UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MILANO

MODELLO PER LA PRESENTAZIONE DELLE PROPOSTE DI ISTITUZIONE DI CORSI DI PERFEZIONAMENTO A.A. 2017/2018

Dipartimenti proponenti:

DIPARTIMENTO DI SCIENZE AGRARIE E AMBIENTALI
Università degli Studi di Milano

DIPARTIMENTO DI STUDI PER L'ECONOMIA E L'IMPRESA
Università degli Studi del Piemonte Orientale "Amedeo Avogadro"

Corso di perfezionamento in SUSTAINABLE TOURISM FOR MOUNTAIN AREAS
(avanzato internazionale)

Segreteria organizzativa:

Gesdimont
via Morino n. 8 – Edolo (BS)
Tel/Fax. 0364/71324
Mail: corso.edolo@unimi.it

Dipartimento di Studi per l'Economia e l'Impresa
Via E. Perrone, 18 28100 Novara

Sede di svolgimento del corso:
via Morino 8 – Edolo (BS)

Periodo di svolgimento:
dal 15 ottobre 2017 al 15 febbraio 2018

Durata del corso in ore:
70h

1 - OBIETTIVI FORMATIVI DEL CORSO

Il corso di perfezionamento si prefigge di fornire gli strumenti di base utili per sviluppare e potenziare il business nel settore turistico montano e si rivolge in particolare ai giovani imprenditori, agli stakeholder e alle istituzioni che operano nella Macroregione alpina nell'ambito turistico.
Il corso si propone di esplorare, analizzare e condividere l'evoluzione, i modelli e gli esempi disponibili nell'ambito economico, socio-culturale e naturale collegati al settore a livello internazionale (7 Paesi e 48 Regioni dell'area EUSALP). Si prefigge inoltre di portare in primo piano le potenzialità abilitate dall'uso delle nuove tecnologie, degli strumenti informatici e telematici per la promozione, l'organizzazione e la promozione delle attività turistiche.

Il corso mira a creare le condizioni per possibili sbocchi occupazionali e professionali in tutta la Macroregione Alpina, sarà integralmente erogato in lingua inglese e si rivolge a: tecnici delle attività ricettive e professioni assimilate; organizzatori di fiere, esposizioni ed eventi culturali; organizzatori di convegni e ricevimenti; animatori turistici e professioni assimilate; agenti di viaggio; agenzie turistiche; guide e accompagnatori naturalistici, esperienziali, culturali e sportivi; guide turistiche; pubbliche amministrazioni.

2 – RILEVAZIONE DEI FABBISOGNI FORMATIVI E SETTORI OCCUPAZIONALI DI RIFERIMENTO

L'ambito turistico, in particolare nelle zone di montagna, sta risentendo negli ultimi anni di fattori sempre più penalizzanti. L'abbandono dei territori, il cambio climatico, il gusto per un tipo di vacanza diversa, un modello di gestione dell'offerta stagionale e superato, sono elementi che sempre più marcato trend economici in discesa. Questo fenomeno è evidente in tutte le Alpi italiane e non ed il potenziamento del settore turistico quale leva per la crescita economica dell'area è tra le priorità della Strategia Macroregionale Alpina.

Il Corso di perfezionamento in Sustainable Tourism for Mountain Areas (avanzato internazionale) è proposto dall'Università degli Studi di Milano in partnership paritaria con l'Università degli Studi del Piemonte Orientale, e si prefigge di formare figure professionali capaci di lavorare e collaborare anche a livello internazionale, scambiarsi buone pratiche, sviluppare modelli win-to-win, interpretare in modo collaborativo le vocazioni dei luoghi ed il valore delle comunità che li abitano, creando un nuovo tipo di offerta turistica che metta al centro le persone e le esigenze di formazione e offerta del tempo presente.

