

MASTER UNIVERSITARIO DI I LIVELLO  
IN  
COMUNICAZIONE E TECNOLOGIE PER LO SVILUPPO  
DEL TURISMO E DEI BENI CULTURALI

**STATUTO**

**Art. 1 – Istituzione**

È istituito presso l'Università degli Studi di Roma "Tor Vergata" per l'anno accademico 2007/2008 il Master Universitario di I livello in "Comunicazione e Tecnologie per lo Sviluppo del Turismo e dei Beni Culturali". Il Corso è organizzato in collaborazione tra la Facoltà di Lettere e Filosofia e il Centro studi Comunicazione Istituzionale e innovazione tecnologica (ComIT).

**Art. 2 – Finalità**

Il Corso ha l'obiettivo duplice di preparare dirigenti e quadri, nelle istituzioni e nelle aziende dei settori pubblico e privato, capaci di **pianificare** e **gestire** attività di comunicazione, informazione e marketing sostenute con tecnologie digitali, multimediali e multicanale (siti e portali di informazione, servizi e marketing, prodotti multimediali, banche dati per la classificazione e il recupero dell'informazione on-line, dinamiche di gestione territoriale in rete, ecc.).

Il percorso formativo prefigura e qualifica per la transazione in rete, su supporti tecnologici e servizi a tecnologia avanzata, addetti al turismo e ai beni culturali dotati di nuove professionalità, all'intersezione tra le competenze specifiche dei settori, ovvero tra le tecnologie digitali e comunicative e i contenuti di pianificazione e gestione del turismo e dei beni culturali.

**Art. 3 – Requisiti di ammissione**

Il Corso è destinato a preparare figure professionali addette alla pianificazione comunicativa e informativa con tecnologie avanzate in materia di turismo e beni culturali, alla progettazione e gestione delle attività di sviluppo locale e nazionale del turismo e dei beni culturali con supporti tecnologici multimediali e multicanale (Internet, Extranet, TV digitale, ecc.).

È requisito di ammissione il possesso di un diploma di laurea triennale o diploma universitario in Lettere e Filosofia o in Lingue, o diploma di laurea del vecchio ordinamento o diploma di laurea specialistica nelle stesse discipline o il possesso di altra laurea dello stesso livello ritenuta idonea dal Consiglio del Master.

**Art. 4 – Durata**

La durata del Master è di un anno accademico; il programma formativo prevede l'attribuzione di 60 crediti formativi, pari a 1500 ore di cui 400 ore di attività didattica frontale o interattiva con i docenti.

**Art. 5 – Articolazione**

Il Corso è articolato in cinque assi modulari per un totale di 400 ore di didattica frontale e 1100 ore di attività di studio autodirette quali la partecipazione a seminari, ricerche, studio personale, attività on-line e tesi.

Parte dei contenuti individuati è erogata mediante formazione a distanza (F.A.D.). I relativi moduli sono progettati secondo criteri di coerenza con i moduli di erogazione in aula e prevedono test di verifica, valutazione e controllo del percorso di apprendimento del discente.

La didattica del Master si articolerà in:

- lezioni frontali nella sede dell'Università di Tor Vergata, Facoltà di Lettere e Filosofia;
- formazione a distanza; (F.A.D.);
- studio personale su materiale didattico specificamente predisposto per il Master;

- esercitazioni guidate;
- tirocinio/stage.

I crediti formativi 60 (CFU) sono ripartiti tra la frequenza alle lezioni e le attività di studio autodirette.

Il Master comprende i seguenti assi modulari con le relative materie d'insegnamento che saranno poi articolate dal Consiglio del Master nel programma didattico definitivo:

*I Asse della comunicazione istituzionale, economica e giuridica, finalizzata ad acquisire competenze comunicative necessarie allo sviluppo dei sistemi turistici.* (40 ORE; 5 C.F.U; SSDD IUS/10, IUS/14, M-FIL/05, L-LIN/01, L-LIN/02)

- Diritto dell'Unione Europea, normativa europea del turismo e legislazione dei beni culturali
- Istituzioni di diritto pubblico e legislazione del turismo
- Comunicazione istituzionale ed economia della conoscenza: nozioni, criteri e applicazioni in ambito pubblico e privato
- Comunicazione pubblica e istituzionale: definizioni, la comunicazione interna e esterna, macro-funzioni di comunicazione. Profili professionali per la net economy applicati al turismo

*II Asse della pianificazione, progettazione e marketing del turismo, finalizzato ad acquisire conoscenze sui principi di economia e di marketing turistico.* (80 ORE; 15 C.F.U; SSDD SPS/08, SPS/10, SECS-P/08, SECS-S/05, ICAR/05)

