



AVVISO DI SELEZIONE PER L'AMMISSIONE ALLA PRIMA EDIZIONE DEL MASTER UNIVERSITARIO DI PRIMO LIVELLO IN "TURISMO CINESE E VALORIZZAZIONE DEL TERRITORIO" - ANNO ACCADEMICO 2025/2026

VISTO il D.M. 22 ottobre 2004, n. 270, "Modifiche al regolamento recante norme concernenti l'autonomia didattica degli atenei, approvato con decreto del Ministro dell'Università e della ricerca scientifica e tecnologica 3 novembre 1999, n. 509";

VISTO lo Statuto di Ateneo emanato con D.R. 8 giugno 2012, n. 480, così come modificato, da ultimo, con DR. 05.12.2024, n. 609;

VISTO il Regolamento Didattico di Ateneo — Parte Generale, emanato con D.R. 16 ottobre 2012, n. 823, così come modificato, da ultimo, con il D.R. 23 novembre 2023, n. 545;

VISTO l'art 6 del Regolamento di Ateneo per l'istituzione ed il funzionamento dei corsi Master emanato con il D.R. 8 luglio 2016, n. 614 così come modificato, da ultimo, con D.R. 4 aprile 2023, n. 183, che testualmente recita "*le proposte di istituzione di corsi di Master sono avanzate al Rettore, dalla Scuola o da uno o più Dipartimenti, nell'ambito della programmazione didattica annuale e successivamente presentate all'approvazione del Senato accademico e del Consiglio di amministrazione, per gli ambiti di rispettiva competenza*";

VISTO il Regolamento per il funzionamento di Unitus Academy emanato con D.R. 5 giugno 2023, n. 260;

VISTA la delibera del Consiglio della Sezione CIA - Unitus Academy nella seduta del 4 giugno 2025, con cui sono stati approvati, il Regolamento, il piano finanziario, le convenzioni e la composizione del Comitato Ordinatore del Master;

VISTA la Delibera del Senato Accademico del 23/06/2025;

VISTA la Delibera del Consiglio di Amministrazione del 25/06/2025;

VISTA la convenzione sottoscritta con la società Stop in Italy Tour operator di Bella Italia Travel Agency, con cui la stessa si impegna a fornire, nell'ambito delle attività del Master, personale docente qualificato per la copertura di ore di attività didattica frontale;

VISTA la convenzione sottoscritta con la società Promotuscia srl con cui la stessa si impegna a fornire, nell'ambito delle attività del Master, personale docente qualificato per la copertura di ore di attività didattica frontale;

IL DIRETTORE TECNICO SCIENTIFICO DELL'UNITUS ACADEMY

DISPONE

Per l'a.a. 2025-2026 l'attivazione della prima edizione del Master Universitario di primo Livello in "**Turismo cinese e valorizzazione del territorio (TuSC-in)**" presso Unitus Academy - Università degli Studi della Tuscia.

Sede

Via Santa Maria in Gradi n. 4, 01100 Viterbo

Direttore Tecnico Scientifico: Prof. Alessandro Sterpa

cia@pec.unitus.it

unitusacademy@unitus.it

Rettorato

Via Santa Maria in Gradi, 4 01100 Viterbo

P. Iva 00575560560 C.F. 80029030568

Tel. 0761 3571 | protocollo@pec.unitus.it

www.unitus.it

ART. 1 OBIETTIVI FORMATIVI

L'Università degli Studi della Tuscia, in collaborazione con Stop in Italy e Promotuscia srl, ha approvato l'attivazione per l'anno accademico 2025-2026 del Master universitario di I livello in "**Turismo cinese e valorizzazione del territorio (TuSC-in)**".