Il Corso propone quattro blocchi logici:

1. lo sguardo da parte delle Università e degli esperti

2. lo sguardo dai territori
3. nuovi modelli e strategie per la crescita nell'ambito turistico
4. le start-up nel settore turistico, il marketing e la comunicazione

1. lo sguardo da parte delle Università e degli esperti: nel primo blocco tematico vengono proposti ai partecipanti i modelli e le strategie legate al turismo sostenibile, passando da ambiti quali l'economia, la sostenibilità ambientale, la società. Un focus sui 7 Paesi alpini permetterà di evidenziare il valore dei patrimoni culturali materiali e immateriali tradizionali a disposizione per la costruzione di un nuovo tipo di offerta turistica.

2. lo sguardo dai territori: nel secondo blocco vengono introdotti i temi legati all'organizzazione e della programmazione del territorio, del management delle destinazioni turistiche in una logica integrata, dei finanziamenti a supporto nelle diverse aree della Macroregione. Un focus particolare è rivolto all'educazione all'accoglienza, abilità che sempre più necessita di formazione professionale per poter rispondere in modo adeguato ai nuovi tipi di turismo.

3. nuovi modelli e strategie per la crescita nell'ambito turistico: nel terzo blocco vengono presentati in modo approfondito sei diverse tipologie di turismo sostenibile: (1) il turismo accessibile; (2) il turismo silver; (3) il turismo esperienziale; (4) il turismo della qualità e del benessere; (5) il turismo e la cultura; (6) il turismo "lento".
Tutti gli argomenti trattati vengono accompagnati dalla presentazione e dall'analisi comparata di casi studio reali dai 7 Paesi e dalle 48 Regioni coinvolte.

4. le start-up nel settore turistico, il marketing e la comunicazione: nel quarto blocco vengono forniti utili strumenti per le start-up nel settore turistico; vengono introdotte le tecniche di marketing e di promozione necessarie per la loro crescita. Il turismo moderno ha sostituito l'uso delle agenzie di viaggi con quello del web e in molti casi, l'utente è l'artefice della propria esperienza di viaggio: questi elementi verranno tenuti in considerazione durante tutta la durata del corso ed un'attenzione particolare verrà dedicata ai canali oggi in uso di tipo social, digitali, e-commerce, management a livello nazionale ed internazionale.

3 - ORGANI DEL CORSO DI PERFEZIONAMENTO

Coordinatore del corso

Nome e cognome	Dipartimento di appartenenza	Qualifica	Settore scientifico disciplinare
Annamaria Giorgi	Dipartimento di Scienze Agrarie e Ambientali – GeSDiMont (UNIMI)	Professore associato e direttrice GeSDiMont	AGR/13 Chimica agraria
Antonella Capriello	Dipartimento di studi per l'economia e l'impresa (UNIUPO)	Professore associato	SECS-P/08 Economia e Gestione delle Imprese

4 - ORGANIZZAZIONE DEL CORSO

Indicare in maniera dettagliata le diverse tipologie delle attività previste e la descrizione degli argomenti trattati, specificando il relativo impegno orario

Tipologia di attività e denominazione argomenti	**Durata in ore**
LO SGUARDO DA PARTE DELLE UNIVERSITA' e DEGLI ESPERTI	
Turismo Sostenibile *La tematica del turismo sostenibile viene declinata, in funzione dei seguenti nuclei tematici: economia, ambiente e società. In particolare, vengono valutate le relazioni tra turismo e sviluppo locale con riferimento alle strategie di sviluppo sostenibile, alla sostenibilità ambientale e al ruolo delle comunità locali nei diversi Paesi e Regioni Alpine.* **Turismo sostenibile – Economia** (4h) ● Turismo e sviluppo locale ● Sviluppo e ambiente ● Strategie di sviluppo sostenibile **Turismo sostenibile – Territorio / Paesaggio** (6h) ● Sostenibilità ambientale del turismo ● Ripensare il paesaggio come risorsa turistica ● Valutazioni di impatto ● Certificazioni ambientali **Turismo sostenibile – Società** (2h) ● Turismo e comunità locali ● Patrimoni culturali materiali e immateriali tradizionali ● Paesaggi culturali e agricoli	12h
Turismo sostenibile – Ambiente (3h) ● Aree protette e sviluppo turistico ● Turismo e sviluppo (regionale) ● Turismo e sviluppo della cooperazione	3h
La Governance della cooperazione che supporta la crescita *L'armonizzazione della governance in settori strategici come quello turistico mira a promuovere la crescita nell'intera regione Alpina. 48 Regioni e 7 Stati sono coinvolti in un processo che mira a promuovere la cooperazione e la condivisione nell'ottica di rendere le Alpi un territorio interessante per gli investimenti e nel quale i giovani imprenditori possano costruire il futuro dei territori.*	7h