- Economia e gestione delle imprese turistiche e metodologia della creazione di percorsi storico-artistici
- Statistica sociale per il turismo
- Tecnica ed economia dei trasporti
- Sociologia del turismo
- Sociologia dell'ambiente e del territorio
- Sociologia della comunicazione culturale e tecniche della mediazione culturale

*III Asse geografico-ambientale, finalizzato ad acquisire conoscenze nell'ambito dei sistemi territoriali complessi e della progettazione e gestione di prodotti specifici per questo settore.* (80 ORE; 10 C.F.U; SSDD M-GGR/02, ICAR/15, L-ANT/03)

- Geografia del turismo
- Percorsi turistico-culturali
- Geografia economico-politica
- Architettura dei paesaggi

*IV Asse delle tecnologie digitali, finalizzata ad acquisire competenze nell'ambito delle nuove tecnologie e della loro applicazione al settore turistico.* (120 ORE; 20 C.F.U; SSDD ING-INF/05, L-LIN/02, ING-INF/03, L-LIN/01)

- Comunicazione digitale
- Informatica personale (ECDL e applicazioni)
- Progettazione di siti web: usabilità e accessibilità
- Web design: architettura della conoscenza e della comunicazione
- Telecomunicazioni e nuove tecnologie digitali
- Telecomunicazioni e nuovi servizi per la TV digitale

*V Asse Pianificazione e gestione aziendale: Servizi in rete e su rete per il turismo e beni culturali su supporto digitale.* (80 ORE; 10 C.F.U; SSDD SECS-P/07, SECS-P/08, ING-INF/05, L-LIN/02)

- Gli investimenti tecnologici: criteri per il bilancio e ROI
- CRM, rilevazione delle esigenze dei clienti e monitoraggio della domanda per lo sviluppo e l'ampliamento della gamma dei servizi da erogare, ecc.
- Metadata e motori di ricerca per il turismo
- E-business e e-commerce: la gestione dei servizi, dei prodotti, dei contenuti informativi e degli aspetti di sicurezza-riservatezza.
- E-business soluzioni informatiche per le aziende: capacità del sistema di creare informazioni sintetiche e query complesse, reporting e modeling

#### **Art. 6 – Verifica del profitto**

Il profitto è accertato con prove scritte di verifica e pre-progetti sperimentali per ciascun asse formativo durante lo svolgimento del Corso. Per il conseguimento del titolo è previsto il superamento di una prova finale in presenza consistente in un progetto operativo e nella sua discussione. La Commissione dell'esame finale è nominata dal Consiglio del Master.

Gli esami intermedi sono valutati in trentesimi. La votazione minima per il superamento degli esami è 21/30. L'esame finale è valutato in centodecimi (e lode). La votazione minima per il superamento della prova finale è 85/110.

#### **Art.7 - Sede amministrativa**

La sede amministrativa è il Centro per la gestione dei servizi della Facoltà di Lettere e Filosofia e della Biblioteca di area letteraria storica filosofica.

#### **Art.8 - Sede delle attività didattiche**

Le attività didattiche del Master si svolgeranno presso la Facoltà di Lettere e Filosofia e/o presso il ComIT.

#### **Art. 9 Corpo docente**

Il corpo docente è composto dai docenti del Master universitario, i docenti devono essere nominati dal Consiglio di Facoltà di Lettere e Filosofia.

I docenti del corso svolgono le attività didattiche e scientifiche previste dal Master e decise nell'ambito del Comitato tecnico-scientifico del Master.

I docenti possono non appartenere al personale docente dell'Ateneo.

#### **Art. 10 – Organi**

Sono organi del Master universitario: il Consiglio del Master, il Direttore e il Comitato Tecnico-Scientifico.

Il Consiglio del Master è costituito dai docenti di ruolo dell'Ateneo che siano titolari di insegnamenti impartiti nel corso o di altre attività di insegnamento esplicitamente previste dallo statuto del Master. Alle sedute del Consiglio partecipano, senza che la loro presenza concorra alla formazione del numero legale e senza diritto di voto, i docenti esterni.

Il Direttore dura in carica 3 anni ed è nominato dal Consiglio di Facoltà.

#### **Art. 11 – Compiti del Consiglio del Master**

Il Consiglio del Master ha compiti di indirizzo programmatico, sovrintende al coordinamento delle attività didattiche e determina inoltre, nei limiti delle risorse finanziarie disponibili, il compenso per i docenti interni ed esterni e per il personale tecnico-amministrativo dei Dipartimenti o dei Centri interessati, nonché le spese per seminari, conferenze e convegni ed ogni altro costo di gestione predisponendo preventivamente un piano spese.

