

Università	Università degli Studi di VERONA
Classe	LM-38 - Lingue moderne per la comunicazione e la cooperazione internazionale
Nome del corso in italiano	Lingue per la comunicazione turistica e commerciale <i>adeguamento di: Lingue per la comunicazione turistica e commerciale (1381351)</i>
Nome del corso in inglese	Languages for tourism and business communication
Lingua in cui si tiene il corso	italiano
Codice interno all'ateneo del corso	L71^2018^PDS0-2018^023091
Data di approvazione della struttura didattica	09/04/2018
Data di approvazione del senato accademico/consiglio di amministrazione	10/04/2018
Data della consultazione con le organizzazioni rappresentative a livello locale della produzione, servizi, professioni	25/01/2008
Data del parere favorevole del Comitato regionale di Coordinamento	
Modalità di svolgimento	a. Corso di studio convenzionale
Eventuale indirizzo internet del corso di laurea	http://www.dlls.univr.it/?ent=cs&id=392&tcs=MA
Dipartimento di riferimento ai fini amministrativi	Lingue e letterature straniere
Altri dipartimenti	Economia aziendale
EX facoltà di riferimento ai fini amministrativi	
Massimo numero di crediti riconoscibili	12 DM 16/3/2007 Art 4 Nota 1063 del 29/04/2011

Obiettivi formativi qualificanti della classe: LM-38 Lingue moderne per la comunicazione e la cooperazione internazionale

I laureati nei corsi di laurea magistrale della classe devono:

- *possedere un'elevata competenza di almeno una lingua europea o extra-europea;
- * conoscere le tematiche culturali, storiche, economiche e sociali delle aree geografiche connesse alle lingue prescelte, in modo da utilizzare con consapevolezza le lingue conosciute nella prospettiva della comunicazione internazionale;
- * possedere solide conoscenze nel campo dell'analisi linguistica, dei processi sociolinguistici e dei meccanismi comunicativi;
- * possedere solide conoscenze nelle discipline sociali, economiche e giuridiche;
- * essere in grado di operare tramite ausili informatici e telematici.

Sbocchi occupazionali e attività professionali previsti dai corsi di laurea sono:

- * con funzioni di elevata responsabilità, nell'ambito delle relazioni internazionali presso aziende, la pubblica amministrazione, le strutture del volontariato, gli enti locali nonché nella direzione di organizzazioni internazionali, di settori della cooperazione e degli aiuti allo sviluppo;
- * attività professionali di esperti presso enti e istituzioni nell'ambito dell'integrazione economica, sociale e culturale; di consulenza specialistica presso enti pubblici nell'ambito della tutela delle lingue immigrate e più in generale in rapporto alla legislazione linguistica dell'Unione Europea.

Gli atenei organizzano, in accordo con enti pubblici e privati, stages e tirocini.

Sintesi della relazione tecnica del nucleo di valutazione

Sintesi della consultazione con le organizzazioni rappresentative a livello locale della produzione, servizi, professioni

Vedi allegato

Le consultazioni con le parti sociali sono avvenute inizialmente nel gennaio 2008 e successivamente nel mese di aprile 2014, in particolare, il 16 e il 23 aprile 2014. Le Parti Sociali più rappresentative per il Corso di Laurea Magistrale in Lingue per la Comunicazione Turistica e Commerciale sono gli studenti e le loro famiglie, i rappresentanti del mondo imprenditoriale (soprattutto a vocazione commerciale e internazionale), le organizzazioni e le associazioni di categoria, i rappresentanti pubblici e privati del mondo turistico.

Con l'obiettivo di verificare il livello di soddisfazione di alcuni rappresentanti delle Parti Sociali in relazione all'offerta del Corso di Laurea Magistrale in Lingue per la Comunicazione Turistica e Commerciale sono stati contattati un esponente del mondo imprenditoriale commerciale (Responsabile Formazione Berner s.p.a) e un esponente del mondo turistico (Amministratore Unico Provincia di Verona Turismo).