Turismo come fattore di crescita per le Macroregioni (4h) ● La Macroregione Alpina ● Trasformare l'identità di una regione che ne include 48 in un asset economico ● Il focus sulle S3 ed il settore turistico ● Presentazione ed analisi di best cases tra montagna italiane ed europee ● Presentazione di best cases delle altre Macroregioni europee **La governance territoriale per promuovere il turismo** (3h) ● La gestione dei resorts in montagna ● Stagioni e sport, un business da potenziare ● La programmazione turistica di medio-lungo periodo in un ambiente in rapido cambiamento	
TOTALE ore blocco	22h
LO SGUARDO DAI TERRITORI	
Organizzazione e programmazione del territorio *Viene fornita una rassegna delle metodologie, degli strumenti e delle pratiche ritenute necessarie per ideare, pianificare e gestire le iniziative ed i progetti – finanziamenti (i.e. POR-FESR, Programmazione europea, PSR, fondi privati) idonei allo sviluppo ed alla promozione delle destinazioni turistiche, dal punto di vista dell'operatore pubblico e di quello privato, utilizzando anche esemplificazioni e casi-studio.* **Organizzazione e programmazione del territorio – Iniziative e progetti** (4h) ● Organizzazione territoriale e turistica ● Management delle destinazioni turistiche in una logica integrata ● Marketing turistico territoriale ● Presentazione e analisi di best cases **Organizzazione e programmazione del territorio – Finanziamenti e supporto** (4h) ● Supporto alla progettazione e alla gestione turistica ● Fondi europei, nazionali e regionali a supporto del settore turistico e dei giovani imprenditori ● Fondi privati	8h
Educazione all'accoglienza *L'organizzazione dell'accoglienza passa in primis dalla formazione e dal comportamento dei professionisti, del personale e persino della popolazione che si trova ad accogliere il turista. Esempi di metodologie e buone pratiche per l'accoglienza vengono illustrati. Vengono presentati nuovi modelli ed approcci targetizzati in risposta ai nuovi tipi di turista (silver, esperienziale, ecc.). Viene*	4h

coinvolto in modo diretto il Gruppo d'Azione 3 di EUSALP attivo sul vocational training. **Educare all'accoglienza – vocational training nelle aree montane nel settore turistico** (2h) ● Cosa significa "accogliere" - culture, lingue, tradizioni ● Come si prepara l'accoglienza prima della visita del turista ● Come si gestisce l'accoglienza durante il soggiorno del turista ● Come di sedimenta la memoria dopo la partenza del turista ● Presentazione e analisi di best cases internazionali Training e programmazione (2h) ● La visione dei territori sul medio-lungo termine ● La Regione Piemonte: nuovi modelli di pianificazione ● La progettazione per il turismo	
TOTALE ore blocco	12h
NUOVI MODELLI E STRATEGIE PER LA CRESCITA NELL'AMBITO TURISTICO	
Turismo "accessibile" *Il turismo moderno è un turismo che sempre di più ha necessità di essere un turismo inclusivo, capace di considerare tutte le fasce d'utenza e con modalità di gestione nuove. Le persone con disabilità costituiscono un target numericamente importante e con una richiesta importante di prodotti e servizi turistici non sempre soddisfatta. Vengono presentate le offerte esistenti a livello macroregionale in risposta alle possibili disabilità e spiegate le modalità per rendere "accessibile" un pacchetto turistico.* **Il turismo per tutti** (4h) ● Un mercato in crescita ● Gestire le barriere architettoniche e territoriali ● Gestire le barriere culturali ● Promuovere e gestire un turismo appealing ed interessante per tutti ● Le tecnologia a supporto dell'accessibilità turistica ● Presentazione e analisi di best cases a livello internazionale ● Programmi di finanziamento dedicati	4h
Turismo silver *L'attività formativa è indirizzata ad analizzare le potenzialità del turismo silver / il turismo "dei saggi" per lo sviluppo delle destinazioni turistiche. In particolare, il modulo focalizza sulla valutazione dei segmenti di mercato collegati ai senior travellers e sull'individuazione delle proposte turistiche (active ageing strategy, medical tourism, village offers for dementia suffers, etc.) funzionali allo sviluppo di territori turistici.*	4h