Il master intende formare un profilo professionale in grado di proporre itinerari turistici personalizzati e personalizzabili sotto vari aspetti (enogastronomici, archeologici, ambientali, equestre, storico, religioso, museali), verso il pubblico cinese, per un duplice obiettivo: valorizzare il territorio del Lazio e in particolare della Tuscia (che fornisce materiale di studio e di lavoro in tutti gli aspetti sopracitati) e incrementare il numero di turisti cinesi nel nostro territorio. Il punto forza di questo master consiste nel fatto che lo studente è messo di fronte ai due partner con i quali dovrà lavorare: l'operatore turistico, già ampio conoscitore del territorio (ma non del turista cinese) e il turista cinese (di varie tipologie) che vuole scoprire anche altro oltre alla capitale romana e agli itinerari tipici. Il master rappresenta un unicum nel panorama nazionale in quanto è rivolto specificatamente a formare figure in grado di accogliere il turista cinese e prevede che i candidati abbiano già una conoscenza intermedia della lingua cinese, che sarà prima e unica lingua di studio dei corsi.

ART. 2 ARTICOLAZIONE DEL CORSO

Il corso Master ha una durata di 12 mesi e prevede attività formative di livello adeguato al grado di perfezionamento e di formazione che si intende perseguire.

L'inizio delle attività formative va programmato in relazione alla conclusione delle procedure di iscrizione dei candidati ammessi a seguito della selezione.

L'attività didattica è suddivisa in lezioni frontali e in modalità e-learning, *stage*, attività pratica e lavori assegnati individualmente ai partecipanti per un impegno complessivo annuale di 1500 ore. L'insieme delle suddette attività, comprensive dell'impegno da riservare allo studio e alla preparazione individuale, altresì alla stesura dell'elaborato finale in lingua cinese, corrisponde all'acquisizione da parte degli iscritti di 60 crediti formativi universitari (CFU) complessivi. La frequenza da parte degli iscritti alle varie attività del corso è obbligatoria e sono tollerate assenze non superiori al 30% delle ore complessive.

Il master è organizzato in collaborazione con Promotuscia srl, azienda specializzata in servizi turistici dal 1994, e con il tour operator Stop in Italy, DMC (destination management company) del settore turistico italiano dal 1995, sulla base di apposite intese e convenzioni come previsto dalle norme vigenti.

La didattica blended sarà suddivisa nel seguente modo:

1. didattica Online (Asincrona e Sincrona): 60-70%
 - asincrona (materiali pre-registrati, letture, quiz, forum): 30-35%
 - Contenuti: storia e macro-tendenze del turismo cinese, lingua e cultura cinese (lessico avanzato, espressioni specifiche), marketing digitale (concetti generali, piattaforme), normative (generali), economia politica, statistica, ecc.
 - sincrona (webinar live, Q&A con docenti, lezioni interattive online): 30-35%
 - Contenuti: Approfondimenti su temi complessi, sessioni di domande e risposte con esperti, discussioni guidate su casi studio, workshop online su strumenti specifici (es. analisi dati, uso di alcune piattaforme online cinesi).
2. didattica in presenza (Laboratori, Workshop, Testimonianze, Site Visits): 30-40%

- contenuti: Simulazioni pratiche di negoziazione e accoglienza, workshop sull'uso avanzato di piattaforme social e OTA cinesi e non cinesi, con esperti del settore (Promotuscia, Stop in Italy), laboratori di comunicazione interculturale (es. role-playing), sessioni di brainstorming per lo sviluppo di itinerari innovativi nella Toscana, testimonianze dirette di operatori turistici locali che lavorano con il mercato cinese.
- uscite Didattiche/Site Visits: visite a siti turistici, strutture ricettive, aziende agricole nella Toscana/Lazio per valutare la loro idoneità all'accoglienza cinese, con esercizi pratici di analisi e proposte di miglioramento.

I tirocini e gli *stages* si svolgono di norma presso enti o aziende esterni all'Università della Toscana. Per le lezioni a distanza si farà ricorso alla piattaforma ZOOM, tramite la pagina sulla piattaforma UNITUS Moodle dedicata al Master, dove saranno pubblicati anche i materiali didattici messi a disposizione degli studenti.