Può proporre di attivare, sentita la Facoltà, convenzioni con lo Stato, la Regione, il Comune ed altri Enti Pubblici e privati e in particolare associazioni, fondazioni ed imprese con o senza scopo di

lucro. Può proporre altresì di accettare liberalità da parte di soggetti pubblici, privati e da persone fisiche.

Il Consiglio ha anche la facoltà di regolare la partecipazione, stabilendo gli oneri corrispondenti, a singoli assi con il riconoscimento dei relativi crediti ai partecipanti che li abbiano frequentati con profitto.

#### **Art. 12 – Compiti e designazione del Direttore**

Il Direttore ha la responsabilità didattica del Master, sovrintende al suo funzionamento, coordina le attività e cura i rapporti esterni.

Al termine del Master riferisce al Comitato tecnico-scientifico circa le iniziative effettuate.

Attesta ed autorizza tutti gli atti di gestione anche inerenti alla liquidazione delle spese. Al termine del Master universitario riferisce al Consiglio circa le iniziative effettuate.

Può adottare provvedimenti di urgenza sottoponendoli a ratifica del Consiglio del Master.

Il Direttore può designare tra i docenti di ruolo un Vice-Direttore, che lo supplisce in tutte le sue funzioni in caso di impedimento o di assenza. Può, altresì, delegare l'esercizio di talune sue funzioni a docenti componenti il Consiglio del Master.

#### **Art. 13 – Compiti e membri del Comitato tecnico-scientifico**

Il Comitato tecnico-scientifico (Comitato) ha compiti di indirizzo programmatico, sovrintende al coordinamento delle attività didattiche e propone, inoltre, nei limiti delle risorse finanziarie disponibili, attività quali seminari, conferenze e convegni inerenti l'oggetto del Master.

#### **Art. 14 – Ammissione e iscrizione al Master**

Per l'anno accademico 2007/2008 il numero massimo di partecipanti è fissato in 40. Qualora gli iscritti non superino il numero di 20 il corso non sarà attivato. La partecipazione è subordinata al versamento delle quote fissate annualmente dal Consiglio del Master. Nell'anno accademico 2007/2008 hanno un costo di € 5000. Le modalità e i termini di iscrizione sono fissati dal Consiglio del Master.

Gli studenti che intendessero iscriversi a singoli assi saranno tenuti a versare una quota pari a euro 1000 per ciascun asse: il superamento della prova finale relativa a ciascun asse darà luogo ad un attestato di frequenza e al riconoscimento dei crediti previsti per ciascun asse (cfr. art.5).

Per l'iscrizione ai singoli assi è richiesto lo stesso titolo di studio previsto per l'iscrizione al Master universitario.

Le modalità e i termini di iscrizione sono fissati dal Consiglio del Master.

#### **Art. 15 – Obbligo di frequenza**

La frequenza è obbligatoria e deve essere attestata dalle firme degli studenti. Una frequenza inferiore all'80% delle ore previste comporterà l'esclusione dal Corso.

#### **Art. 16 – Conseguimento del titolo e prova di verifica del profitto**

A conclusione del Master, ai partecipanti che abbiano frequentato con profitto e superato la prova finale, viene rilasciato un diploma di Master di primo livello in Comunicazione e Tecnologie per lo Sviluppo del Turismo e dei Beni Culturali con eventuale menzione di lode.

#### **Art. 17 – Risorse finanziarie**

Le risorse finanziarie disponibili per il funzionamento del Master sono costituite dai proventi delle iscrizioni e dalle risorse finanziarie proprie della Scuola e eventuali finanziamenti derivanti da contratti e convenzioni con enti pubblici e privati e da liberalità dei medesimi enti o persone fisiche. Possono essere attivate borse di studio per i più meritevoli o per coloro che versano in situazione di disagio economico.

Il Consiglio del Master può stabilire un compenso per il Direttore, per i docenti e per il personale tecnico-amministrativo. Per i docenti interni, può essere corrisposto un compenso a condizione che essi superino i limiti dell'impegno orario complessivo previsto per i professori ed i ricercatori dalle norme loro applicabili, previa dichiarazione in tal senso del docente interessato; per il personale tecnico-amministrativo il compenso può essere corrisposto a condizione che le prestazioni siano effettuate al di là dell'ordinario orario di lavoro.

Possono inoltre essere stipulati, nei limiti delle risorse disponibili, contratti di diritto privato con qualificati studiosi ed esperti esterni per incarichi di insegnamento, seminari e conferenze.