

Master Lingue, Comunicazione Interculturale e Management del Turismo

Direttore del Master: Barbara Antonucci (barbara.antonucci@uniroma3.it) tel 3937265552

Il corso in breve

Il Master **Lingue, Comunicazione Interculturale e Management del Turismo, XVII edizione** (ex Linguaggi del Turismo e Comunicazione Interculturale) si pone l'obiettivo di fornire una preparazione fortemente finalizzata all'inserimento nel mondo del lavoro. Rivolto agli studenti in possesso di laurea triennale, il Master permette di acquisire conoscenze sulle professioni turistiche e sulle diverse articolazioni del turismo (culturale, congressuale, sportivo, religioso, slow, sostenibile, crocieristico, luxury, ecc.) e raggiungere le competenze pratiche necessarie su Destination Management, economia e gestione d'impresa, legislazione turistica, organizzazione e tecnica turistica, Guest Experience Management e Digital Storytelling. Un modulo del Master è interamente dedicato allo studio delle lingue straniere (corsi da 40 ore ciascuno di inglese, francese, russo, spagnolo, tedesco, ecc. a seconda delle richieste dei corsisti) applicate al dominio del Turismo. Gli incontri con i testimonial, le giornate di studio, i job days che il Master organizza e gli stage formativi sul campo, hanno l'obiettivo di preparare i futuri professionisti dell'accoglienza e del management delle attività culturali e del tempo libero.

Obiettivi formativi e offerta didattica

Il Master in Lingue, Comunicazione Interculturale e Management del turismo intende fornire una **conoscenza teorica e pratica** delle **diverse articolazioni del comparto turistico** con l'obiettivo di offrire una **preparazione fortemente finalizzata all'inserimento nel mondo del lavoro**.

Particolare enfasi viene posta sulle **professioni creative nel Settore Turismo e Cultura**. Il Master garantisce una robusta preparazione sugli **aspetti culturali, organizzativi, normativi e comunicativi del fenomeno turistico** e un **potenziamento delle capacità linguistiche e informatiche** del corsista – qualità essenziali per un'efficace comunicazione interculturale.

I tre moduli nei quali il Master si articola permettono ai corsisti (non solo neolaureati, ma anche figure professionali già formate) di sviluppare nuove conoscenze nei molteplici ambiti del vasto settore turistico o rafforzare conoscenze pregresse attraverso corsi mirati. È possibile l'iscrizione ai singolo Moduli: A, B e C

(formula Executive) e la frequenza al master in qualità di Uditore (senza conseguimento del titolo).

Modulo A (Aspetti culturali e creativi del turismo): Il **Modulo A** si svolgerà nei mesi di febbraio, marzo, aprile e maggio ed è finalizzato all'acquisizione e al consolidamento di concetti legati alla **cultura del turismo**, alle sue origini e alla sua evoluzione, con particolare attenzione agli aspetti dell'**interculturalità** e della **comunicazione interculturale**: il consolidamento e/o il potenziamento della conoscenza umanistica costituiranno un elemento essenziale, nonché un punto di forza, per quanti operano nel settore del turismo. Le lezioni svilupperanno le seguenti tematiche: **turismo culturale** (storytelling, lingua, letteratura, cinema, arte e media), **turismo artistico**, **turismo storico archeologico**, **turismo ambientale**, **turismo religioso**, **turismo accessibile**, **turismo enogastronomico**, **turismo dei piccoli centri**, **organizzazione turistica**, **cooperazione internazionale per il turismo**, **alfabetizzazione per guide e accompagnatori turistici**. I seminari e i laboratori del Modulo A verteranno su: **storia e cultura del turismo**, **storia dell'arte**, **itinerari letterari**, **itinerari enogastronomici**, **itinerari cine-turistici** e **itinerari museali**.

Modulo B (Aspetti operativi del turismo): Il **modulo B**, dal taglio spiccatamente **operativo**, si svolgerà nei mesi di aprile, maggio, giugno, settembre, ottobre e novembre. Per tale ragione, le lezioni del modulo B saranno tenute non solo **da accademici** ma **da professionisti** operanti nel settore. Scopo del modulo è: fornire **conoscenze essenziali** a quanti desiderino lavorare nel settore turistico (**destination management**, **hospitality**, **diritto del turismo e dei beni culturali**, **cenni di economia turistica**, **comunicazione aziendale**, **marketing e turismo**, **sociologia e psicologia del turismo**, **legislazione turistica**, **event planning**, ecc.). Alla fine del Modulo, lo studente sarà in grado di redigere un **business plan** per creare una **start-up** in ambito turistico. Per la sua natura più operativa, il modulo B mira anche all'acquisizione e al consolidamento delle **soft skill** (uso dei *social media*, *web writing*, *blogging*, *content marketing*, ecc.) dello studente. Un numero cospicuo di lezioni sono dedicate al mental coaching, alla redazione di un c.v. vincente e alla preparazione a colloqui conoscitivi e selettivi.