Posta la generale soddisfazione dimostrata da entrambi gli interlocutori, si sono evidenziate alcune possibili linee di miglioramento legate soprattutto, all'approfondimento all'interno dell'offerta formativa di alcuni contenuti specifici e alla riduzione del divario che spesso emerge tra il mondo accademico e l'applicazione di quanto studiato in un contesto aziendale e organizzativo.

Entrambi gli interlocutori si sono inoltre dimostrati particolarmente propositivi e intenzionati a rafforzare ulteriormente il rapporto di collaborazione con l'Ateneo di Verona, certi delle positive sinergie che tale collaborazione può continuare a generare.

Le consultazioni con il sistema socioeconomico e le parti interessate sono state ulteriormente rinnovate tra novembre e dicembre 2016 con due incontri (il 30/11/2016 e il 2/12/2016) ai quali hanno preso parte sia organizzazioni rappresentative aventi un'ampia visione dei fenomeni turistici e commerciali (Camera di Commercio, Confindustria, Provincia di Verona) che imprese con un ruolo rilevante nell'economia locale e nel commercio internazionale (Globo spa e Polobio srl). Nel corso degli incontri, da un lato

sono state confermate la presenza di una forte domanda di formazione relativa al Corso di Laurea e la capacità dello stesso di soddisfarla in modo efficace, dall'altra è emersa l'utilità di alcuni affinamenti relativi all'ordinamento didattico in modo da valorizzare ulteriormente la vocazione professionalizzante del Corso di Laurea. Nel dettaglio sono emerse: l'utilità per gli studenti di confrontarsi per un tempo significativo con problematiche e situazioni di una certa complessità attraverso stage di maggiore durata e attraverso progetti di tesi sperimentali e articolati; l'importanza di ampliare l'offerta linguistica attivando insegnamenti di altre lingue con particolare riferimento al portoghese-brasiliano e al cinese; l'utilità di valorizzare nel Corso di Laurea le tematiche connesse al digitale (social media, e-commerce, ecc.), sempre più importanti sia nel contesto turistico che in quello commerciale.

Obiettivi formativi specifici del corso e descrizione del percorso formativo

Il Corso di laurea magistrale si propone di formare dei laureati che siano in grado di padroneggiare competenze linguistiche, organizzative e manageriali nonché abilità comunicative specifiche per posizioni di responsabilità, connesse alla gestione, con elevato grado di autonomia, delle relazioni commerciali con clienti e fornitori stranieri. Il corso si articola in curricula, orientati a sviluppare competenze ed abilità utili per l'inserimento in aziende ed enti turistici ovvero in aziende manifatturiere o di servizi, con elevata vocazione internazionale.

Nello specifico questo corso intende formare laureati con competenze elevate in almeno due lingue straniere, insieme ad adeguate conoscenze culturali e metalinguistiche nonché ad approfondite conoscenze nelle discipline economico-aziendali e giuridiche, necessarie per comprendere e risolvere problemi di origine linguistica e non linguistica, legati ai processi di comunicazione e al commercio internazionale. Il corso si propone inoltre di fornire alcune nozioni di natura storica, geografica e culturale utili per consentire al laureato di interpretare i diversi contesti applicativi in cui si troverà a lavorare e di utilizzare con consapevolezza le competenze linguistiche e le conoscenze economico-aziendali e giuridiche acquisite.

Il percorso formativo prevede al primo anno lo studio di due lingue straniere scelte tra cinese (solo come seconda lingua), francese, inglese, russo, spagnolo e tedesco e al secondo anno un insegnamento di linguaggio di specialità nella prima lingua scelta tra francese, inglese, russo, spagnolo e tedesco.

Il percorso prevede inoltre lo studio della gestione strategica di impresa, del marketing, dei fondamenti dell'amministrazione aziendale e approfondimenti culturali e metodologici legati al curriculum prescelto, nonché un'attività di stage in coerenza con la vocazione professionalizzante del corso. Il percorso si completa con la prova finale attraverso la quale lo Studente affina le proprie capacità di elaborare autonomamente un argomento e di discuterlo criticamente.

