

Corso di laurea magistrale

Facoltà di Scienze linguistiche
e letterature straniere

Scienze linguistiche

Brescia

a.a. 2022/2023



UNIVERSITÀ
CATTOLICA
del Sacro Cuore

Sommario

| | |
|--|----|
| Scienze linguistiche e letterature straniere | 3 |
| Laurea magistrale in Scienze linguistiche | 4 |
| Corsi di Teologia Costi e agevolazioni | 16 |
| L'Orientamento in Università Cattolica I servizi per gli studenti | 17 |



Scienze linguistiche e letterature straniere

La conoscenza profonda di più lingue offre una chiave di accesso ad abitudini, mentalità, punti di vista diversi sull'esperienza umana. A questo scopo, occorre comprendere e dominare le microvariazioni socio-stilistiche correlate ai mutevoli contesti comunicativi. Per raggiungere un livello così profondo di competenza è necessario continuare gli studi dopo la laurea di primo livello, scegliendo una laurea magistrale adeguata.

La Facoltà di Scienze linguistiche e letterature straniere offre una formazione di alto livello, in armonia con una tradizione antica e sempre vitale, che mira a uno sviluppo integrale della persona nello studio e nella vita. Alla luce dell'identità del nostro Ateneo, la didattica e la formazione culturale e scientifica della Facoltà sono orientate alla preparazione di figure professionali capaci di intervenire con efficacia nei contesti lavorativi là dove si esiga una competenza di alto livello nelle lingue e nella gestione delle dinamiche interculturali. Una competenza plurilingue matura è sempre più richiesta nei contesti professionali a forte vocazione interculturale.

L'evoluzione costante del mondo del lavoro, con lo sviluppo di nuovi settori e di nuovi profili professionali, è seguita con attenzione dalla Facoltà, che è sempre pronta ad adeguare la propria offerta formativa (sia per i contenuti degli insegnamenti sia per l'organizzazione generale dei corsi di studio) alle esigenze di aziende, organizzazioni e istituzioni, nelle quali saranno chiamati a operare i futuri laureati.

Il plurilinguismo e la prospettiva internazionale sono costitutive della natura stessa della Facoltà. Il provincialismo è incompatibile con lo studio delle lingue, che non sono più avvertite come "straniere", in quanto diventano parte dell'esperienza quotidiana e aiutano a sviluppare una disposizione profonda al dialogo, all'ascolto e al confronto sia personale sia didattico-scientifico.

Nell'anno accademico 2022/23 la Facoltà attiva presso la sede di Brescia la laurea magistrale in **Scienze linguistiche** (affidente alla classe LM-38, *Lingue moderne per la comunicazione e la cooperazione internazionale*) che si articola in quattro curricula:

- **Letteratura e comunicazione**
- **Lingue per la traduzione specialistica ed editoriale**
- **Management e relazioni economiche internazionali**
- **Management, imprenditorialità e comunicazione per il turismo globale**



Scienze linguistiche (classe di laurea LM-38)

Obiettivi formativi

Costituiscono obiettivi formativi specifici qualificanti il corso di laurea magistrale in **Scienze linguistiche** (che afferisce alla classe LM-38 *Lingue moderne per la comunicazione e la cooperazione internazionale*) le seguenti competenze, conoscenze e abilità:

- possedere una elevata competenza in almeno due delle lingue di comunicazione internazionale, nelle quattro abilità (di comprensione e produzione orale, di comprensione e produzione scritta) applicate alle lingue di specialità;
- conoscere in modo approfondito le tematiche interculturali connesse alle lingue prescelte;
- acquisire competenze qualificate nelle discipline più direttamente interessate alla gestione e alle problematiche dei vari curricula di specializzazione: *Letteratura e comunicazione, Lingue per la traduzione specialistica ed editoriale, Management e relazioni economiche internazionali e Management, imprenditorialità e comunicazione per il turismo globale.*

Lingua A e Lingua B

Le lingue offerte nella laurea magistrale in Scienze linguistiche sono:

- cinese (è offerto agli studenti dei curricula in *Management e relazioni economiche internazionali* e in *Management, imprenditorialità e comunicazione per il turismo globale*, purché abbiano seguito tale lingua nel corso di laurea triennale)
- francese
- inglese
- russo (è offerto agli studenti di tutti i curricula, purché abbiano seguito tale lingua nel corso di laurea triennale)
- spagnolo
- tedesco

Lingua C (lingua sostitutiva)

Anziché proseguire con lo studio delle due lingue già studiate nel corso del triennio lo studente potrà, a discrezione, abbandonarne una e introdurre nel piano studi una terza lingua (Lingua C) da seguire nell'arco del biennio.

Nel concreto didattico essa coincide con i corsi di Lingua 1 (*Lingua e fonologia*) e Lingua 2 (*Lingua, morfosintassi e lessico*) dei curricula in *Esperto linguistico d'impresa ed Esperto linguistico per le relazioni internazionali* della laurea triennale.

Gli studenti che opzionano la Lingua C, come gli studenti immatricolati alla laurea triennale, dovranno sostenere a seguito dell'immatricolazione nel periodo precedente all'inizio delle lezioni il **Placement Test**, al fine di valutare il livello di competenza atto alla formazione dei gruppi: principianti, intermedi, avanzati.

A tale terza lingua sono attribuiti 18 Cfu, come previsto dall'articolazione e organizzazione della laurea magistrale. Essi si ripartiscono nel modo che segue:

- Lingua C1 (*Lingua e fonologia*) 9 Cfu
- Lingua C2 (*Lingua, morfosintassi e lessico*) 9 Cfu.

