

Al Magnifico Rettore

PROPOSTA DI ATTIVAZIONE¹

Master Universitario di I livello Corso di Perfezionamento
 Master Universitario di II livello Corso di Aggiornamento
 Altra tipologia²

Titolo Comunicare il turismo sostenibile
Title (inglese) Communicating Sustainable Tourism

a) **Proponente del corso** Dott. Marco Grasso
Qualifica Ricercatore
Tel. 0264487445 **Fax** 264487561 **E-mail** marco.grasso@unimib.it
Dipartimento Sociologia e Ricerca Sociale

b) **Referente amministrativo** (solo personale interno) Valeria Cazzaniga
Struttura di appartenenza Dip.Sociologia e Ricerca Sociale
Tel. 0264487535 **Fax** 264487584 **E-mail** valeria.cazzaniga@unimib.it

c) **Segreteria didattica e organizzativa** SI NO (la funzione è svolta dal ref. amm.vo)

Struttura e indirizzo
Orari ricevimento
Tel. **Fax** **E-mail**

d) **A.A. di attivazione** 2013-2014
Data avvio corso³ 4 aprile 2014
Data chiusura corso⁴ 30 aprile 2015

e) **Sito web del corso** <http://www.masterturismosostenibile.com>

f) **Numero massimo allievi**⁵ 25
Numero minimo allievi⁶ 15

g) **Contributo d'iscrizione**⁷ € 4900

h) **Spazi /strutture utilizzati per lo svolgimento delle attività didattiche del corso**

<input checked="" type="checkbox"/> Ateneo	Denominazione struttura Edificio U9
	Indirizzo viale dell'Innovazione 10

Altre sedi:⁸

<input type="checkbox"/> Azienda Ospedaliera (obbligatorio allegare autorizzazione) ⁹	
<input type="checkbox"/> Altra/e sede/i ¹⁰	

i) Collaborazioni per risorse strutturali e/o strumentali e/o umane di soggetti esterni pubblici o privati (a titolo gratuito o con oneri) - (obbligatorio allegare lettere di intenti per la stipula della relativa convenzione)

Il proponente del corso dichiara che la collaborazione dei seguenti soggetti è motivata dall'indisponibilità di risorse interne dell'Ateneo:

Ragione Sociale soggetto esterno	Indirizzo Sede Legale	Nome Cognome Rappr. Legale
Tipologia collaborazione	Importo in uscita ¹¹ (se non a titolo gratuito)	Motivazione della scelta del soggetto esterno ¹²
-selezionare- -selezionare- -selezionare- NOTE:	€ € €	

Ragione Sociale soggetto esterno	Indirizzo Sede Legale	Nome Cognome Rappr. Legale
Tipologia collaborazione	Importo in uscita (se non a titolo gratuito)	Motivazione della scelta del soggetto esterno
-selezionare- -selezionare- -selezionare- NOTE:	€ € €	

Ragione Sociale soggetto esterno	Indirizzo Sede Legale	Nome Cognome Rappr. Legale
Tipologia collaborazione	Importo in uscita (se non a titolo gratuito)	Motivazione della scelta del soggetto esterno
-selezionare- -selezionare- -selezionare- NOTE:	€ € €	

j) Contributi da parte di soggetti esterni pubblici o privati - (obbligatorio allegare lettere di intenti)

Ragione Sociale soggetto esterno	Indirizzo Sede Legale	Nome Cognome Rappr. Legale	Tipologia collaborazione	Importo in entrata ¹³
			-selezionare-	€
			-selezionare-	€
			-selezionare-	€
			-selezionare-	€
NOTE:				

k) Agevolazioni economiche per gli studenti (premi/borse di studio)

Sì No

Importo totale premi / borse	<input type="checkbox"/> In corso di definizione ¹⁴
	<input type="checkbox"/> Euro ¹⁵

Criteria di assegnazione ¹⁶

<input type="checkbox"/> Merito -ordine priorità-	<input type="checkbox"/> media votazioni prove di verifica intermedie
	<input type="checkbox"/> graduatoria di selezione
<input type="checkbox"/> Reddito -ordine priorità- (Attestazione ISEEU)	