Risultati di apprendimento attesi, espressi tramite i Descrittori europei del titolo di studio (DM 16/03/2007, art. 3, comma 7)

Conoscenza e capacità di comprensione (knowledge and understanding)

Il laureato in Lingue per la Comunicazione Turistica e Commerciale possiederà una conoscenza avanzata di almeno due lingue straniere (tra cinese, francese, inglese, spagnolo, tedesco e russo), unitamente ad una adeguata conoscenza culturale e metalinguistica. Il laureato avrà inoltre acquisito una solida preparazione nelle discipline economico-aziendali e alcune conoscenze di base nelle discipline giuridiche, storiche e geografiche.

Gli obiettivi formativi saranno perseguiti mediante attività che prevedono, oltre alle lezioni frontali, anche esercitazioni, laboratori, attività di studio assistito finalizzate a facilitare l'acquisizione delle conoscenze teoriche e operative nei diversi ambiti disciplinari.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione (applying knowledge and understanding)

Il laureato svilupperà le capacità per comprendere e risolvere problemi di origine linguistica (connessi all'analisi, traduzione, predisposizione di testi) e non linguistica (connessi alla diagnosi di mercato e allo sviluppo di piani e soluzioni per avviare e/o rafforzare le relazioni con clienti e fornitori esteri) negli ambiti del turismo o del commercio internazionale.

Durante il percorso formativo, il laureando potrà testare e sviluppare le competenze apprese con uno stage durante il quale potrà sperimentare le criticità connesse al reale funzionamento di imprese, enti e altre istituzioni.

Gli obiettivi formativi saranno perseguiti mediante attività che prevedono, oltre alle lezioni frontali e assimilate, anche esercitazioni, laboratori, project work, stage e attività di studio assistito.

Autonomia di giudizio (making judgements)

Il laureato possiederà gli strumenti per formulare giudizi in situazioni complesse che presentino informazioni limitate o incomplete così come accade nelle organizzazioni imprenditoriali.

a. modalità e tipologie di attività formative con cui i risultati attesi vengono conseguiti

A questo scopo sono destinate attività che prevedono, oltre alle lezioni frontali, esercitazioni, project work/stage, discussione di casi aziendali e progetti che presentino informazioni limitate o incomplete.

b. strumenti didattici con cui sono verificati

Tali abilità saranno valutate contestualmente alle valutazioni della conoscenza e capacità di comprensione, nonché in sede di prova finale.

Abilità comunicative (communication skills)

Al termine del percorso il laureato possiederà competenze e strumenti avanzati per la comunicazione chiara e priva di ambiguità, sia in forma scritta che orale nei linguaggi settoriali del turismo e del commercio estero. Acquisirà inoltre un'adeguata conoscenza della cultura organizzativa dei contesti lavorativi e sarà quindi in grado di esprimere le proprie conoscenze e la ratio ad esse sottese, sia a interlocutori specialisti che non specialisti, con un approccio professionale alla propria attività. Dovrà infine aver sviluppato sia l'attitudine a lavorare in gruppo che a operare con definiti gradi di autonomia.

a. modalità e tipologie di attività formative con cui i risultati attesi vengono conseguiti

A questo scopo sono destinate attività seminariali, sia con riferimento ai singoli insegnamenti, sia e soprattutto interdisciplinari, volte ad affinare abilità di comunicazione orale e scritta.

b. strumenti didattici con cui sono verificati

La verifica delle abilità acquisite avviene contestualmente alle valutazioni della conoscenza e della capacità di comprensione, nonché durante la pratica delle attività seminariali.