Il turismo dei "saggi" (4h) ● Un mercato in crescita ● Offerta turistica "silver": proposte e opportunità mirate ● Senior travelers: analisi del segmento di domanda ● Presentazione e analisi di best cases a livello internazionale ● Programmi di finanziamento dedicati	
Turismo e cultura *Viene proposta una riflessione concernente i legami tra turismo culturale e bene culturale, in funzione dello sviluppo di destinazioni culturali e del management dei beni culturali. Viene analizzata la tematica della co-creazione in ambito culturale, nonché il ruolo della partnership per lo sviluppo sostenibile. Viene coinvolto in modo diretto il Gruppo d'Azione 6 di EUSALP attivo sulla tematica.* **La cultura, valore che diventa business** (4h) ● Turismo culturale e bene culturale ● I pilastri per lo sviluppo turistico di una destinazione culturale ● I pilastri per il management dei beni culturali ● Co-creazione in ambito culturale ed esperienza turistica ● Partnership per lo sviluppo di destinazioni culturali ● Presentazione dell'operatività dell'AG6 di EUSALP sul tema ● Presentazione e analisi di best cases a livello internazionale ● Programmi di finanziamento dedicati **Saperi tradizionali che muovono il turismo** (3h) ● La riscoperta della tradizione (mestieri, pratiche, usi e costumi) ● Il valore della caratterizzazione di un luogo ● Il turismo esperienziale e operativo (agricoltura, produzione artigianale, ecc)	7h
Turismo "lento" *Il turismo sostenibile passa anche dalla scelta di non utilizzare mezzi che inquinano l'ambiente e di prediligere un'esperienza di tipo "slow", a diretto contatto con il territorio, le comunità che vi abitano e le loro storia e cultura. Dal praticare in forma nuova sport antichi. Da un'alimentazione diversa, a KM zero e più consapevole delle identità e dei processi. Vengono presentate una serie di esperienze significative, tra itinerari sacri (i.e. la via Francigena), commerciali (i.e. le vie del sale), di "archeologia industriale" (i.e. Greenways – le tracce ferroviarie dismesse).* **Viaggiare a piedi, sulle vie storiche** (5h) ● Gli itinerari europei che attraversano le montagne ● Opportunità e complessità dell' "andare a piedi" ● Costruire un'offerta attrattiva ● Presentazione e analisi di best cases a livello internazionale	7h