Tipo di agevolazione	Quota per studente	N. studenti	Totale
<input type="checkbox"/> Premi a copertura totale del contributo d'iscrizione			
<input type="checkbox"/> Premi a copertura parziale del contributo d'iscrizione			
<input type="checkbox"/> Borse di studio eccedenti il contributo di iscrizione			
<input type="checkbox"/> Altro			

l) STAGE: SI' NO

L'avvio dello stage è previsto entro il primo mese di attività didattica? SI' NO


Nominativo Tutor universitario (solo docenti interni) Marco Grasso, Matilde Ferretto, Marcella Schmidt di Friedberg, Elena dell'Agnese, Paolo Galli

Disponibilità soggetti ospitanti

Il proponente del corso dichiara che i seguenti soggetti sono disponibili ad accogliere in stage gli allievi del corso:

Ragione Sociale Soggetto ospitante	Indirizzo Sede Legale	Nominativo del referente aziendale	Indirizzo e-mail del referente aziendale	N. telefono del referente aziendale	N. allievi
1. AIGO	Piazza Caiazzo 3, 20124 Milano	Cristina Bologna	c.bologna@aigo.it	02 669927 1	1
2. Ecoworldhotel S.r.	via Filippo Baldinucci, 3/E 20158 Milano	Concetta D'Emma	c.demma@ecoworldhotel.com	02 69008563	1
3. Giunti Editore	Corso Italia 10, 20122 Milano	Alberto Dragone	a.dragone@giunti.it	334 6335413	1
4. Insieme nelle terre di Mezzo ONLUS	Via Calatafimi 10, 20122 Milano	Anna Nenna	annanenna@falacosaggiusta.org	02 58118328	1

5. Urbano Creativo	Via Asiago 16/18, 22100 Como	Micaela Terzi	micaela.terzi@urbanocreativo.it	347 7412533	1
6. Olinda	Via Ippocrate 45, 20161 Milano	Davide Bessi	bessidavide@gmail.com	348 7230848	1

	Via Quadrio 13	Davide Scalisi	davide@ermes.net	02 396115 93	
7. Ermes	Via Donghi, 20811 Cesano Maderno	Serena Bellinzona	serena@agenziain nova21.org	0362 546210	
8. Agenzia Innova21	Via Cuccagna 2/4, 20135 Milano	Emanuela Plebani	info@cuccagna.or g	335 5048326	1
9. Cascina Cuccagna	Piazza Irnerio 2, 20146 Milano	Sara Magro	sara.magro@fastw ebnet.it	340-9996549	1
10. The Travel News	Via Iside 8, 00184 Roma	Sebastiano Venneri	s.venneri@legamb iente.it	349 4597991	1
11. Legambiente - Vivilitalia	Via Mazzocchi 1/3, 20089 Rozzano (MI)	Franco Maruccio	maruccio@edidom us.it	02 824721	1
12. Editoriale Domus	Via Calvi, 3 20056 Trezzo sull'Adda (MI)	Giuseppe Petruzzo	cultura@parcoadd anord.it	02 9091229	1
13. Parco Adda Nord	Via Po 25/c 00198 Roma	Sara Bragonzi	s.bragonzi@wwf.it	02-83133233	1
14. WWF Italia	Largo Clerici, Cadorago (CO)	Francesco Occhiuto	direttore@parcolor a.it		
15. Parco del Lura	Corso Lodi 47, 20139 Milano	Pietro Raitano	pietro@altrecono mia.it	02/89919890	1
16. Altreconomia	Via Tito Livio, 46 35123 Padova	Sergio Bordignon	s.bordignon@viag giemiraggi.org	02 54102460	1
17. Viaggi e Miraggi	Via Manzoni 18, 22046 Merone (CO)	Stefano Corti	stefanocorti@lifeg ate.com	031-61803	1
18. Lifegate	Via Vivaio 1, 20100 Milano	Giovanni Giagoni	g.giagoni@provinc ia.milano.it	02 77402416	1
19. Provincia di Milano	Via Cufra 29, 20159 Milano	Pina Sardella	pinasardella@icei.i t	320-2754466	1
 20 ICEI	AT_SOFF_M_Proposta01	Modulo di proposta di attivazione		Rev.8 - Emissione: 20/02/2012	
	Redatta da: Simona Cionti	Approvata da: Franca Tempesta		Emessa da: Manuela Tagliavini	1
Pagina 5 di 12					

m) Eventuale attivazione di precedenti edizioni

Corso di nuova attivazione	<input type="checkbox"/> SI' <input checked="" type="checkbox"/> NO (già attivato 2012-2013 / -selezionare l'a.a.-)
----------------------------	--