Capacità di apprendimento (learning skills)

Il laureato svilupperà le abilità di apprendimento necessarie per perfezionare la propria formazione in modo autonomo o accedendo ai Master di II° livello o ai Dottorati di Ricerca attivati nell'ambito dell'Università degli Studi di Verona o in altri Atenei.

a. modalità e tipologie di attività formative con cui i risultati attesi vengono conseguiti

A questo scopo è destinato lo sviluppo dell'elaborato per la prova finale.

b. strumenti didattici con cui sono verificati

Tale aspetto sarà verificato in sede di prova finale.

Conoscenze richieste per l'accesso

(DM 270/04, art 6, comma 1 e 2)

REQUISITI CURRICULARI (numero minimo di CFU che il laureato di primo livello deve possedere nei SSD qualificanti):

- L-LIN 04/07/12/14/21 PRIMA Lingua straniera = 25 CFU
- L-LIN 04/07/12/14/21; L-OR/21 SECONDA Lingua straniera = 25 CFU
- SECS-P/07 Economia aziendale, SECS-P/08 Economia e gestione delle imprese, SECS-P/10 - Organizzazione aziendale = 6 CFU
- IUS = 6 CFU
- L-FIL-LET/12 Linguistica italiana, L-LIN/01 Glottologia e linguistica generale, L-LIN/02 Didattica delle Lingue Moderne, M-FIL/05 Filosofia e teoria dei linguaggi = 4 CFU

PREPARAZIONE PERSONALE

Per potersi iscrivere alla laurea magistrale, lo Studente dovrà dimostrare di aver ottenuto i seguenti livelli di competenza linguistica:

- prima lingua straniera: livello C1
- seconda lingua straniera: livello C1 se la lingua scelta è francese, spagnolo, inglese, tedesco o russo; livello B2 se la lingua scelta è cinese.
- lingua italiana livello B2

Le modalità di verifica della preparazione personale sono specificate nel regolamento didattico del corso di studio.

Caratteristiche della prova finale

(DM 270/04, art 11, comma 3-d)

La prova finale, cui sono attribuiti 15 CFU, consiste nella discussione di un elaborato prodotto sotto la guida di un relatore. Essa contribuirà ad affinare le capacità dello Studente di elaborare autonomamente un argomento e di discuterlo criticamente con il supporto delle fonti e risorse bibliografiche disponibili in Università. L'elaborato potrà essere redatto e discusso in lingua straniera.

Comunicazioni dell'ateneo al CUN

Nella parte Qualità - sezione D - quadro D5 è stato caricato il documento di progettazione relativo alla modifica di ordinamento per l'a.a. 2018/19.

Sbocchi occupazionali e professionali previsti per i laureati

Specialisti nella commercializzazione di beni e servizi nei mercati internazionali (export manager, addetti al back office commerciale e simili); Specialisti nello sviluppo e nella commercializzazione di servizi turistici presso enti e imprese vocati al mercato turistico internazionale (responsabili e addetti al marketing, alla comunicazione, al booking e simili)

funzione in un contesto di lavoro:

Il laureato svolgerà compiti di elevata responsabilità nella creazione e nella gestione delle relazioni commerciali con clienti e fornitori stranieri intrattenute da aziende turistiche, di servizi e manifatturiere, nonché da enti pubblici e privati, associazioni di categoria e organizzazioni nazionali e internazionali nel campo dello sviluppo del commercio.

Sarà altresì in grado di svolgere in modo autonomo le attività di analisi del contesto culturale, economico e di mercato necessarie a supportare l'avvio e la gestione di tali relazioni.

competenze associate alla funzione:

Il corso di laurea magistrale in Lingue per la comunicazione turistica e commerciale si propone di fornire agli studenti competenze linguistiche e manageriali utili per affrontare in modo costruttivo le tematiche complesse del mondo aziendale. In particolare, le competenze linguistiche si riferiscono a un ottimo livello di conoscenza di almeno due lingue straniere anche in relazione al linguaggio specialistico commerciale e turistico, mentre le competenze manageriali sono relative a competenze di natura economico aziendale, con particolare riguardo alle competenze di natura amministrativa, gestionale e commerciale. Inoltre, il laureato in Lingue per la Comunicazione Turistica e Commerciale dispone di alcune nozioni di natura giuridica, storica e geografica utili a contestualizzare e a interpretare i diversi contesti applicativi in cui si troverà a lavorare.