Lo studente non è dunque tenuto a sostenere gli insegnamenti di *Strategie comunicative della Lingua B* e *Cultura e storia dei paesi della Lingua B*. Analogamente per i curricula in *Letteratura e comunicazione e Lingue per la traduzione specialistica ed editoriale* l'insegnamento di *Letteratura LC* (8 cfu) coincide con il corso propedeutico (I anno) di *Letteratura* della laurea triennale. Restano escluse da questa possibilità la lingua cinese e la lingua russa: potranno essere seguite (come Lingua A o Lingua B) nella laurea magistrale solo se già studiate per un triennio nella laurea di primo livello.

Struttura dei corsi

Lo schema didattico comprende complessivamente almeno 120 Cfu, ripartiti in due annualità di circa 60 Cfu ciascuna:

- **36 Cfu** verranno conferiti alle attività volte al consolidamento e approfondimento della competenza comunicativa nelle due lingue di studio, Lingua A e Lingua B o Lingua C;
- **48 Cfu** verranno invece conferiti alle attività connesse al particolare curriculum scelto e si svolgeranno, ove possibile, in lingua straniera;
- **12 Cfu** potranno essere riferiti ad attività formative a scelta dello studente;
- **24 Cfu**, infine, verranno conferiti alla tesi di laurea.

Il **nucleo formativo comune a tutti i percorsi** della laurea magistrale è costituito dai corsi di lingua e di cultura che sono così organizzati (36 Cfu):

I anno

- **Strategie comunicative della Lingua A o della Lingua B**

Ogni corso comprenderà:

- 6 ore settimanali di esercitazioni dedicate all'attività di redazione di testi in lingua, alla conversazione e alla traduzione nella Lingua A e nella Lingua B.
- il corso specifico di *Strategie comunicative della Lingua A o della Lingua B* con valenza e durata semestrale. Si compone di un semestre teorico svolto dal docente titolare (30 ore, generalmente, nel secondo semestre) integrato da 10/20 ore di esercitazioni pratiche appositamente attivate.

Le prove scritte e orali del I anno della laurea magistrale (prova scritta, prova orale, esame orale finale di *Strategie comunicative della lingua*) potranno essere sostenute a partire dalla sessione estiva secondo le regole di propedeuticità, già deliberate per la laurea triennale, che prevedono di sostenere dapprima la prova scritta e la prova orale, nell'ordine che si preferisce, e, una volta superate entrambe, di accedere all'esame orale finale.

Oppure, in caso sia stata scelta una lingua C:

- **Lingua C1 (Lingua e fonologia)**

Il corso, che coincide con *Lingua 1 (Lingua e fonologia)* dei curricula in *Esperto linguistico d'impresa ed Esperto linguistico per le relazioni inter-*

nazionali della laurea triennale, comprenderà:

- 6 ore settimanali di esercitazioni dedicate all'acquisizione delle competenze linguistiche basilari a livello fonetico, morfosintattico e lessicale.
- il corso specifico di *Lingua e fonologia* con valenza e durata semestrale. Il corso si compone di un semestre teorico svolto dal docente titolare.

Le prove scritte e orali (prova scritta, prova orale, esame orale finale di *Lingua e fonologia*) potranno essere sostenute a partire dalla sessione estiva secondo le regole di propedeuticità, già deliberate per la laurea triennale, che prevedono di sostenere dapprima la prova scritta e la prova orale, nell'ordine che si preferisce, e, una volta superate entrambe, di accedere all'esame orale finale.

Il anno

- **Cultura e storia dei paesi di Lingua A o di Lingua B o Lingua e civiltà cinese**

Ogni corso comprenderà:

- 3 ore settimanali di esercitazioni, nella Lingua A e nella Lingua B, dedicate al consolidamento della competenza linguistica attraverso la realizzazione di progetti concreti per favorire l'apprendimento di abilità comunicative (con particolare attenzione all'oralità) spendibili in diversi contesti professionali. La valutazione della partecipazione attiva e proficua alle esercitazioni di lingua è parte integrante della valutazione finale; lo studente non frequentante dovrà seguire le indicazioni precisate nei singoli programmi dei corsi di *Cultura e storia*.
 - il corso specifico di *Cultura e storia dei paesi di Lingua A o di Lingua B o di Lingua e civiltà cinese* con valenza e durata semestrale.
- Oppure, in caso sia stata scelta una Lingua C:

- **Lingua C2 (Lingua morfosintassi e lessico)**

Il corso, che coincide con *Lingua 2 (Lingua, morfosintassi e lessico)* dei curricula in *Esperto linguistico d'impresa ed Esperto linguistico per le relazioni internazionali* della laurea triennale, comprenderà:

- 6 ore settimanali di esercitazioni dedicate al consolidamento delle competenze linguistiche basilari a livello fonetico, morfosintattico e lessicale.

- il corso specifico di *Lingua morfosintassi e lessico* con valenza e durata semestrale. Il corso si compone di un semestre teorico svolto dal docente titolare.

Le prove scritte e orali (prova scritta, prova orale, esame orale finale di *Lingua, morfosintassi e lessico*) potranno essere sostenute a partire dalla sessione estiva secondo le regole di propedeuticità, già deliberate per la laurea triennale, che prevedono di sostenere dapprima la prova scritta e la prova orale, nell'ordine che si preferisce, e, una volta superate entrambe, di accedere all'esame orale finale.

Al nucleo comune degli insegnamenti linguistici e culturali si aggiungono gli **insegnamenti direttamente connessi al particolare curriculum scelto** (48 Cfu) tenuti, ove possibile, in lingua straniera. Gli insegnamenti della laurea magistrale affiancano alle tradizionali lezioni frontali attività seminariali nella forma di presentazioni, discussioni di casi, simulazioni, testimonianze, assignment, finalizzate a sviluppare concrete conoscenze, abilità e specifiche soft skills.

Le attività si svolgono in un ambiente didattico e di studio a misura di studente, peculiarità che connota la sede di Brescia.