I 60 cfu sono così suddivisi:

- 42 CFU lezioni frontali, seminari ed esercitazioni in modalità blended;
- 8 CFU per *stage*/tirocini formativi (è ammessa la valorizzazione/riconoscimento di attività professionale nello specifico ambito di riferimento);
- 10 CFU tesi/elaborato finale.

Gli insegnamenti sono organizzati in sei macro-aree:

1. linguistica: lingua cinese per il turismo e per il commercio e le imprese;
2. economica: economia aziendale e politica;
3. giuridica: legislazione turistica e diritto del turismo;
4. storico-artistica: storia dell'arte, archeologia, etruscologia, museologia;
5. scienze della comunicazione: tecnologie e culture digitali, linguaggio per il web, contenuti di pubblicità e comunicazione aziendale, sociologia e antropologia;
6. politiche e interventi per lo sviluppo locale.

Le attività formative del Corso Master sono così articolate:

	MODULO	S.S.D.	CFU	Monte ore di didattica frontale: relazione 1 cfu= 8 ore
1.	Lingua cinese per il turismo (tra cui gestione dei canali social cinesi legati al settore turistico), lingua cinese per le imprese e le aziende. Storia del turismo cinese in Italia (e in Europa).	L-OR/21	15 cfu	120 ore: suddivisibili in 3 sotto moduli: lingua per il turismo (8 cfu: 64 ore), lingua per le imprese (5 cfu: 40 ore) e storia del turismo cinese (2 cfu: 16 ore).

2.	Economia, marketing e statistica	SECS-S/0 1, SECS-S/0 3, SECS-P/0 8, SECS-P/0 1	6 cf u	48 ore: suddivisibili in sotto moduli: statistica (2 cfu: 16 ore), marketing (2 cfu: 16 ore) e economia politica (2 cfu: 16 ore).
3.	Diritto del turismo e contratti di lavoro	(GSD 12/Giur- 06; SSD Giur-06/ A) (GSD 12/Giur- 04; SSD Giur-04/ A)	3 cf u	24 ore: suddivisibili 2 sottomoduli: Diritto del turismo e dei beni culturali 2) Il mercato del lavoro nel settore del turismo
4.	Beni culturali e archeologia e storia	L-Ant/06; L-Ant/07; L-ART/01; L-ART/02; L-ART/03	9 cf u	72 ore: suddivisibile in 3 sottomoduli: Archeologica con particolare attenzione agli etruschi e, in secondo battuta, ai romani. 24 ore 3 cfu Medievistica dedicata ai monumenti medievali della Toscana. 24 ore 3 cfu Rinascimento e Barocco con eventuali puntate al contemporaneo. 24 ore 3 cfu

5.	Comunicazione, immagine, storytelling per gli ambienti digitali	GSPS-06/A, PAed-02/A, Pemm-01/B, Hist-04/C	6 cf u	48 ore: suddivisibile in 4 sottomoduli: Sociologia dei processi culturali e comunicativi Didattica e pedagogia speciale Cinema, fotografia, radio, televisione e media digitali Archivistica, bibliografia e biblioteconomia
6.	Politiche e interventi per lo sviluppo locale (da affidare a professionisti che lavorano nel settore)	///	3 cf u	24 ore (da affidare a Promotuscia e Stop in Italy)
	TOTALE DIDATTICA FRONTALE E STUDIO INDIVIDUALE		42	336 ore di lezione frontale.
	WORK EXPERIENCE / STAGE / TIROCINIO		8	64 ore per ogni tirocinante.
	TESI / PROVA FINALE		10	
	TOTALE		60	

Gli studenti iscritti al Master avranno la possibilità di svolgere laboratori-stage presso l'Ateneo, presso Promotuscia e Stop in Italy e altri enti e imprese operanti nel settore del turismo internazionale; a tal fine saranno siglate specifiche convenzioni in ottemperanza alle norme vigenti.