Motivazione per la riproposizione del corso (in presenza di precedenti edizioni non avviate) ¹⁷

Il master suscita notevole interesse, ma a causa di diversi fattori, quali la crisi economica e un mediocre posizionamento della proposta sui motori di ricerca online è stato fortemente penalizzato rispetto ai suoi diretti concorrenti. Inoltre non è riuscito ancora a definire una sua netta specificità formativa rispetto ai principali competitors presenti nel mercato. A questo riguardo abbiamo elaborato, in base alle indicazioni pervenute durante la prima edizione, una proposta didattica maggiormente competitiva e previsto di aumentare la visibilità nei canali promozionali del master

n) Delibere di approvazione della/delle Struttura/e:

Consiglio di	Dip.Sociologia e Ricerca Sociale	16-10-2013
(eventuali altre strutture)	-selezionare struttura-	Inserire data seduta
Consiglio di	-selezionare struttura-	Inserire data seduta

o) Solo per corsi/master di area medica

Ai fini dell'individuazione dell'importo della copertura assicurativa di R.C. professionale medica-assistenziale, il proponente dichiara che l'attività formativa e didattica prevista è prevalentemente:

Di tipo INVASIVO <input type="checkbox"/>	Di tipo NON INVASIVO <input type="checkbox"/>
---	---

REGOLAMENTO DIDATTICO DEL CORSO

p) Obiettivi


Il master affronta i temi della comunicazione turistica con particolare riferimento al turismo sostenibile, con una proposta didattica interdisciplinare. Il corso si articola in sei diversi insegnamenti, comuni a tutti i partecipanti del master, e in tre percorsi di approfondimento delle competenze specialistiche relative a differenti settori della comunicazione, ovvero:

1) Percorso Editoria turistica e promozione del territorio; 2) Percorso Fotografia, valorizzare il territorio attraverso le immagini; 3) Percorso Audiovisivi, verso una comunicazione turistica integrata.

Gli obiettivi formativi degli insegnamenti comuni a tutti gli studenti sono:

a. **FONDAMENTI TEORICI DI GEOGRAFIA, ECOLOGIA, POLITICHE DELL'AMBIENTE E RICERCA SOCIALE**
 Obiettivi: Fornire gli elementi per comprendere gli impatti ambientali e culturali generati dal turismo. Conoscere i fondamenti di ordine legislativo e politico in materia di tutela del patrimonio ambientale e culturale. Fornire le basi teoriche e metodologiche per raccogliere, analizzare e comunicare correttamente dati sul turismo sostenibile.
 Contenuti: Fondamenti di Ecologia, Politiche dell'ambiente e legislazione ambientale, Tutela dei beni ambientali e del paesaggio, Indicatori di sostenibilità, Fondamenti di Metodologia della Ricerca, Teorie dell'immagine e della percezione e rappresentazione dell'ambiente.

b. **EDITORIA TURISTICA E PROMOZIONE DEL TERRITORIO**
 Obiettivi: Fornire gli elementi di editoria turistica e di promozione dell'offerta turistica. Nel dettaglio l'offerta sarà articolata su quattro argomenti: 1. Scrivere per e sul turismo; 2. Editoria turistica; 3.

 Pagina 6 di 12	A1_SOFF_M_Proposta01	Modulo di proposta di attivazione	Rev.8 - Emissione: 20/02/2012
	Redatta da: Simona Cionti	Approvata da: Franca Tempesta	Emessa da: Manuela Tagliavini

Organizzazione e progettazione di itinerari turistici; 4. Le frontiere dell'editoria turistica online.