Lo sport che riscopre i territori (2h) ● Lo sport in montagna, al passo con il cambiamento climatico ● Nuove discipline sportive, antichi saperi (corsa, arrampicata, ecc) ● Costruire un'offerta attrattiva ● Presentazione e analisi di best cases a livello internazionale	
TOTALE ore blocco	22h
START-UP nel SETTORE TURISTICO, MARKETING E COMUNICAZIONE	
Il marketing del turismo *Produrre un'offerta turistica capace di funzionare bene sul mercato è un'operazione complessa che deve tenere oggi a mente dinamiche nuove da parte di chi offre un prodotto/servizio e da parte di chi lo cerca. I trend innescati dal low-cost market si stanno evolvendo, la pacchettizzazione dell'offerta è in declino. Il modulo propone uno sguardo critico sulle presenti e future evoluzioni di un mercato che nonostante la crisi resta tutt'oggi in crescita*. **Creare l'offerta turistica, strategie e metodi** (3h) ● Quali i modelli utilizzati negli ultimi anni e in risposta a quali logiche ● Come si costruisce un'offerta turistica interessante ● Quali sono i nuovi bisogni del mercato ● Quali sono i prodotti ed i servizi capaci di diventare business ● Presentazione e analisi di best cases a livello internazionale	3h
Il turismo al tempo del web *Le attività formative sono indirizzate ad esplorare le potenzialità del digital marketing in ambito turistico. In particolare, viene presentato il ruolo della digitalizzazione dei contenuti per la comunicazione turistica, dall'e-commerce alle applicazioni digitali per lo sviluppo di realtà imprenditoriali.* **Dal turismo immateriale al turismo reale** (2h) ● Social media e digital marketing ● Digitalizzazione dei contenuti per la comunicazione turistica ● E-commerce ● Applicazioni digitali per lo sviluppo di realtà imprenditoriali ● Presentazione di best cases delle altre Macroregioni europee	2h
Start-ups e aziende innovative nel mondo del turismo *La volontà e l'interesse di fare impresa in montagna sta crescendo in questi anni tra le generazioni più giovani. Tradizione e innovazione, saperi e tecnologie possono trovare nell'ambito turistico un connubio naturale e generare business interessanti e promettenti.* **I giovani imprenditori nel settore turistico montano** (3h) ● Le start-up in montagna e nell'ambito turistico	9h

• Metodi e strategie di business • Fare innovazione nell'ambito turistico • Finanziamenti europei, nazionali e regionali per l'avvio di impresa nel settore turistico **SME & Tourism** (3h) • Small and medium sized enterprises, family firms • the supply and demand side • How does the assistance in practice-oriented solutions work **Unire Università e Imprese nel settore turistico** (3h) • Creare strategie di business nel settore turistico • Favorire la collaborazione tra Università, Centri di Ricerca e Imprese • Creare opportunità di lavoro e formazione professionale altamente targetizzata	
TOTALE ore blocco	14h
TOTALE complessivo	**70h**

Il Corso di perfezionamento sarà accessibile indifferentemente in modalità presenziale e a distanza. Gli studenti potranno partecipare attivamente alle lezioni attraverso modalità di domanda/risposta, esercitazioni online, usufruire della registrazione di tutte le lezioni per la consultazione on demand.
Le piattaforme utilizzate saranno quelle adottate dall'Università di Milano (Moodle / Ariel) e da EUSALP (Moodle).
Verrà fornita all'Ufficio Formazione permanente e Continua un'utenza di accesso alla piattaforma utilizzata per l'erogazione dei moduli on line. Le credenziali rimarranno attive per tutto il periodo del corso e anche dopo la chiusura.
Sarà sempre presente un tutor in aula e opportuni test preliminari dei sistemi di connessione docenti / studenti a distanza sono pianificati per la corretta erogazione / ricezione del servizio.

Denominazione	Modalità di didattica	Durata in ore
Condivisione presentazioni, filmati, contenuti riguardanti i casi studio, dispense, ecc.	Fruizione di materiale didattico in modalità online	70h (tot)
Esercitazioni e gestione domanda / risposta (incluse nelle 70h di didattica, anche a livello retributivo)	Attività collaborative con gli studenti in modalità sincrona (es. discussioni via chat, seminari in aula virtuale)	7h