In particolare, le attività di tirocinio potrebbero riguardare:

- analisi di mercato: ricerca su tendenze di viaggio dei turisti cinesi (preferenze, aspettative, canali di prenotazione), specificità culturali e legali (es. requisiti visto, pagamenti digitali come WeChat Pay/Alipay).
- creazione di itinerari personalizzati: sviluppo di pacchetti turistici e itinerari nella Tuscia (e Lazio) pensati per il turista cinese, includendo attrazioni culturali, storiche, enogastronomiche, shopping e esperienze autentiche (es. corsi di cucina, visite a fattorie locali, visite guidate in lingua su scavi archeologici).
- sviluppo di servizi ad hoc: identificazione e integrazione di servizi specifici (es. guide parlanti mandarino, segnaletica multilingue, ristoranti con opzioni di cibo cinese o adattate).
- negoziazione con fornitori locali: contatto e negoziazione con hotel, ristoranti, trasporti, guide turistiche e siti culturali per creare offerte competitive e culturalmente adeguate.
- formazione e sensibilizzazione: collaborazione nella preparazione di materiali o piccole presentazioni per formare operatori locali (hotel, ristoranti, negozi) sulle specificità del turista cinese e sulle buone pratiche di accoglienza.
- localizzazione contenuti: traduzione e adattamento di materiali promozionali (brochure, siti web, video) in mandarino, tenendo conto delle sensibilità culturali.
- gestione Social Media Cinesi: attività di marketing su piattaforme come WeChat, Rednote, Tiktok e Weibo, inclusa la creazione di contenuti coinvolgenti (con l'ausilio dell'AI, in particolare le piattaforme cinesi create appositamente per la diffusione di pacchetti turistici) e la gestione delle interazioni.
- SEO e SEM per il mercato cinese: ottimizzazione per motori di ricerca cinesi (es. Baidu) e campagne pubblicitarie online.
- collaborazione con KOL/KOC cinesi: identificazione e contatto con influencer chiave (Key Opinion Leaders/Consumers) per promuovere la Tuscia.
- E-commerce e piattaforme OTA (Online Travel Agency) cinesi: supporto nella gestione delle relazioni con piattaforme come Ctrip (Trip.com), Fliggy (Alibaba), Mafengwo per la distribuzione dei pacchetti.

Altresì il tirocinante potrebbe occuparsi anche della gestione e dell'assistenza dei clienti prima, durante e dopo il viaggio, risolvendo eventuali problematiche e fornendo assistenza linguistica, e all'interazione con enti del turismo locali (comune di Viterbo, Camera di Commercio) per allineare l'offerta alle strategie di sviluppo territoriale.

ART.3 REQUISITI DI AMMISSIONE

È ammesso al Master di primo livello chi abbia conseguito una Laurea triennale, o un altro titolo rilasciato all'estero, riconosciuto idoneo in base alla normativa vigente.

L'ammissione avviene previa selezione per titoli e per colloquio, la cui data sarà resa nota più avanti tramite il sito istituzionale. Nel colloquio verranno testate le competenze in entrambe le lingue del master: cinese e italiano.

I titoli di studio conseguiti all'estero saranno valutati dal Comitato Ordinatore che potrà stabilirne il riconoscimento ai soli fini dell'ammissione al corso, fatte salve le normative vigenti in materia di

riconoscimento di titoli esteri. Per questi titoli il Comitato Ordinatore si riserva di chiedere ulteriore documentazione integrativa che possa essere ritenuta necessaria per la valutazione del titolo di studio. Il bando del corso può prevedere, disciplinandola, l'ammissione alla selezione di studenti laureandi, a condizione che il titolo di studio richiesto risulti comunque conseguito prima della fine del corso. In caso di disponibilità di posti e oltre il numero minimo previsto per l'attivazione, può essere ammessa la frequenza con riserva al corso di Master, purché il titolo di studio richiesto per l'accesso venga conseguito in tempi compatibili con la regolare partecipazione al corso. Nel caso non dovesse pervenire il titolo, prima della fine del corso, lo stesso dovrà ritenersi nullo e l'Ateneo sarà sollevato da tutte le responsabilità.

