa per la ricerca e la candidatura ad offerte di stage/lavoro.
- Workshop Digitali per Strategie di Employability – Servizio online per raggiungere più persone contemporaneamente sul tema dei CV e le Cover Letter. Gli incontri non sono ad personam, ma più generali con una formula da lezione frontale con il supporto di materiale visivo (slide).
- Percorso di Coaching - dedicato agli studenti italiani focalizzato sulla transizione tra il mondo universitario e quello professionale.

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

A livello di Ateneo è presente l'Ufficio diversAMENTE - Disabilità e DSA che, in armonia con la legislazione vigente in materia, ha lo scopo di prestare ascolto alle richieste degli studenti interessati, raccogliere i loro bisogni e quindi sviluppare strategie di supporto all'apprendimento adeguate ai singoli casi. L'Ateneo ha infatti tra le sue priorità la volontà di garantire a tutti gli studenti pari opportunità di accesso alla cultura e alla formazione.

Tra le azioni rivolte agli studenti, oltre alla costante gestione delle richieste di informazione e supporto (sportello fisico, telefono, e-mail e social), offriamo:

- Orientamento matricole: supporto allo studente nella scelta del Corso di Laurea più idoneo;
- Colloqui individuali di accoglienza;
- Attrezzature tecniche e informatiche;
- Supporto per la richiesta di testi in formato digitale;
- Supporto agli studenti nella relazione con i docenti;
- Supporto alle richieste di esonero per studenti in possesso di invalidità uguale o superiore al 66% e/o verbale di accertamento dell'handicap in corso di validità;
- Supporto allo studio attraverso percorsi individualizzati;
- Corsi di orientamento e mobilità per studenti ciechi;
- Misure compensative/dispensative;
- Sportello DSA;
- Prima diagnosi e aggiornamento diagnostico DSA a condizioni agevolate presso il Centro Euresis;
- Incontro con la psicologa per individuare strategie operative (per studenti DSA);
- SuperReading, corsi di lettura strategica dedicati in particolare agli studenti con DSA;
- Corsi sul metodo di studio dedicati in particolare a studenti con DSA.

Da segnalare il Centro Euresis per la diagnosi, l'intervento, la ricerca sui DSA (aperto al territorio: singoli utenti, studenti, famiglie, insegnanti e a enti pubblici e privati: università, scuole, centri di supporto, ecc.) che raccoglie e sviluppa l'esperienza maturata dall'Università IULM nel campo dell'inclusione:

- Promuove una serie di attività di ricerca finalizzate a sostenere forme di inclusione a livello didattico e sociale;
- Svolge un lavoro di supporto agli studenti con DSA con interventi in campo diagnostico (grazie a una équipe autorizzata dalla Regione Lombardia) con servizi di tutoraggio, sostegno e percorsi formativi con progetti di ricerca su nuove procedure di intervento;
- Promuove il corso Super Reading, di cui l'Università IULM ha l'esclusiva per l'Italia, che promuove le abilità di leggere e comprendere un testo in modo strategico;
- Organizza corsi di formazione per insegnanti, tutor e operatori;
- Sostiene un impegno a favore della ricerca multidisciplinare e della internazionalizzazione.

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

▶ QUADRO B6

Opinioni studenti

21/03/2014

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Opinione degli studenti, a.a. 2022/23

▶ QUADRO B7

Opinioni dei laureati

29/08/2023

Link inserito: <https://www2.almalaurea.it/cgi-php/universita/statistiche/stamp.php?versione=2019&annoprofilo=2023&annooccupazione=2022&codicione=0150506201500001&corsclasse=2015&aggrega=SI&confronta=ateneo&compatibility=0&stella2015=&sua=1>



▶ QUADRO C1

Dati di ingresso, di percorso e di uscita

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Dati e informazioni, a.a. 2022/23

▶ QUADRO C2

Efficacia Esterna

29/08/2023

Link inserito: <https://www2.almalaurea.it/cgi-php/universita/statistiche/stamp.php?>

[versione=2019&annoprofilo=2023&annooccupazione=2022&codicione=0150506201500001&corsclasse=2015&aggrega=SI&confronta=ateneo&compatibility=0&stella2015=&sua=1#oc](https://www2.almalaurea.it/cgi-php/universita/statistiche/stamp.php?versione=2019&annoprofilo=2023&annooccupazione=2022&codicione=0150506201500001&corsclasse=2015&aggrega=SI&confronta=ateneo&compatibility=0&stella2015=&sua=1#oc)

▶ 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. 2022/23