MODULO C (Aspetti linguistici del turismo e Alfabetizzazione Informatica): Il **modulo C** sarà costituito da **lezioni di lingua inglese e altra/e lingua/e** e si svolgerà **parallelamente** agli altri due moduli.

- Attraverso il **task-based approach** lo studente potrà consolidare le quattro abilità linguistiche di partenza ed integrate, ed espandere sia le competenze comunicative settoriali che le conoscenze specialistiche. Inoltre acquisirà la consapevolezza che l'interazione turistica è ineludibilmente connessa alla comunicazione interculturale. Il **sillabo** delinea diversi percorsi didattici che, oltre a far riflettere sulla struttura sintattico-grammaticale della L2/LS (riflessione metalinguistica che si estende anche alla madrelingua), opererà nel **campo della terminologia turistica** avvalendosi di testi microlinguistici, di **documenti autentici e risorse** utilizzati nel settore, quali contratti, brochure, giornali di bordo, dépliant e siti web.
- Le lezioni di lingua potenzieranno le forme di **comunicazione specialistica** in ambito turistico su due fronti. Da un lato, infatti, si riconnettono alle tematiche affrontate nei moduli A e B (economia, servizi e prodotti, legislazione, ecc.), costituendone così un'essenziale integrazione, e offrono quell'approfondimento terminologico e culturale imprescindibile per introdurre il futuro professionista nel contesto d'azione estero (paesi di lingua inglese, spagnola, francese, russa, ecc.) e nazionale; dall'altro, focalizzano l'approccio comunicativo su contesti situazionali concreti (Alloggi turistici, mezzi di trasporto, diversificazione turistica, guide e operatori turistici, il punto di informazione turistica, il dépliant turistico, ecc.). In particolare, vi si affineranno le strategie del Problem Solving (definizione del problema, determinazione degli effetti, proposte di soluzione: suggerimenti e valutazioni), della comunicazione a seconda dei canali comunicativi (conversazione telefonica, email, ecc.) e delle situazioni professionali (riunioni di lavoro, clienti, presentazione di un'offerta turistica, ecc.); si rafforzeranno altresì le tecniche d'argomentazione (negoziare, fare presentazioni, ecc.) e si incrementeranno le strategie per la rapida comprensione testuale.
- Le lezioni di lingua affronteranno anche aspetti della **traduzione specialistica** in ambito turistico limitati a brevi testi informativi e pubblicitari.
- **Valutazione formativa in itinere e sommativa.** Sulla base di una competenza digitale acquisita, oltre alle competenze specifiche linguistiche sviluppate durante il corso, gli studenti presenteranno un progetto originale in lingua.

Il Master garantisce a quanti lo desiderano di svolgere uno o più stage in realtà operanti nel settore. Ciascun corsista avrà l'opportunità di confrontarsi con la realtà lavorativa di suo maggiore interesse e nella quale intende intraprendere la sua professione.

Mappatura delle competenze

Alla fine del Corso di Master i corsisti avranno acquisito:

- Conoscenze robuste nell'organizzazione e tecnica turistica;

- Conoscenze approfondite sulle professioni legate all'ambito del turismo in tutte le sue articolazioni;
- Strumenti necessari per operare nel comparto turistico;
- Competenze linguistiche (specialistiche) in diverse lingue straniere;
- Competenze informatiche;
- Strumenti essenziali per la ricerca del lavoro.

A chi si rivolge il Master Lingue, Comunicazione Interculturale e Management del turismo

- Il Master è destinato a studenti in possesso di laurea triennale in materia umanistica (lingue straniere, storia, geografia, comunicazione, italianistica, storia dell'arte, beni culturali, ecc.), economica (tutte le articolazioni dell'economia e della gestione impresa), giuridica (legislazione turistica ecc.), scienze dell'enogastronomia, scienze politiche, architettura.
- La formula Executive/Uditori è indirizzata agli insegnanti che intendano approfondire le proprie conoscenze sui temi affrontati all'interno del Master e ai professionisti interessati a un aggiornamento professionale.

Gli ambiti di insegnamento sono:

- Organizzazione e tecnica turistica
- Le professioni turistiche e le diverse articolazioni del turismo (culturale, congressuale, sportivo, religioso, slow, sostenibile, crocieristico, luxury, ecc.).
- Destination Management, economia e gestione d'impresa.
- Studio delle lingue straniere (corsi da 40 ore ciascuno di inglese, francese, russo, spagnolo, tedesco, ecc. a seconda delle richieste dei corsisti) applicate al dominio del Turismo.

Sede del Master

Dipartimento di Lingue, Letterature e Culture Straniere

Le lezioni si svolgono il lunedì, martedì e mercoledì (mattina e pomeriggio) in Sala Informatica 1.

Per maggiori informazioni, visitate il sito:

<http://masterlinguaggiturismo.uniroma3.it/index.php?page=home>

Master Linguaggi e Turismo <master.linguaggiturismo@uniroma3.it>

barbara.antonucci@uniroma3.it