A questi blocchi formativi si aggiungono le attività denominate **Crediti a libera scelta dello studente e Altre attività formative** per un totale di 12 Cfu. Tali attività consentono di personalizzare il piano studi con attività a scelta. Per la loro copertura la Facoltà consiglia esperienze di stage, soggiorni di studio nei paesi delle lingue di specializzazione, ulteriori esami di profitto scelti fra quelli proposti dai curricula diversi da quello frequentato, oppure altre attività di formazione offerte, come ad esempio seminari e convegni di studio, ritenute valide ed idonee dalla struttura didattica competente.

Inoltre dall'anno accademico 2021-22 viene introdotta in via sperimentale la possibilità di svolgimento di un'attività lavorativa (stage di progetto) coerente e qualificante rispetto al percorso di studi magistrale e che si sostanzia nello svolgimento in azienda di un periodo di stage abbinato allo sviluppo di un *Project Work* concordato tra la Facoltà e l'azienda e disciplinato da un apposito regolamento.

La **tesi di laurea**, alla quale vengono confe-

riti 24 Cfu, dovrà fare riferimento o alle scienze linguistiche o alle discipline specifiche del percorso scelto dallo studente e potrà essere redatta in lingua italiana o in una lingua straniera concordata dallo studente col docente.

Dopo la laurea

Il corso di laurea ha un forte orientamento al lavoro. I laureati nel corso di laurea magistrale potranno esercitare - a seconda della specialità conseguita, ma con un ampio interscambio di competenze - qualificate funzioni negli ambiti:

- della traduzione specialistica ed editoriale come attività imprenditoriale autonoma o di lavoro dipendente presso imprese, enti, istituzioni internazionali, istituzioni dell'UE, presso case editrici e in ogni settore siano richieste competenze traduttive qualificate;
- dell'insegnamento delle lingue straniere in qualsiasi ambito richieda formazione linguistica, dalla scuola all'impresa;
- della comunicazione presso enti, istituzioni culturali, case editrici che lavorano con l'estero;
- della gestione e direzione: a) delle imprese italiane operanti all'estero, imprese del "made in Italy", imprese straniere e multinazionali (e/o organizzazioni e istituzioni internazionali); b) delle relazioni economiche di business a livello internazionale e globale e in generale dello sviluppo commerciale delle imprese sul mercato globale (internazionalizzazione ed export management); c) della comunicazione corporate e commerciale delle imprese in Italia e all'estero (corporate & brand communication e business media e social media communication);
- dell'imprenditorialità, del management innovativo e della gestione delle imprese e delle attività turistiche locali e globali con forte vocazione allo sviluppo del business turistico locale e internazionale a "360 gradi" (hotel, resort, imprese turistiche di lusso, compagnie aeree e imprese di trasporto internazionali, imprese operanti nel business crocieristico, nell'ambito del business degli eventi internazionali, dell'entertainment, web enterprise, ecc.).

Inoltre, la laurea magistrale è prerequisito per la prosecuzione degli studi in Master di II livello, corsi di perfezionamento e dottorati di ricerca.

Informazioni

La professoressa Lucia Mor e il professor Marco Grumo sono disponibili per colloqui orientativi e per fornire informazioni specifiche circa i contenuti dei singoli percorsi. Per poter accedere a tali colloqui è necessario contattare i docenti ai seguenti indirizzi mail: lucia.mor@unicatt.it - marco.grumo@unicatt.it

Piani di studio

I piani di studio qui pubblicati potranno subire modifiche; quelli di riferimento ufficiale saranno presentati nella Guida specifica di Facoltà.

Curriculum Letteratura e comunicazione

Il curriculum intende formare una figura professionale dotata di una solida cultura umanistica, spendibile, sulla base di un percorso che può essere in parte personalizzato, nel mondo dell'insegnamento o delle professioni della comunicazione. Tale figura professionale sarà dotata di avanzate capacità e competenze di espressione, scritta e orale, in due lingue europee e non europee – scelte fra inglese, francese, russo, spagnolo e tedesco – e di una approfondita conoscenza delle relative tradizioni letterarie nonché del patrimonio culturale di cui le lingue studiate sono espressione, in prospettiva storica e comparata. Obiettivi formativi specifici sono l'acquisizione di competenze glottodidattiche, di strategie comunicative avanzate, anche in ambito digitale, nelle lingue studiate nonché degli strumenti teorici e applicativi necessari per comprendere e interpretare testi multilingui, letterari e settoriali, e per gestire le tecniche di redazione di testi sia scritti che multimediali.

Le competenze acquisite possono essere quindi spese sia nel contesto dell'insegnamento delle lingue straniere (nella scuola, ma anche in qualsiasi settore richieda formazione linguistica) sia in quello della comunicazione internazionale presso imprese, enti, aziende culturali o case editrici.

Le **attività didattiche** offerte mirano nel dettaglio a:

- sviluppare avanzate capacità di analisi critico-filologica del testo letterario, al fine di riconoscere le specificità, strutturali e stilistiche, dei singoli generi: lirico, narrativo, teatrale;
- sviluppare solide competenze storico-letterarie delle aree linguistiche europee ed extraeuropee scelte, anche in prospettiva comparata;
- far acquisire strategie comunicative efficaci in contesti lavorativi internazionali nei quali è necessario comprendere e dominare le variazioni socio-stilistiche correlate ai mute-

voli contesti comunicativi;

- presentare le strategie e i metodi della didattica e dell'apprendimento delle lingue straniere al fine di preparare insegnanti qualificati per il mondo della scuola o per qualsiasi esigenza o attività formativa; fa parte di queste competenze anche la conoscenza delle risorse e degli strumenti per la traduzione;
- presentare le strategie e i metodi dell'insegnamento dell'italiano L2; al fine di acquisire le competenze necessarie per insegnare la lingua italiana agli stranieri è necessario inserire nel piano studi l'insegnamento di *Didattica dell'italiano L2*;
- introdurre al mondo dell'editoria, dell'editoria multimediale e della comunicazione editoriale;
- far acquisire le competenze necessarie per operare in diversi ambiti del settore della comunicazione d'impresa, mediale e digitale. Sarà in questo caso necessario inserire nel piano studi uno o più insegnamenti scelti fra: *Comunicazione mediale e digitale per le imprese internazionali*, *Branding e comunicazione internazionale*, *Comunicazione turistica internazionale sui nuovi media*.