5 - COMPOSIZIONE DEL CORPO DOCENTE

Docenti in servizio presso l'Università degli Studi di Milano

Nome e cognome	Dipartimento di appartenenza	Qualifica	Settore scientifico disciplinare[1]3	Attività didattica nel corso di perfezionamento	Impegno orario relativo a ogni argomento del corso di perfezionamento
Anna Giorgi	Università di Milano	Professore Associato	Settore Bio/03 - Botanica Ambientale e Applicata	Turismo come fattore di crescita per le Macroregioni - Organizzazione e programmazione del territorio – Finanziamenti e supporto	8
Ilda Vagge	Università di Milano	Professore Associato Confermato	Settore Bio/03 - Botanica Ambientale e Applicata	Turismo sostenibile – Territorio / Paesaggio	4
Giulio Senes	Università di Milano	Ricercatore Confermato	Settore Agr/10 - Costruzioni Rurali e Territorio Agroforestale	Viaggiare a piedi, sulle vie storiche	5
Maria Canella	Università di Milano	Professore a Contratto	Settore M-Sto/04 - Storia Contemporanea	La cultura, valore che diventa business	4

Docenti in servizio presso altri Atenei

Nome e cognome	Università di appartenenza[2]1	Qualifica	Settore scientifico disciplinare[3]3	Attività didattica nel corso di	Impegno orario relativo a ogni argomento del

1

2

3

1 Per i docenti appartenenti ad altro Ateneo, anche straniero
2 Per i componenti esterni

				perfezionamento	corso di perfezionamento
Antonella Capriello	Università del Piemonte Orientale	Professore Associato	SECS-P/08 Economia e Gestione delle Imprese	Il turismo dei "saggi"	4
Stefania Cerutti	Università del Piemonte Orientale	Ricercatrice	M-GGR/02 - Geografia Economico-Politica	Organizzazione e programmazione del territorio – Iniziative e progetti	5
Marco Novarese	Università del Piemonte Orientale	Professore Associato	SECS-P/01 Economia Politica	Turismo Sostenibile - Economia	4
Ian Rotherham	Università del Piemonte Orientale	Visiting Professor (from Sheffield Hallam University)	Natural and Built Environment, Development and Society	Il turismo per tutti, l'accessibilità	4
Mimi Urbanc	Research Centre of the Slovenian Academy of Sciences and Arts - Lubljana - SI	Assistant Director	Regional geography, environmental protection, agrarian geography, geographical names, cultural geography, cultural landscapes	Turismo sostenibile – Territorio / Paesaggio	2
Tobias Luthe	HTW Chur - CH	Professor	Sustainability, ecology and eco-system services, environmental changes and	Institute for Tourism and Leisure ITF	2

3 Per i componenti universitari

			resilience, transdisciplinarity		
Malek Bouhaouala	University of Grenoble - FR	PhD	UFR APS - Laboratoire Sport et Environnement Social	Lo sport che riscopre i territori	2
Umberto Bondi	Università Svizzera Italiana - CH	Staff	Facoltà di scienze informatiche	I giovani imprenditori nel settore turistico montano	3
Mike Peters	University of Innsbruck - AT	Professor	Qualitative Social Research	SME & Tourism	2
Caroline Mothe	Université Savoie Mont Blanc, Labex - FR	Professor	Management	La governance territoriale per promuovere il turismo	3

Esperti esterni che hanno dato la propria disponibilità a collaborare allo svolgimento del corso (allegare il rispettivo curriculum professionale attestante l'elevata qualificazione)

Nome e cognome	Ente di appartenenza[4]2	Qualifica	Attività didattica nel corso di perfezionamento	Impegno orario relativo a ogni argomento del corso di perfezionamento
Boglarka Fenyvesi-Kiss	Provincia Autonoma di Trento	EUSALP - Action Group 3 Leader e funzionaria presso la Provincia Autonoma di Trento	Educare all'accoglienza – vocational training nelle aree montane nel settore turistico	2
Maria Elena Rossi	Regione Piemonte	Direttore Generale presso Sviluppo Piemonte Turismo srl	La Regione Piemonte. Dai nuovi modelli di pianificazione alla progettazione per	2