sbocchi occupazionali:

Il laureato eserciterà la sua professione presso aziende manifatturiere e di servizi con forte vocazione all'internazionalizzazione dell'attività, organizzazioni pubbliche e private volte a sostenere tali processi, strutture pubbliche o private dedite alla promozione e allo sviluppo di prodotti turistici territoriali; presso imprese turistiche (tour operator, network di agenzie, agenzie incoming, organizzatori di fiere eventi e congressi) vocate ad un mercato turistico internazionale, sia nel leisure che nel business travel, nella consulenza ai processi di internazionalizzazione.

Il corso prepara alla professione di (codifiche ISTAT)

- Specialisti nella commercializzazione di beni e servizi (escluso il settore ICT) - (2.5.1.5.2)
- Interpreti e traduttori di livello elevato - (2.5.4.3.0)

Il rettore dichiara che nella stesura dei regolamenti didattici dei corsi di studio il presente corso ed i suoi eventuali curricula differiranno di almeno 30 crediti dagli altri corsi e curriculum della medesima classe, ai sensi del DM 16/3/2007, art. 1 §2.

Attività caratterizzanti

ambito disciplinare	settore	CFU		minimo da D.M. per l'ambito
		min	max	
Discipline semiotiche, linguistiche e informatiche	INF/01 Informatica	6	6	-
Lingue moderne	L-LIN/04 Lingua e traduzione - lingua francese L-LIN/07 Lingua e traduzione - lingua spagnola L-LIN/12 Lingua e traduzione - lingua inglese L-LIN/14 Lingua e traduzione - lingua tedesca L-LIN/21 Slavistica L-OR/21 Lingue e Letterature della Cina e dell'Asia sud-orientale	24	24	-
Scienze economico-giuridiche, sociali e della comunicazione	IUS/04 Diritto commerciale SECS-P/07 Economia aziendale SECS-P/08 Economia e gestione delle imprese	36	36	-
Minimo di crediti riservati dall'ateneo minimo da D.M. 48:		-		

Totale Attività Caratterizzanti	66 - 66
--	---------

Attività affini

ambito disciplinare	settore	CFU		minimo da D.M. per l'ambito
		min	max	
Attività formative affini o integrative	L-ART/02 - Storia dell'arte moderna M-GGR/01 - Geografia SECS-P/11 - Economia degli intermediari finanziari SECS-P/12 - Storia economica	12	12	12

Totale Attività Affini	12 - 12
-------------------------------	---------

Altre attività

ambito disciplinare		CFU min	CFU max
A scelta dello studente		12	12
Per la prova finale		15	15
Ulteriori attività formative (art. 10, comma 5, lettera d)	Ulteriori conoscenze linguistiche	6	6
	Abilità informatiche e telematiche	-	-
	Tirocini formativi e di orientamento	0	9
	Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro	0	9
Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. d		15	
Per stages e tirocini presso imprese, enti pubblici o privati, ordini professionali		-	-

Totale Altre Attività	42 - 51
------------------------------	---------

Riepilogo CFU

CFU totali per il conseguimento del titolo	120
Range CFU totali del corso	120 - 129
<i>Segnalazione:</i> il totale (min) di 120 crediti è pari ai crediti per il conseguimento del titolo	

Motivazioni dell'inserimento nelle attività affini di settori previsti dalla classe o Note attività affini

(Settori della classe inseriti nelle attività affini e non in ambiti di base o caratterizzanti : M-GGR/01)

All'insegnamento nel SSD M-GGR/01 è affidato un ruolo di completamento della preparazione culturale dello studente, nell'ambito di un percorso di studi imperniato sulle materie linguistiche ed economiche.

Note relative alle altre attività

Note relative alle attività caratterizzanti

RAD chiuso il 10/04/2018