Contenuti: Come si scrive una guida turistica e come si progettano itinerari di turismo sostenibile e responsabile.

c. FOTOGRAFIA E TURISMO

Obiettivi: Fornire le basi per la comprensione e l'utilizzo del linguaggio delle immagini. Elementi di produzione e post-produzione fotografica, gestione di archivi e banche dati di immagini come risorse per la valorizzazione del territorio e conservazione della memoria dei luoghi. Nel dettaglio l'offerta sarà articolata su quattro argomenti: 1. Fotografia professionale e amatoriale; 2. Post-produzione; 3. Gestione degli archivi; 4. Fotografia e Web.

Contenuti: Fotografia naturalistica e sociale per la promozione turistica; Post-produzione fotografica; Gestione e consultazione archivi fotografici e banche dati immagini; Diritti di autore e licenze creative commons.

d. AUDIOVISIVI E TURISMO

Obiettivi: Fornire le basi per l'ideazione, produzione e post-produzione di documentari, spot pubblicitari e di altri format per la TV, il cinema e il Web. Nel dettaglio l'offerta sarà articolata su quattro argomenti: 1. La produzione televisiva 2. Girare e dirigere un documentario; 3. Girare e dirigere uno spot; 4. La post-produzione video.

Contenuti: Come promuovere il turismo attraverso gli audiovisivi? Ovvero quali sono i format e i canali più adeguati per comunicare il turismo sostenibile e responsabile. Fondamenti di produzione e post-produzione audio-video.

e. MULTIMEDIA E TURISMO

Obiettivi: Fornire gli strumenti per l'ideazione e la gestione di contenuti e piattaforme cross-mediali e l'utilizzo di social network per la promozione turistica. Fornire le basi di webdesign e gestione di siti web, in quanto strumenti utili per rappresentare e comunicare in modo integrato il turismo sostenibile e responsabile.

Contenuti: Fondamenti di digital branding turistico; Media marketing e piattaforme cross-mediali; Fondamenti di grafica, editing; Webdesign e gestione di siti web

f. LABORATORIO DI SVILUPPO MULTIMEDIALE


Obiettivi: Permettere l'elaborazione dei contenuti realizzati durante i tre percorsi laboratoriali.

q) Analisi dei fabbisogni e sbocchi occupazionali

Il master si rivolge a laureati di ogni Facoltà e Corso di Laurea (in particolare Geografia, Sociologia, Scienze del Turismo, Economia, Scienze Ambientali e Scienze della Comunicazione) che siano interessati allo sviluppo di competenze specifiche nell'area della comunicazione applicata alle politiche territoriali e alla progettazione dell'offerta turistica, che hanno sempre più come paradigma di riferimento quello della sostenibilità.

Di fatti il turismo sostenibile e l'ecoturismo, negli ultimi decenni, hanno conosciuto una crescita significativa, e una sempre maggiore inclusione nelle politiche territoriali e ambientali, a livello locale e sovralocale, e in molte regioni turistiche, nazionali e internazionali, sono attivi soggetti che promuovono la sostenibilità come elemento centrale della loro proposta turistica. Dunque saper dialogare con, e coordinare le attività di, questi soggetti rappresenta una competenza molto ricercata e apprezzata. Per questo motivo la conoscenza dei fondamenti della sostenibilità (tanto a livello teorico che applicativo), unita alla dimestichezza con le tecniche e le strategie comunicative (editoriali, audiovisuali e multimediali), rappresenta una competenza con un forte appeal sul mercato.

Componente fondamentale e strategica di tutto progetto formativo del master è l'elaborazione di una proposta di comunicazione che verrà sviluppata durante i tre percorsi di approfondimento relativi ai differenti ambiti della comunicazione. In questa fase gli studenti lavoreranno su un particolare contesto territoriale, dedicando una parte consistente delle attività al lavoro sul campo e mettendo in pratica quanto appreso durante i moduli didattici precedenti (dal dialogo con gli enti e le comunità locali all'uso degli

	A1_SOFF_M_Proposta01	Modulo di proposta di attivazione	Rev.8 - Emissione: 20/02/2012
	Redatta da: Simona Cionti	Approvata da: Franca Tempesta	Emessa da: Manuela Tagliavini

strumenti tecnici). I contenuti realizzati in questa fase daranno luogo a uno o più prodotti di comunicazione che verranno concordati con i destinatari finali, tenendo in conto i diversi target ma anche i portatori di interesse individuati in quel contesto specifico.