Gli **sbocchi occupazionali** prevedono, secondo come è stato costruito e personalizzato il percorso: l'insegnamento delle lingue straniere nella scuola (si ricorda che è indispensabile prendere visione delle norme ministeriali ai fini di un adeguamento del piano studi individuale a quanto previsto per l'acquisizione dei crediti formativi richiesti) e in ogni settore che richieda formazione linguistica; il curriculum prepara inoltre ad attività professionali autonome, imprenditoriali o di lavoro dipendente nel settore della comunicazione internazionale presso enti, aziende e imprese, in particolare culturali ed editoriali.

| Primo anno | | CFU |
|---|--|-----|
| Strategie comunicative della Lingua A | | 12 |
| Strategie comunicative della Lingua B | | 12 |
| Letteratura comparata | | 6 |
| Letteratura A | | 8 |
| Letteratura B | | 8 |
| Didattica e apprendimento delle lingue moderne | | 8 |
| Risorse e strumenti per la traduzione | | 6 |
| Secondo anno | | CFU |
| Cultura e storia dei paesi di Lingua A | | 6 |
| Cultura e storia dei paesi di Lingua B | | 6 |
| Fondamenti di editoria e di editoria multimediale | | 6 |
| Marketing e comunicazione editoriale | | 6 |
| Crediti a libera scelta dello studente ¹ | | 8 |
| Altre attività formative ¹ | | 4 |
| Prova finale | | 24 |

Studenti che adottano la terza lingua (C) come II lingua di specializzazione

| Primo anno | | CFU |
|---|--|-----|
| Strategie comunicative della Lingua A | | 12 |
| Lingua C1 (Lingua e fonologia) | | 9 |
| Letteratura comparata | | 6 |
| Letteratura A | | 8 |
| Letteratura C | | 8 |
| Didattica e apprendimento delle lingue moderne | | 8 |
| Risorse e strumenti per la traduzione | | 6 |
| Secondo anno | | CFU |
| Cultura e storia dei paesi di Lingua A | | 6 |
| Lingua C2 (Lingua, morfosintassi e lessico) | | 9 |
| Fondamenti di editoria e di editoria multimediale | | 6 |
| Marketing e comunicazione editoriale | | 6 |
| Crediti a libera scelta dello studente ¹ | | 8 |
| Altre attività formative ¹ | | 4 |
| Prova finale | | 24 |

Nota:

¹ *Crediti a libera scelta dello studente e altre attività formative*: è possibile personalizzare il percorso inserendo a piano studi nello spazio riservato ai 12 crediti liberi/altre attività insegnamenti specifici dell'area della glottodidattica o/e di quella della comunicazione: *Didattica dell'italiano L2 (6 Cfu)*, *Comunicazione mediale e digitale per le imprese internazionali (6 Cfu)*, *Branding e comunicazione internazionale (6 Cfu)*, *Comunicazione turistica internazionale sui nuovi media (6 Cfu)*.

Curriculum Lingue per la traduzione specialistica ed editoriale

Il curriculum intende formare una figura con avanzate e qualificate competenze linguistico-culturali in due lingue europee e non europee – scelte fra inglese, francese, russo, spagnolo e tedesco – da spendere nell'ambito della traduzione professionale. Dotata di una solida cultura umanistica, tale figura professionale sarà in grado di lavorare nel mercato nazionale e internazionale della traduzione specialistica (economica, giuridica, scientifica ecc.) oppure della traduzione editoriale. Il percorso si propone di introdurre a entrambi i possibili sbocchi, affinché sia successivamente possibile operare una scelta consapevole per l'ingresso nel mondo del lavoro, dotati delle strategie metodologiche necessarie per adeguare in modo autonomo le competenze acquisite alla specializzazione del settore professionale nel quale si opera, anche grazie alla conoscenza degli strumenti tecnologici per la traduzione assistita e automatica (CAT Tools, Machine Translation). Il percorso si caratterizza per la natura applicativa della formazione, fondata su solide premesse teoriche, ma ricca soprattutto di attività didattiche pratiche, volte ad esercitare le abilità traduttive confrontandosi con diverse tipologie testuali sia dell'ambito tecnico e specialistico sia di quello saggistico e letterario. La richiesta di traduttori professionisti è presente in tutti gli ambiti della società e dell'economia locale e globale.

Il curriculum consente inoltre, con adeguate integrazioni nel piano studi individuale, di prevedere lo sbocco dell'insegnamento oppure di acquisire competenze spendibili nell'ambito della comunicazione aziendale.