4

			il turismo.	
Larisa Vodeb	Chamber of Craft and Small Business of Slovenia	Responsabile della Chamber of Craft and Small Business of Slovenia, EUSALP AG2 member	Saperi tradizionali che muovono il turismo	3
Giovanni Vassena	Alpine Pearls	Manager Alpine Pearls	Dal turismo immateriale al turismo reale	3
Roberto Maggioni	Maggioni Tourist Marketing	Manager Tourist Marketing	Creare l'offerta turistica, strategie e metodi	2
Jürgen Raizner	Steinbeis Transfer Management	General Manager of STM	Viaggiare e wellness	3
Christian Baumgartner	CIPRA International	Vice-direttore CIPRA International	Turismo sostenibile – Territorio / Paesaggio	3

6 - AMMISSIONE AL CORSO

Numero minimo di iscrizioni per l'attivazione del corso: 20
Numero massimo di posti disponibili per l'iscrizione: 35

Titoli di studio richiesti per l'ammissione

Il corso è aperto anche a partecipanti italiani laureatisi in Italia, italiani o stranieri con laurea ottenuta in Austria, Francia, Germania, Liechtenstein, Slovenia, Svizzera, salvo la presentazione della documentazione comprovante il titolo richiesta da bando.

Classi di laurea ex DM 16 marzo 2007 Determinazione delle classi delle lauree universitarie ***Classi di laurea ex DI 19 febbraio 2009 Determinazione delle classi dei corsi di laurea per le professioni sanitarie***	
L-1	Beni culturali
L-3	Discipline delle arti figurative, della musica, dello spettacolo e della moda
L-6	Geografia
L-10	Lettere
L-12	Mediazione linguistica

L-15	Scienze del Turismo
L-18	Scienze dell'Economia e della gestione aziendale
L-20	Scienze della Comunicazione
L-21	Scienze della pianificazione territoriale, urbanistica, paesaggistica e ambientale
L-22	Scienze delle attività motorie e sportive
L-25	Scienze e tecnologie agrarie e forestali
L-26	Scienze e tecnologie agro-alimentari
L-32	Scienze e tecnologie per l'ambiente e la natura
L-33	Scienze economiche

Classi di laurea ex DM 16 marzo 2007
Determinazione delle classi di laurea magistrale

Classi di laurea magistrale ex DM 8 gennaio 2009
Determinazione delle classi dei corsi di laurea magistrale per le professioni sanitarie

LM-1	Antropologia culturale ed etnologica
LM-3	Architettura del paesaggio
LM-10	Conservazione dei beni architettonici e ambientali
LM-12	Design
LM38	Lingue moderne per la comunicazione e la cooperazione internazionale
LM-43	Metodologie informatiche per le discipline umanistiche
LM-49	Progettazione e gestione dei sistemi turistici
LM-56	Scienze dell'Economia
LM-59	Scienze della comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità
LM-65	Scienze dello spettacolo e produzione multimediale
LM-75	Scienze e tecnologie per l'ambiente e il territorio
LM-76	Scienze economiche per l'ambiente e la cultura
LM-80	Scienze geografiche
LM-81	Scienze per la cooperazione allo sviluppo
LM-88	Sociologia e ricerca sociale
LM-89	Storia dell'Arte
LM-91	Tecniche e metodi per la società dell'informazione

Potranno essere ammessi anche laureati e laureati magistrali in altre discipline previa valutazione dei competenti organi del corso **X Sì** **☐ No**

Modalità di selezione

Indicare la tipologia delle prove di ammissione e la misura in cui incidono nella formulazione della graduatoria di merito. Si ricorda che la selezione deve sempre essere prevista.

X Valutazione del *Curriculum vitae et studiorum*

□ Prova scritta

□ Colloquio

Specificare per ciascuna tipologia di prova di selezione prescelta le modalità di svolgimento

Saranno valutate in via preferenziale esperienze lavorative / formative pregresse nell'ambito del turismo, competenze in ambito marketing e comunicazione territoriale.
Il CV dovrà essere accompagnato da una lettera di presentazione in cui il candidato dovrà esprimere il proprio livello di conoscenza delle materie relative al turismo, marketing, comunicazione e promozione delle aree montane. CV e lettera di presentazione dovranno essere presentate in lingua inglese.