Gli studenti del master avranno inoltre la possibilità di svolgere un periodo di stage (450 ore) in aziende, enti pubblici e del terzo settore che operino nell'ambito della progettazione, promozione e comunicazione turistica.

I principali sbocchi occupazionali riguarderanno l'editoria e la produzione audio-video per il turismo, la progettazione e realizzazione di strategie di comunicazione turistica (a supporto di itinerari, pacchetti, brand e prodotti turistici di vario genere), nonché la pianificazione di attività e programmi a sostegno di politiche di sviluppo locale e territoriale.

r) Organizzazione del Corso

Il corso si svolge in lingua: italiana	
<input type="checkbox"/> Frequenza settimanale full-time (lun-ven) <input type="checkbox"/> Frequenza settimanale part-time (<i>precisare</i>) <input checked="" type="checkbox"/> Frequenza fine settimana (<i>precisare</i>) <input type="checkbox"/> Altro (<i>specificare</i>)	venerdì e sabato ore 9.00-13.00 e 14.00-18.00
Note	

ORE E CFU ¹⁸	ORE	CFU
Lezioni frontali e esercitazioni e/o laboratori	376	40
Stage ¹⁹	450	18
Prova finale ²⁰ (<i>attività individuale per la preparazione-solo CFU</i>)	-	2
Totale	826	60

s) Prove di verifica del corso

Prove di verifica intermedie: ²¹	Tipo verifica	Valutazione ²²
<input checked="" type="checkbox"/> Sì	<input checked="" type="checkbox"/> Prova scritta	<input checked="" type="checkbox"/> Voto in trentesimi
<input type="checkbox"/> No	<input type="checkbox"/> Prova orale	<input type="checkbox"/> Giudizio di approvazione
Note:		

Prova finale ²³ (<i>obbligatoria</i>):	Tipo verifica	Note:
	<input type="checkbox"/> Prova scritta	
	<input checked="" type="checkbox"/> Prova orale	

t) Obblighi di frequenza


La frequenza da parte degli iscritti alle attività del corso è obbligatoria.

Per l'acquisizione dell'attestazione finale è richiesta la presenza per almeno il 75% delle ore del corso.

Il Comitato di coordinamento stabilisce la percentuale di frequenza obbligatoria per ciascuna attività.

u) Titoli di studio richiesti per l'ammissione:

Laurea triennale	
TUTTE	
Numero classe	Denominazione

	A1_SOFF_M_Proposta01	Modulo di proposta di attivazione	Rev.8 - Emissione: 20/02/2012
	Redatta da: Simona Cionti	Approvata da: Franca Tempesta	Emessa da: Manuela Tagliavini

Laurea specialistica/magistrale	
TUTTE	
Numero classe	Denominazione

Laurea con ordinamento previgente al D.M. 509/99	
TUTTE	
Denominazione	

Diploma universitario ²⁴	
TUTTI	
Denominazione	
Triennali	

Altri titoli di studio equiparati ²⁵	
Denominazione	
ISEF	


Altri titoli o requisiti obbligatori	

Titoli o requisiti preferenziali	

v) **Selezione**

Tipologia delle prove di ammissione ²⁶	Colloquio e valutazione Curriculum vitae et studiorum
Titoli valutabili (tipo e punteggio)	
Criteri di valutazione	
Votazione espressa in	centesimi
<input checked="" type="checkbox"/> Valutazione del Curriculum vitae et studiorum: <input type="checkbox"/> Valutazione dei titoli: <input type="checkbox"/> Prova scritta: <input checked="" type="checkbox"/> Colloquio: <input type="checkbox"/> Altro: Totale	Punteggio per voce 60 40
Data/e ²⁷	5-3-2014
Sede ²⁸	Edificio U7 aula 23