Le **attività didattiche** offerte mirano a:

- sviluppare capacità di analisi e comprensione delle strategie retoriche e argomentative delle più diverse tipologie testuali in lingua straniera e nella madrelingua;
- esercitare strategie traduttive di testi specialistici delle diverse aree (economica, tecnico-scientifica, del marketing, della comunicazione aziendale, della manualistica, del discorso politico, della comunicazione sul web ecc.);
- introdurre all'uso degli strumenti della traduzione assistita (CAT Tools) e automatica (Machine Translation) e al post-editing;
- esercitare strategie traduttive di testi letterari e saggistici;
- far acquisire metodi e strategie per formare in modo autonomo le competenze necessarie alla specializzazione del settore professionale nel quale si opera come traduttori;
- esercitare pratiche di scrittura, nella madrelingua e nelle due lingue di studio, indispensabili per l'attività traduttiva e per la composizione di testi destinati sia al supporto cartaceo sia al web (comunicati stampa, social media, ecc.);
- far acquisire competenze pratiche nell'ambito delle nuove tecnologie applicate all'edizione di testi, anche in lingua straniera;
- introdurre al mondo dell'editoria e della comunicazione editoriale;
- introdurre, con opportune integrazioni, alle strategie e ai metodi della didattica dell'apprendimento delle lingue moderne e/o dell'italiano L2. Sarà in questo caso necessario inserire nel piano studi l'insegnamento di *Didattica e apprendimento delle lingue moderne e/o Didattica dell'italiano L2*;
- introdurre, con opportune integrazioni, al mondo della comunicazione d'impresa, mediale e digitale. Sarà in questo caso necessario inserire nel piano studi uno o più insegnamenti scelti fra: *Comunicazione mediale e digitale per le imprese internazionali, Branding e comunicazione internazionale, Comunicazione turistica internazionale sui nuovi media*.

Gli **sbocchi occupazionali** prevedono: attività professionali autonome o dipendenti presso aziende, imprese, società, organizzazioni internazionali, ma anche nel settore pubblicitario, presso case editrici, istituzioni dell'UE e culturali e in ogni altro settore siano richieste competenze traduttive specialistiche, nonché l'insegnamento delle lingue straniere.

| Primo anno | | CFU |
|--|--|-----|
| Strategie comunicative della Lingua A | | 12 |
| Strategie comunicative della Lingua B | | 12 |
| Letteratura A ¹ | | 8 |
| Letteratura B ¹ | | 8 |
| Risorse e strumenti per la traduzione con modulo di informatica per l'editoria ² | | 12 |
| Pratiche di scrittura per la traduzione | | 6 |
| Secondo anno | | CFU |
| Cultura e storia dei paesi di Lingua A ³ | | 6 |
| Cultura e storia dei paesi di Lingua B ³ | | 6 |
| Teoria e tecnica della traduzione | | 8 |
| Un insegnamento a scelta fra: Fondamenti di editoria e di editoria multimediale, Marketing e comunicazione editoriale | | 6 |
| Crediti a libera scelta dello studente ⁴ | | 8 |
| Altre attività formative ⁴ | | 4 |
| Prova finale | | 24 |

Studenti che adottano la terza lingua (C) come II lingua di specializzazione

| Primo anno | | CFU |
|--|--|-----|
| Strategie comunicative della Lingua A | | 12 |
| Lingua C1 (Lingua e fonologia) | | 9 |
| Letteratura A ¹ | | 8 |
| Letteratura C | | 8 |
| Risorse e strumenti per la traduzione con modulo di informatica per l'editoria ² | | 12 |
| Pratiche di scrittura per la traduzione | | 6 |
| Secondo anno | | CFU |
| Cultura e storia dei paesi di Lingua A ³ | | 6 |
| Lingua C2 (Lingua, morfosintassi e lessico) | | 9 |
| Teoria e tecnica della traduzione | | 8 |
| Un insegnamento a scelta fra: Fondamenti di editoria e di editoria multimediale, Marketing e comunicazione editoriale | | 6 |
| Crediti a libera scelta dello studente ⁴ | | 8 |
| Altre attività formative ⁴ | | 4 |
| Prova finale | | 24 |

Note:

⁽¹⁾ Ai corsi di Letteratura A e B saranno affiancate esercitazioni di traduzione editoriale dalla Lingua A e dalla Lingua B.

⁽²⁾ Al corso di Risorse e strumenti per la traduzione saranno affiancate esercitazioni di traduzione specialistica dalla Lingua A e dalla Lingua B.

⁽³⁾ Ai corsi di Cultura e storia dei paesi di Lingua A e di Lingua B saranno affiancati Laboratori di traduzione specialistica dalla Lingua A e dalla Lingua B.

⁽⁴⁾ Crediti a libera scelta dello studente e altre attività formative: si consiglia in particolare la frequenza del corso di Fondamenti di editoria e di editoria multimediale (6 Cfu) o di Marketing e comunicazione editoriale (6 Cfu) se non scelto in precedenza. Ai fini dell'acquisizione delle competenze necessarie all'insegnamento è consigliata la frequenza del corso di Didattica e apprendimento delle lingue moderne (6 Cfu). Possono però essere scelti anche altri corsi previsti nei diversi curricula della Laurea magistrale, ad esempio dell'area della comunicazione: Comunicazione mediale e digitale per le imprese internazionali (6 Cfu), Branding e comunicazione internazionale (6 Cfu), Comunicazione turistica internazionale sui nuovi media (6 Cfu).

Curriculum Management e relazioni economiche internazionali

Il curriculum delinea una figura professionale plurilingue con avanzate competenze linguistiche e manageriali, che unisce una preparazione di alto livello nelle lingue e nelle culture europee (inglese, francese, spagnolo e tedesco) e non europee (russo e cinese) alla conoscenza del funzionamento e delle dinamiche dei mercati locali e globali, delle imprese, dell'attività e del business internazionale di ogni settore economico (moda, food, design, meccanica, automotive, chimica, metallurgia e siderurgia, ecc.). Non esistono infatti più imprese e mercati esclusivamente locali e nazionali bensì globali e strettamente interconnessi.