Lo status di studente del Master si acquisisce con il perfezionamento delle procedure di iscrizione secondo le modalità previste dal Regolamento ed esplicitate nel successivo bando di selezione.

Su domanda degli interessati, da presentare prima dell'inizio delle attività formative e in presenza di idonea attestazione, il Comitato ordinatore può eventualmente riconoscere crediti, abilità e competenze (entro il limite complessivo del 20% dei crediti necessari per il conseguimento del titolo) derivanti da attività formative, di perfezionamento e professionali seguite anche all'estero in materia di turismo.

ART. 4 DOMANDA DI AMMISSIONE

La domanda di ammissione al Master dovrà essere redatta utilizzando esclusivamente l'apposito modulo

allegato al presente bando (**All.1**) e dovrà essere accompagnata, pena l'esclusione, da:

- certificato di laurea in carta semplice o autocertificazione prodotta ai sensi del D.P.R. n. 445 del 2000 attestante gli esami sostenuti e la votazione conseguita, con indicazione, laddove previsto, dei CFU e del SSD di ciascun esame;
- *curriculum vitae et studiorum* del candidato prodotto ai sensi del D.P.R. n. 445 del 2000;
- documento di identità in corso di validità sottoscritto dal candidato per conformità all'originale.

La domanda di ammissione, completa della documentazione sopra indicata, dovrà pervenire all'Unitus Academy, Via Santa Maria in Gradi n. 4 le ore 13.00 del giorno 1 ottobre 2025 all'indirizzo PEC protocollo@pec.unitus.it.

Le domande di ammissione pervenute entro la scadenza saranno esaminate dal Comitato Ordinatore il quale provvederà a valutare l'ammissibilità delle domande presentate ai fini dell'iscrizione al Master. L'esito della valutazione verrà reso noto entro 7 giorni successivi alla scadenza del bando all'Albo Ufficiale di Ateneo (<https://titulus-unitus.cineca.it/albo/viewer?view=html>).

Il Master è a numero chiuso. Il numero minimo di studenti, necessario per l'attivazione del Master, è di 18 studenti; il corso è destinato a un numero massimo di 25 studenti. Qualora le domande siano largamente eccedenti, il Comitato Ordinatore del Master può disporre l'aumento del numero degli iscritti fino a 30 studenti; l'ammissione al Master sarà subordinata a una graduatoria per titoli. La graduatoria sarà pubblicata all'Albo Ufficiale di Ateneo.

ART. 5 ISCRIZIONE

Il contributo di iscrizione al Master è così fissato:

Tipologia di iscritto	Importo iscrizione	Modalità e termini di versamento rate
Iscritto esterno	Euro 1800,00	La quota va versata in due rate da 900,00 euro per ogni anno di corso: la prima di euro 900,00 a inizio del master; la seconda entro la fine del primo anno.
Iscritto in convenzione PA 110 e lode	Euro 1200,00	La quota va versata in due rate da 600,00 euro per ogni anno di corso: la prima di euro 600,00 a inizio del master; la seconda entro la fine del primo anno.
Iscritti studenti/ ex studenti unitus	Euro 1400,00	La quota va versata in due rate da 700,00 euro per ogni anno di corso: la prima di euro 700,00 a inizio del master; la seconda entro la fine del primo anno.
Iscritto dipendente UNITUS	Euro 600,00	La quota va versata in una unica rata

*All'importo della prima rata va aggiunta l'imposta di bollo di 16,00 euro.

Si segnala che eventuali riserve di posti potrebbero essere stabilite anche per studenti con disabilità. Il perfezionamento dell'iscrizione al Master avverrà mediante il pagamento delle rate sopra indicate, nel rispetto dei termini fissati. La modalità di pagamento verrà comunicata una volta espletata la procedura di ammissione al Master con invio del PagoPA.

Le quote di iscrizione non sono rimborsate in caso di volontaria rinuncia, ovvero in caso di non perfezionamento della documentazione prevista per l'iscrizione al corso.