Riconoscimento di crediti oltre a quelli richiesti per l'ammissione ²⁹
--

 Pagina 9 di 12	A1_SOFF_M_Proposta01	Modulo di proposta di attivazione	Rev.8 - Emissione: 20/02/2012
	Redatta da: Simona Cionti	Approvata da: Franca Tempesta	Emessa da: Manuela Tagliavini

--

w) **Uditori** ³⁰

SI NO

Posti disponibili	
Quota di partecipazione	
Requisiti di accesso	
Modalità di selezione	

x) **Insegnamenti singoli** ³¹ (solo per i master)

SI NO

Posti disponibili	3
Quota di partecipazione ³²	€ 100,00 per CFU
Requisiti di accesso ³³	Laurea Triennale, Laurea Magistrale, Laurea con ordinamento previgente al D.M 509/99


y) **Comitato di Coordinamento** ³⁴

Nome e cognome	Interno Ateneo	INTERNI: Dipartimento di afferenza ESTERNI: Ente/Azienda di appartenenza	Qualifica
Presidente (Proponente e Direttore del corso)			
Marco Grasso	SI	Dipartimento di Sociologia e Ricerca Sociale	Ricercatore
Componenti			
Elena dell'Agnesse	<input checked="" type="checkbox"/>	Dipartimento di Sociologia e Ricerca Sociale	Prof. Associato
Marcella Schmidt di Friedberg	<input checked="" type="checkbox"/>	Dipartimento di Scienze Umane per la Formazione "Riccardo Massa"	Prof. Associato
Matilde Ferretto	<input checked="" type="checkbox"/>	Dipartimento di Sociologia e Ricerca Sociale	Prof. Ordinario
Paolo Galli	<input checked="" type="checkbox"/>	Dipartimento di Biotecnologie e Bioscienze	Ricercatore
Giorgio Grossi Stefano Malatesta Valentina Anzoise	<input checked="" type="checkbox"/>	Dipartimento di Sociologia e Ricerca Sociale Dipartimento di Scienze Umane per la Formazione "Riccardo Massa" Università Cà Foscari Venezia	Prof. Ordinario Assegnista Assegnista

Modulo composto da 3 sezioni:


1. Proposta di attivazione
2. Regolamento didattico (comprensivo di piano didattico)
3. Piano finanziario ³⁵

Le sezioni 1 e 2 della presente proposta saranno pubblicate sul sito web dell'Ateneo dopo l'approvazione degli Organi di governo.

	A1_SOFF_M_Proposta01	Modulo di proposta di attivazione	Rev.8 - Emissione: 20/02/2012
	Redatta da: Simona Cionti	Approvata da: Franca Tempesta	Emessa da: Manuela Tagliavini
Pagina 10 di 12			

Data 14-10-2013

Firma del proponente del corso

 UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI MILANO BICOCCA	A1_SOFF_M_Proposta01	Modulo di proposta di attivazione	Rev.8 - Emissione: 20/02/2012
	Redatta da: Simona Cionti	Approvata da: Franca Tempesta	Emessa da: Manuela Tagliavini