Il curriculum forma un laureato con qualificate competenze linguistiche e una solida cultura umanistica e manageriale, sempre più richieste dalle imprese italiane che operano sui mercati esteri e dalle imprese straniere (sempre più numerose e rilevanti) operanti in Italia. Per questi motivi, il laureato ha notevoli possibilità di occupazione (anche in tempi brevi) data l'innovatività e la competitività del profilo formato che risponde a una forte richiesta da parte del mondo dell'impresa italiana e internazionale. Per fare business internazionale ad alto livello non bastano competenze linguistiche "di base" e nemmeno la conoscenza di una sola lingua straniera, ma sono necessarie competenze avanzate e integrate. Il laureato potrà operare in ogni comparto dell'impresa (in particolare nella direzione generale, commerciale ed export, comunicazione e marketing, people management ecc.). Il curriculum forma imprenditori validi, manager e comunicatori internazionali e globali del business mondiale e del "made in Italy".

Le **attività didattiche** offerte mirano ad approfondire:

- la conoscenza delle lingue straniere a livello avanzato, sviluppando una sicura capacità di espressione scritta e orale nonché della lingua per il business globale;
- la cultura e l'identità dei popoli delle aree linguistiche scelte nell'ottica dello sviluppo

di solide e rilevanti relazioni economiche internazionali e del business, sempre più importanti nel mondo del management internazionale e dello sviluppo dei business globali;

- la conoscenza del management delle imprese locali, internazionali e globali: direzione aziendale, strategia e business plan, imprenditorialità, marketing e comunicazione, financial management, export management, brand management;
- le principali caratteristiche dei mercati locali e globali, dell'internazionalizzazione delle imprese e dell'attività di export nei Paesi sia europei che extra-europei;
- le principali disposizioni normative che disciplinano l'attività imprenditoriale e commerciale, sia sul territorio europeo sia sui mercati globali;
- la cultura imprenditoriale e dell'international management applicabile a qualsiasi settore, ente o impresa, es. imprese di qualsiasi dimensione italiane e estere, attività imprenditoriali proprie, ma anche istituzioni, organizzazioni non profit sempre più coinvolte in dinamiche e progetti di carattere internazionale e globale.

Gli **sbocchi occupazionali** prevedono che il laureato magistrale potrà inserirsi efficacemente come dipendente, consulente, assistente alla direzione e al capo azienda, export manager, international human resource manager, imprenditore e manager nell'ambito delle diverse funzioni aziendali: direzione generale, direzione marketing, direzione comunicazione, media e social media, direzione vendite e commerciale sia Italia che estero di grandi aziende multinazionali e globali, piccole e medie imprese internazionalizzate e che esportano in Europa e nel mondo, imprese straniere operanti in Italia, imprese web con clienti internazionali, società di consulenza, uffici import/export delle aziende, istituzioni ed enti operanti nell'ambito delle relazioni economiche internazionali, altre attività imprenditoriali.

| Primo anno | CFU |
|--|-----|
| Strategie comunicative della Lingua A | 12 |
| Strategie comunicative della Lingua B | 12 |
| Organizzazione e management delle imprese internazionali e globali | 8 |
| History of the European Economic Integration | 6 |
| Branding e comunicazione internazionale | 6 |
| Un insegnamento a scelta fra: Economic Geography (tace nell'a.a. 2022/23), Comunicazione mediale e digitale per le imprese internazionali, Management, imprenditorialità e sviluppo delle imprese turistiche internazionali e globali | 6 |
| Crediti a libera scelta dello studente ¹ | 8 |

| Secondo anno | CFU |
|--|-----|
| Cultura e storia dei paesi di Lingua A | 6 |
| Cultura e storia dei paesi di Lingua B oppure Lingua e civiltà cinese (per gli studenti che adottano come lingua di specializzazione la lingua cinese) | 6 |
| Teoria e tecnica della traduzione | 8 |
| Business globale e cross cultural management con modulo di Strategie del business internazionale | 8 |
| Diritto europeo del commercio internazionale | 6 |
| Altre attività formative ¹ | 4 |
| Prova finale | 24 |

Studenti che adottano la terza lingua (C) come II lingua di specializzazione

| Primo anno | CFU |
|--|-----|
| Strategie comunicative della Lingua A | 12 |
| Lingua C1 (Lingua e fonologia) | 9 |
| Organizzazione e management delle imprese internazionali e globali | 8 |
| History of the European Economic Integration | 6 |
| Branding e comunicazione internazionale | 6 |
| Un insegnamento a scelta fra: Economic Geography (tace nell'a.a. 2022/23), Comunicazione mediale e digitale per le imprese internazionali, Management, imprenditorialità e sviluppo delle imprese turistiche internazionali e globali | 6 |
| Crediti a libera scelta dello studente ¹ | 8 |

| Secondo anno | CFU |
|--|-----|
| Cultura e storia dei paesi di Lingua A | 6 |
| Lingua C2 (Lingua, morfosintassi e lessico) | 9 |
| Teoria e tecnica della traduzione | 8 |
| Business globale e cross cultural management con modulo di Strategie del business internazionale | 8 |
| Diritto europeo del commercio internazionale | 6 |
| Altre attività formative ¹ | 4 |
| Prova finale | 24 |

Nota:

¹ Crediti a libera scelta dello studente e altre attività formative: la Facoltà consiglia, al fine di completare la preparazione propria dello studente, l'inserimento del *Laboratorio di analisi delle strategie di internazionalizzazione delle imprese* (4 Cfù), del *Laboratorio di tecnologia e analisi per il business* (2 Cfù) e del *Laboratorio di Office Automation avanzato* (2 Cfù). Consigliata è anche un'esperienza di Stage.

Curriculum Management, imprenditorialità e comunicazione per il turismo globale

Il turismo è uno dei settori più importanti della moderna economia locale e globale, con grandi prospettive di sviluppo. Esso diventerà sempre più necessario e ambito nella piramide dei bisogni delle persone, e sarà un settore sempre più di qualità e globale. Il turismo è anche uno degli assi portanti del nostro "made in Italy" nel mondo, presenta grandi volumi, sia in termini di turismo "incoming" che "outgoing" e un mercato globale praticamente sconfinato.