7 - PROVA FINALE

Colloquio finalizzato alla valutazione complessiva del livello raggiunto dallo studente.

8 - ENTI ESTERNI

Eventuali enti e soggetti esterni disposti a collaborare a vario titolo allo svolgimento del corso. Specificare se occorre giungere alla stipula di una convenzione.

Enti	**Contributo apportato[5]4**	
	Tot h	**% su Tot**
Università degli Studi di Milano	21	30%
Università degli Studi del Piemonte Orientale	17	24%
Docenti in servizio presso altri atenei	11	15%
Esperti esterni	21	30%

5

4 Risorse strutturali, strumentali, di personale e finanziarie (queste ultime da poter eventualmente utilizzare per la concessione di benefici a favore degli iscritti)

9 COSTI DI REALIZZAZIONE

Si ricorda che il Consiglio di Amministrazione ha stabilito i criteri di ripartizione delle somme introitate come contributo d'iscrizione:

- *30% a favore del bilancio universitario, per la copertura delle spese generali;*
- *70% quota disponibile per la realizzazione del corso, di cui il 5% a favore dei Dipartimenti di riferimento del corso di perfezionamento.*

Il Consiglio di Amministrazione ha determinato in € 500,00 il contributo unitario a parziale copertura dei costi di accreditamento ECM. Il contributo dovrà essere computato nel piano finanziario del corso stesso.

Al fine di garantire che il corso non si risolva in un aggravio per le finanze dell'Ateneo, necessità primaria è l'accertamento della compatibilità finanziaria del progetto nel rapporto tra i costi di realizzazione previsti e le entrate, proprie (contributi d'iscrizione) o acquisite (finanziamenti esterni), su cui il corso può fare affidamento.

Il corso di perfezionamento può essere realizzato solo a condizione che non venga meno l'equilibrio economico accertato al raggiungimento del numero degli iscritti, comunque non inferiore a 5.

Costi utilizzo dell'aula (spese per luce, riscaldamento, ecc)
Costo utilizzo aula virtuale (uso della licenza Adobe)
Costi di segreteria

€ 1.190

Allegare il piano finanziario come da modello, in cui sono riportati i costi di docenza cui attenersi

10 - CONTRIBUTO D'ISCRIZIONE

€ 850

11 - EVENTUALI AGEVOLAZIONI PREVISTE PER I PARTECIPANTI MERITEVOLI

Eventuali agevolazioni per gli iscritti verranno attribuite sulla base della graduatoria di merito. Devono essere specificate le risorse finanziarie destinate alla copertura delle agevolazioni, allegando apposita lettera del soggetto finanziatore. (Si puntualizza che la mancata previsione di tale voce nel bando di attivazione del corso preclude la possibilità di accordare agli iscritti qualsiasi forma di beneficio)

Nessuna

12 - AUTORIZZAZIONI

In analogia con quanto disposto per i corsi per master, i corsi di perfezionamento di area medica necessitano dell'autorizzazione della direzione generale delle aziende o delle strutture ospedaliere pubbliche o private, in cui si svolgono le attività formative, allo svolgimento da parte degli allievi del corso di tutte le attività cliniche, diagnostiche e strumentali, anche su pazienti, che siano previste nel programma formativo.
(Allegare la dichiarazione dell'ente ospedaliero interessato, ovvero la lettera di richiesta di nulla osta trasmessa all'ente qualora questo non abbia ancora provveduto a dare la propria autorizzazione. Si avverte che la proposta di attivazione del corso non sarà sottoposta agli Organi accademici in mancanza della prescritta autorizzazione)

	Indicare gli enti ospedalieri presso cui si svolgono le attività formative
1	
2	
3	

13 - ACCREDITAMENTO DEL CORSO AL SISTEMA DI EDUCAZIONE CONTINUA IN MEDICINA (ECM)

Si intende proporre l'accreditamento del corso al Sistema di Educazione Continua in Medicina (ECM) ?

SÌ NO **X**