N.B. Le celle in grigio sono a compilazione automatica e non vanno modificate

codice (segreteria)	INSEGNAMENTI								MODULI DIDATTICI (EVENTUALI)				COPERTURA INSEGNAMENTI						
	denominazione insegnamenti in lingua italiana e in lingua inglese	CFU (1)	settore scientifico- disciplinare (2)	ore di attività (3)	responsabile insegnamento (4)	tipo di verifica (5)	valutazione verifica (6)	sintesi obiettivi formativi (7)	sintesi contenuti (8)	denominazione moduli (9)	CFU (10)	settore scientifico- disciplinare (11)	ore di attività (12)	forma didattica (13)	ore di attività (14)	tipo di copertura (15)	nome docente o "BANDO" (16)	settore scientifico- disciplinare (17)	art.3 o art.7 per docenti esterni (18)
FONDAMENTI TEORICI DI GEOFRAFIA, ECOLOGIA, POLITICHE DELL'AMBIENTE E RICERCA SOCIALE (Theoretical fundamentals: Geography, Ecology, Environmental Policy and Social Research)	6	BIO 07 MGGR01 MGGR02 SPS07 SPS10	48	Marco Grasso	Scritta	30	Fornire gli elementi per comprendere gli impatti ambientali e culturali generati dal turismo. Conoscere lo stato dell'arte dal punto di vista legislativo e politico in materia di tutela del patrimonio ambientale e culturale. Fornire le basi teoriche e metodologiche (tecniche, indicatori, indici) per raccogliere e analizzare dati sul territorio e la sostenibilità.	Fondamenti di Ecologia, Trattati ambientali internazionali, Politiche dell'ambiente, Legislazione ambientale, Tutela dei beni ambientali e del paesaggio e Indicatori di sostenibilità, Fondamenti di Metodologia della Ricerca, TLABORATORIOeorie dell'immagine ambientale e della rappresentazione dell'ambiente.	Ecologia	1	BIO 07	8	Frontale	8	Interno	Paolo Galli	BIO 07		Dip. di Biotecnologie e Bioscienze
									Politiche dell'Ambiente	1	MGGR02	8	Frontale	8	Esterno	BANDO			
									Geografia dei beni ambientali	1	MGGR01	8	Frontale	4	Interno	Elena dell'Agnesse	MGGR01		Dip. di Sociologia e Ricerca Sociale
													Frontale	4	Interno	Lorenzo Bagnoli	MGGR01		Dip. di Sociologia e Ricerca Sociale
									Rappresentazione e percezione dell'ambiente e indicatori di sostenibilità per il turismo	2	SPS10	16	Frontale	4	Esterno	BANDO			
													Frontale	4	Esterno	BANDO			
									Metodologia della ricerca socio-territoriale	1	SPS07	8	Frontale	4	Interno	Fabio Quassoli	SPS07		Dip. di Sociologia e Ricerca Sociale
Frontale	4	Esterno	BANDO																
EDITORIA TURISTICA E PROMOZIONE DEL TERRITORIO (Tourism Publishing and Territorial Promotion)	5	L-FIL- LET12	40	Marco Grasso	Scritta	30	Fornire gli elementi di editoria turistica e di promozione dell'offerta turistica. Nel dettaglio l'offerta sarà articolata su quattro argomenti: 1. Scrivere per e sul turismo; 2. Editoria turistica; 3. Organizzazione e progettazione di itinerari turistici; 4. le frontiere dell'editoria turistica online	Come si scrive una guida turistica e come si progettano itinerari di turismo sostenibile e responsabile	Frontale	12	Esterno	BANDO							
									Frontale	8	Esterno	BANDO							
									Frontale	12	Esterno	BANDO							
									Frontale	8	Esterno	BANDO							
FOTOGRAFIA E TURISMO (Photography and Tourism)	5	L-ART06	40	Marco Grasso	Scritto	30	Fornire le basi per la comprensione e l'utilizzo del linguaggio delle immagini. Elementi di produzione e post-produzione fotografica, gestione di archivi e banche dati di immagini come risorse per la valorizzazione del territorio e conservazione della memoria dei luoghi. Nel dettaglio l'offerta sarà articolata su quattro argomenti: 1. la fotografia professionale e amatoriale (dall'analogico al digitale); 2. la post-produzione; 3. la gestione degli archivi; 4. fotografia e Web.	Fotografia naturalistica e sociale per il turismo, Post-produzione fotografica (analogica e digitale), Gestione e consultazione archivi fotografici e banche dati immagini, Diritti di autore e licenze creative commons.	Frontale	8	Esterno	BANDO							
									Frontale	12	Esterno	BANDO							
									Frontale	12	Esterno	BANDO							
									Frontale	8	Esterno	BANDO							
AUDIOVISIVI E TURISMO (AudioVisual and Tourism)	5	L-ART06	40	Marco Grasso	Scritto	30	Fornire le basi di ideazione, produzione e post-produzione di documentari e spot pubblicitari e di altri format per la TV, il cinema e il Web. Nel dettaglio l'offerta sarà articolata su quattro argomenti: 1. la produzione televisiva; 2. girare e dirigere un documentario; 3. girare e dirigere uno spot; 4. la post-produzione video.	Come promuovere il turismo attraverso gli audiovisivi? Ovvero quali sono i format e i canali più adeguati per comunicare il turismo sostenibile e responsabile. Fondamenti di produzione e post-produzione audio-video.	Frontale	12	Esterno	BANDO							
									Frontale	8	Esterno	BANDO							
									Frontale	8	Esterno	BANDO							
									Frontale	8	Esterno	BANDO							
									Frontale	4	Esterno	BANDO							