Per questi motivi, il settore turistico locale, nazionale e soprattutto globale sta richiedendo, e richiederà in misura crescente, figure professionali plurilingui e di alto livello, con una preparazione avanzata e qualificata nelle lingue e nelle culture europee (inglese, francese, spagnolo e tedesco) e non europee (russo e cinese), abbinata a una solida competenza comunicativa e a una approfondita conoscenza del mercato locale e globale, del management e delle imprese turistiche italiane e internazionali (sia profit che non profit, sia fisiche che operanti sul web).

Il curriculum prepara in particolare imprenditori, manager, marketing & communication manager e consulenti internazionali di alto livello, con solide competenze imprenditoriali, di comunicazione internazionale e di management capaci di operare in imprese turistiche e dell'entertainment di tutte le dimensioni e attività locali e globali a "360 gradi". La formazione integra qualificate competenze linguistiche con una solida cultura umanistica e manageriale, requisiti molto richiesti dal mercato e dagli operatori turistici italiani ed esteri, chiamati a gestire scenari sempre più competitivi e globali. Si tratta del profilo molto innovativo di imprenditori, manager e comunicatori internazionali e globali del settore, capaci di inserirsi agevolmente in qualsiasi ambito delle imprese e del business turistico, sia in Italia che all'estero, in posizioni di sviluppo, di management e quindi di responsabilità, sia nel mercato fisico che in quello virtuale.

Le **attività didattiche** offerte mirano ad approfondire:

- la conoscenza avanzata scritta e orale delle lingue scelte con particolare riferimento alle competenze comunicative richieste dal settore turistico locale e globale;
- le strategie linguistiche e comunicative necessarie a soddisfare i bisogni informativi ed esperienziali di turisti provenienti da diversi contesti linguistico-culturali;
- la capacità di gestire in modo efficace nelle lingue studiate la comunicazione (tradizionale o digitale) rivolta a una utenza turistica internazionale;
- le tecniche di traduzione turistica e di scrittura digitale per il turismo;
- la cultura e l'identità dei popoli delle aree linguistiche scelte ai fini dello sviluppo del business turistico in diversi mercati esteri, ma anche ai fini dell'accoglienza turistica internazionale e dello sviluppo di progetti turistici, eventi e di entertainment;
- la conoscenza avanzata del management delle imprese turistiche locali e internazionali operanti in tutti i mercati del mondo e in tutti i settori (hotel, resort, imprese turistiche di lusso, compagnie aeree, business crocieristico, imprese di trasporto internazionali, eventi sportivi, musicali, culturali, di business ecc. internazionali, entertainment, web enterprise, marketplace globali del settore turistico ecc.) mettendo a fuoco in particolare i seguenti temi: direzione aziendale, business plan & strategy, international management & entrepreneurship, marketing, comunicazione, brand management, cross-cultural management, project management, financial management;
- la conoscenza del mercato turistico locale e globale, fisico e sul web (turismo leisure, culturale, congressuale, business, ecc.) anche al fine dello sviluppo di attività imprenditoriali proprie;
- le strategie per la promozione e la valorizzazione dei territori e del loro brand a

livello internazionale e globale e del "made in Italy" turistico.

Gli **sbocchi occupazionali** sono molteplici, sia in Italia che all'estero. Il laureato potrà inserirsi agevolmente come imprenditore, manager, marketing & communication manager, development manager, hotel manager, international event manager, consulente, media e social media manager nelle seguenti imprese (sia italiane che estere): imprese ricettive di grandi e di piccole dimensioni (hotel, catene internazionali e globali di hotel, grandi eventi internazionali, resort, campeggi, B&B, strutture

ricettive di tutti i tipi), tour operator internazionali e globali fisici e sul web, imprese di trasporto (compagnie aeree, navali, navi da crociera, ferroviarie ecc.), imprese di entertainment (musica, spettacoli, parchi divertimento ecc.), imprese culturali sia profit che non profit (teatri e musei con attività internazionale), imprese di servizi turistici, imprese di comunicazione, imprese web. Il laureato sarà inoltre in grado di sviluppare imprese proprie in ambito turistico e dell'entertainment. Ulteriore sbocco professionale è quello del mediatore linguistico-culturale specializzato nell'accoglienza dei turisti stranieri.

| Primo anno | | CFU |
|--|--|-----|
| Strategie comunicative della Lingua A ¹ | | 12 |
| Strategie comunicative della Lingua B ¹ | | 12 |
| Management, imprenditorialità e sviluppo delle imprese turistiche internazionali e globali | | 6 |
| Project management per l'organizzazione di eventi e di spazi turistici | | 8 |
| Sociologia del turismo | | 8 |
| Comunicazione turistica internazionale sui nuovi media | | 6 |
| Dinamiche dell'economia globale | | 6 |
| Secondo anno | | CFU |
| Cultura e storia dei paesi di Lingua A | | 6 |
| Cultura e storia dei paesi di Lingua B oppure Lingua e civiltà cinese (per gli studenti che adottano come lingua di specializzazione la lingua cinese) | | 6 |
| Mediazione linguistica per l'accoglienza turistica internazionale ² | | 6 |
| Promozione e valorizzazione internazionale del territorio | | 8 |
| Crediti a libera scelta dello studente ³ | | 8 |
| Altre attività formative ³ | | 4 |
| Prova finale | | 24 |