ART. 6 SEDE DEL CORSO, DURATA E FREQUENZA

La sede amministrativa del Master è presso UNITUS ACADEMY- Università della Tuscia. Il Master, nel rispetto di quanto previsto dal "Regolamento per l'istituzione ed il funzionamento dei corsi master" ha una durata di 12 mesi, con inizio delle attività fissato per Novembre 2025. L'attività didattica è suddivisa in lezioni frontali - tenute nei giorni di venerdì pomeriggio e sabato mattina - e stage e attività pratiche. La didattica frontale sarà erogata online per mezzo della piattaforma Zoom.

I tirocini e gli *stages* si svolgono di norma presso enti o aziende esterni all'Università della Tuscia.

Per le lezioni a distanza si farà ricorso alla piattaforma ZOOM, tramite la pagina sulla piattaforma UNITUS Moodle dedicata al Master, dove saranno pubblicati anche i materiali didattici messi a disposizione degli studenti.

Le lezioni frontali, a cui potranno essere coordinate esercitazioni pratiche, si potranno avvalere anche dei laboratori dell'Università degli Studi della Tuscia. Sono inoltre previsti seminari, visite guidate, indicazioni bibliografiche e tavole rotonde per ciascuna delle tematiche in cui si articola il Master. L'insieme di tali attività consente agli iscritti di acquisire 60 crediti formativi universitari (CFU) complessivi. La frequenza da parte degli iscritti alle varie attività del corso è obbligatoria e sono tollerate assenze non superiori al 30% delle ore complessive. Il conseguimento dei crediti corrispondenti alle varie attività formative è subordinato, al termine di ogni modulo, a verifiche di accertamento delle competenze acquisite in relazione agli ambiti seguiti.

ART. 7 PROVA FINALE

Per conseguire il titolo di Master lo studente dovrà aver acquisito i crediti previsti dall'ordinamento del corso, inclusi quelli relativi alle attività di tirocinio e alla prova finale.

Il conseguimento del Master è subordinato al superamento di una prova finale di accertamento delle competenze complessive acquisite, tenuto anche conto delle attività di tirocinio.

La prova consiste nella discussione di un elaborato originale avente come argomento un tema oggetto del programma del Master. L'elaborato finale (in due lingue: cinese e italiano) sarà presentato e discusso in due lingue (cinese e italiano) di fronte alla Commissione giudicatrice, obbligatoriamente in presenza o, per eccezionali situazioni comprovate da apposita certificazione, in modalità a distanza. La Commissione valuta l'elaborato "idoneo" o "non idoneo" e può, all'unanimità, concedere al candidato la dizione "con merito".

Il titolo è rilasciato dal Rettore ed è sottoscritto dal Direttore del corso.

ART. 8 RESPONSABILE DEL PROCEDIMENTO

Il responsabile del procedimento individuato è la dott.ssa Giuseppina Frangipane, Responsabile della Segreteria Didattica Amministrativa di Unitus Academy - Scuola di Alta Formazione (E-mail gfrangipane@unitus.it).

ART. 9 TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI

I dati personali forniti dai candidati saranno raccolti presso l'Università degli Studi della Tuscia ai sensi del d.lgs. n.196/2003 e del Reg. UE 2016/679 (GDPR); il Responsabile del trattamento dati dell'Università degli Studi della Tuscia è il Prof. Andrea Genovese.

ART. 10 INFORMAZIONI

Tutte le informazioni sul Master sono consultabili nella pagina appositamente istituita sul sito dell'Università degli Studi della Tuscia al seguente link [Turismo cinese e valorizzazione del territorio - Unitus](#) dove è disponibile il Regolamento Didattico del Master e il Piano Formativo del Corso.

E' inoltre possibile, per ulteriori informazioni sul corso, contattare:

- Direttore del Master: prof.ssa Victoria Almonte

- Coordinatore: prof. Paolo De Troia

Il Direttore Tecnico Scientifico dell'Unitus Academy
Prof. Alessandro Sterpa