Firma del proponente del corso:

MULTIMEDIA E TURISMO (Tourism and Multimedia)	5	INF01 SECS- P/08	40	Marco Grasso	Scritto	30	Fornire gli strumenti per l'ideazione e la gestione di contenuti e piattaforme cross-mediali e l'utilizzo di social network per la promozione turistica. Fornire le basi di webdesign e gestione di siti web, in quanto strumenti utili per rappresentare e comunicare in modo integrato il turismo sostenibile e responsabile.	Fondamenti di digital branding turistico, media marketing e piattaforme cross-mediali. Fondamenti di grafica, editing, webdesign e gestione di siti web	Digital Branding, Social media marketing e piattaforme crossmediali	4	SECS-P/08	28	Frontale	16	Esterno	BANDO		
													Frontale	12	Esterno	BANDO		
													Grafica e webdesign	1	INF01	12	Frontale	12
LABORATORIO DI SVILUPPO MULTIMEDIALE (Multimedia Designe)	6	INF01	72	Marco Grasso	Scritto	30	Permettere l'elaborazione dei contenuti realizzati durante i tre percorsi laboratoriali (Editoria, Fotografia e Audiovisivi) per una diffusione multimediale	Basi dell'attività di sviluppo web, uso dei CMS e dei fogli di stile		6	INF01	72	Esercitazione	72	Esterno	BANDO		

Percorso: Editoria turistica e promozione del territorio

LABORATORIO EDITORIA TURISTICA E PROMOZIONE DEL TERRITORIO	8	L-FIL-LET12	96	Marco Grasso	Scritto	30	Approfondimento dell'insegnamento EDITORIA TURISTICA E PROMOZIONE DEL TERRITORIO	Esercitazioni pratiche di scrittura di testi per il turismo, sia cartacei che per il web.		8	L-FIL-LET12	96	Esercitazione	96	Esterno	BANDO		
TOTALE ORE/CFU (escluso stage)	40		376							40		376		376				
STAGE	18		450							18		450		450				
PROVA FINALE (20)	2				Orale					2								
TOTALE ORE/CFU	60		826							60		826		826				

Percorso: Fotografia, valorizzare il territorio attraverso le immagini

LABORATORIO FOTOGRAFIA E TURISMO	8	L-ART06	96	Marco Grasso	Scritto	30	Approfondimento dell'insegnamento FOTOGRAFIA E TURISMO	Esercitazioni su fotografia e postproduzione fotografica, con approfondimenti anche sulle applicazioni/risorse per il Web e le piattaforme multimediali e interattive.		8	L-FIL-LET12	96	Esercitazione	96	Esterno	BANDO		
TOTALE ORE/CFU (escluso stage)	40		376							40		376		376				
STAGE	18		450							18		450		450				
PROVA FINALE (20)	2				Orale					2								
TOTALE ORE/CFU	60		826							60		826		826				

Percorso: Audiovisivi, verso una comunicazione turistica integrata

LABORATORIO AUDIOVISIVI E TURISMO	8	L-ART06	96	Marco Grasso	Scritto	30	Approfondimento dell'insegnamento FOTOGRAFIA E TURISMO	Esercitazioni di ripresa e postproduzione audio-video, con approfondimenti anche sulle applicazioni/risorse per il Web e le piattaforme multimediali e interattive.		8	L-FIL-LET12	96	Esercitazione	96	Esterno	BANDO		
TOTALE ORE/CFU (escluso stage)	40		376							40		376		376				
STAGE	18		450							18		450		450				
PROVA FINALE (20)	2				Orale					2								
TOTALE ORE/CFU	60		826							60		826		826				

ORGANIZZAZIONE DIDATTICA DEL CORSO	INDICARE SI O NO
E' PREVISTA LA PRESENZA IN AULA DI TUTOR?	Si

Firma del proponente del corso:

Data _____