Studenti che adottano la terza lingua (C) come II lingua di specializzazione

| Primo anno | CFU |
|--|-----|
| Strategie comunicative della Lingua A ⁴ | 12 |
| Lingua C1 (Lingua e fonologia) | 9 |
| Management, imprenditorialità e sviluppo delle imprese turistiche internazionali e globali | 6 |
| Project management per l'organizzazione di eventi e di spazi turistici | 8 |
| Sociologia del turismo | 8 |
| Comunicazione turistica internazionale sui nuovi media | 6 |
| Dinamiche dell'economia globale | 6 |
| Secondo anno | CFU |
| Cultura e storia dei paesi di Lingua A | 6 |
| Lingua C2 (Lingua, morfosintassi e lessico) | 9 |
| Mediazione linguistica per l'accoglienza turistica internazionale ⁵ | 6 |
| Promozione e valorizzazione internazionale del territorio | 8 |
| Crediti a libera scelta dello studente ³ | 8 |
| Altre attività formative ³ | 4 |
| Prova finale | 24 |

Note:

⁽¹⁾ Ai corsi di *Strategie comunicative della Lingua A* e *della Lingua B* saranno affiancate esercitazioni di *traduzione turistica* nella Lingua A e nella Lingua B.

⁽²⁾ Al corso di *Mediazione linguistica per l'accoglienza turistica internazionale* saranno affiancate esercitazioni di *scrittura digitale per il turismo* nella Lingua A e nella Lingua B.

⁽³⁾ *Crediti a libera scelta dello studente e altre attività formative*: se si intende perfezionare la propria formazione nell'ambito delle competenze traduttive, la Facoltà consiglia la scelta degli insegnamenti di *Risorse e strumenti per la traduzione* o di *Teoria e tecnica della traduzione*. Se si intende perfezionare la propria formazione nell'ambito economico, la Facoltà consiglia l'inserimento del *Laboratorio di analisi delle strategie di internazionalizzazione delle imprese* (4 CfU) e/o del *Laboratorio di tecnologia e analisi per il business* (2 CfU) e/o del *Laboratorio di Office Automation avanzato* (2 CfU). Si consiglia anche un'attività di Stage.

⁽⁴⁾ Al corso di *Strategie comunicative della Lingua A* saranno affiancate esercitazioni di *traduzione turistica* nella Lingua A.

⁽⁵⁾ Al corso di *Mediazione linguistica per l'accoglienza turistica internazionale* saranno affiancate esercitazioni di *scrittura digitale per il turismo* nella Lingua A e nella Lingua C.

Corsi di Teologia

Nel piano di studio di ogni corso è prevista la frequenza ai corsi di Teologia per offrire una conoscenza motivata, ragionata e organica della fede cattolica.

Durante il biennio è previsto un corso semestrale di 30 ore in forma seminariale e/o monografica, su tematica inerente il curriculum frequentato, che si concluderà con una prova stabilita dal docente

Costi e agevolazioni

L'importo dell'iscrizione è determinato sulla base del reddito familiare.

Ogni anno circa 3000 studenti, in base a requisiti di merito e condizioni economiche, vengono esonerati dal pagamento dei contributi universitari mentre 4.000 accedono a ulteriori agevolazioni finanziarie.

Gli studenti con invalidità certificata pari o superiore al 66% e gli studenti con riconoscimento di handicap ai sensi dell'art. 3, comma 1 della L 5 febbraio 1992 n. 104, hanno diritto all'esonero totale della tassa di

iscrizione e dei contributi universitari e saranno tenuti al versamento di € 100,00 all'atto dell'immatricolazione e per l'iscrizione ad ogni anno accademico successivo al primo. Per ottenere l'esonero i suddetti studenti dovranno presentare documentazione originale in corso di validità ai Servizi per l'Integrazione degli studenti con disabilità e con DSA della sede di riferimento.

Sono inoltre previste tariffe agevolate per studenti fuori sede residenti nei collegi dell'Università Cattolica.



L'Orientamento in Università Cattolica

Tutti i campus organizzano una giornata, virtuale o in presenza, dedicata a coloro che sono interessati ad un percorso di laurea magistrale: gli **Open day** sono l'occasione per conoscere l'Ateneo e l'offerta dei corsi grazie alle presentazioni dei docenti, approfondire le modalità di ammissione e scoprire tutti i servizi offerti.

Inoltre, lo staff dell'Orientamento e gli studenti iscritti in Università Cattolica sono a disposizione per rispondere ad ogni curiosità sui corsi e sulle procedure di ammissione, ma anche per scoprire - attraverso colloqui individuali ed esperienze universitarie dirette - tutte le opportunità che l'Ateneo riserva ai propri studenti per poter valorizzare al meglio il proprio percorso di studi.

Per tutti i dettagli sui corsi di laurea e per le modalità e le procedure di iscrizione, visita la pagina <https://www.unicatt.it/iscrizione-iscrizione-a-laurea-magistrale> o vieni a trovarci presso i nostri sportelli e agli appuntamenti previsti durante l'anno.



Sportello Orientamento e tutorato

Puoi prenotare un colloquio informativo, da remoto o in presenza, attraverso questo link: www.unicatt.it/orientamento-fissiamo-un-incontro

- **Brescia - Via della Garzetta, 48**

Chiamaci: 800 954 459 se sei uno studente italiano - +39 02 7234 7234 se chiami dall'estero
Da lunedì a venerdì dalle 8 alle 19, il sabato dalle 9 alle 13

I servizi per gli studenti

Opportunità di crescita culturale, professionale, personale



UCSC
International



Servizio linguistico
d'Ateneo



Libreria
e biblioteche



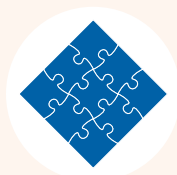
Aule
informatiche



Orientamento
e tutorato



Borse di studio, mense,
soluzioni abitative,
agevolazioni...



Integrazione
studenti con disabilità
e DSA



Stage
e placement



UNIVERSITÀ
CATTOLICA
del Sacro Cuore

www.unicatt.it