



AVVISO DI SELEZIONE PER L'AMMISSIONE ALLA PRIMA EDIZIONE DEL MASTER UNIVERSITARIO DI I LIVELLO IN "TOURISM 4.0. DIGITAL INNOVATION, SUSTAINABILITY, AND GAMIFIED METAVERSE EXPERIENCES (MT4-GAME)", 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 D.R. 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 Master sono ... 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, la Convenzione e la composizione del Comitato Ordinatore del Master;

VISTE le delibere con cui il Senato Accademico e il Consiglio di Amministrazione, nelle sedute del 23/6/2025 e 25/6/2025 hanno approvato, per quanto di rispettiva competenza, l'istituzione per l'a.a. 2025/2026, della prima edizione del corso Master di I livello in "Tourism 4.0. Digital Innovation, Sustainability, and Gamified Metaverse Experiences (MT4-GAME)", il relativo Regolamento didattico, il Piano economico finanziario e la sottoscrizione della Convenzione tra l'Università degli studi della Tuscia e il Centro di Eccellenza del Distretto Tecnologico dei beni e delle attività culturali della Regione (DTC-Lazio)

IL DIRETTORE TECNICO SCIENTIFICO DELL'UNITUS ACADEMY

DISPONE

Per l'a.a. 2025-2026 l'attivazione della prima edizione del **Master Universitario di I Livello in "Tourism 4.0. Digital Innovation, Sustainability, and Gamified Metaverse Experiences (MT4-GAME)"** presso Unitus Academy - Università degli Studi della Tuscia

ART. 1 OBIETTIVI FORMATIVI

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

Il Master ha l'obiettivo di formare professionisti in grado di integrare tecnologie digitali avanzate con la gestione del settore turistico, rispondendo alle sfide della trasformazione digitale. Gli studenti acquisiranno competenze in ambito tecnologico, come la gestione di Big Data, Machine Learning, realtà aumentata/virtuale e IoT, applicati al turismo. Impareranno anche a utilizzare il marketing digitale per ottimizzare l'esperienza turistica in un mercato in continua evoluzione.

Il programma adotta un approccio interdisciplinare che combina competenze informatiche con una conoscenza approfondita dei servizi turistici. Gli studenti saranno formati nella progettazione di soluzioni digitali innovative e nella gestione dei servizi turistici, partecipando a laboratori, project work e collaborazioni con aziende del settore, per applicare concretamente le conoscenze acquisite. L'obiettivo finale è formare professionisti in grado di progettare e implementare tecnologie che migliorano l'esperienza turistica e ottimizzano i processi aziendali.

L'attivazione del Master in collaborazione fra l'Università della Tuscia e il Centro di Eccellenza del DTC-LAZIO, arricchisce il percorso con una sinergia tra il patrimonio culturale e le risorse turistiche del territorio viterbese e l'innovazione tecnologica del Centro di Eccellenza, nonché la Rete dei Laboratori e delle Università che lo compongono. Questa combinazione risponde al fabbisogno di competenze strategiche in un mercato globale, favorendo la collaborazione con il settore privato attraverso stage, progetti congiunti e ricerca applicata, fondamentali per l'innovazione.

Il Master si distingue nel panorama dell'offerta formativa italiana per l'approfondimento di tecnologie avanzate come GIS, Metaverso, AR, VR e gamification, oltre all'analisi dei Big Data e all'applicazione dell'Intelligenza Artificiale nel turismo. L'attenzione alla sostenibilità e alla gestione delle destinazioni turistiche intelligenti è un altro punto di forza, formando professionisti capaci di coniugare innovazione e rispetto per l'ambiente.

ART. 2 ARTICOLAZIONE DEL CORSO

Il Master punta a creare un ambiente di apprendimento dove **docenti e studenti interagiscono attivamente**, favorendo lo scambio reciproco. Le lezioni non si limiteranno alla teoria, ma useranno **esempi concreti, simulazioni e casi di studio** per applicare subito i concetti.

Gli insegnamenti, suddivisi in vari moduli, sono organizzati in quattro gruppi:

Geography of Tourism and Spatial Patterns

Digital Tourism and Smart Destinations

Event Management, Digital Transformation & Communication

Urban Planning and Tourism Integration

Tourism Media and Digital Storytelling

Research Methods in Tourism

Tourism and Business Marketing

Sustainability and Smart Mobility and Connectivity for Tourism

Tourism Experience Design

Soft Skills for Digital Leadership

Statistics for Tourism

Revenue Management & Technology

Big Data Analytics for Tourism and Mobility

AI and Predictive Models for Destination Management

Advanced GIS and Spatial Analysis AI-driven Decision Support Systems

RV /AV Gamification Simulive e Live Streaming

I moduli si concentrano sulla trasformazione digitale e sulla sostenibilità come pilastri fondamentali del turismo moderno. Non si tratta solo di capire dove vanno i turisti, ma anche come interagiscono con le destinazioni attraverso la tecnologia, come le loro esperienze possono essere migliorate e come l'industria può operare in modo più responsabile. Vengono esplorate in profondità le tecnologie emergenti – dall'intelligenza artificiale ai Big Data, dalla realtà virtuale al live streaming – non solo come strumenti di marketing o di gestione, ma come elementi centrali che ridefiniscono l'intera catena del valore turistico. Si impara a utilizzare i dati per prendere decisioni strategiche, a creare esperienze personalizzate ed a ottimizzare i ricavi. Parallelamente, c'è una forte enfasi sulla pianificazione strategica e sulla gestione delle destinazioni e degli eventi, integrando le dinamiche urbane e territoriali con le esigenze del turismo. Si studiano metodi di ricerca avanzati per comprendere il mercato e sviluppare strategie efficaci, sempre con un occhio di riguardo alla comunicazione e allo storytelling digitale, essenziali per coinvolgere il pubblico. Infine, il programma riconosce l'importanza delle competenze trasversali (soft skills), preparando i futuri leader a gestire team, innovare e adattarsi rapidamente ai cambiamenti, elementi cruciali in un settore così dinamico.

In sintesi, l'unione di questi moduli delinea un professionista del turismo che è contemporaneamente: Tecnologico: profondamente a suo agio con gli strumenti digitali, l'analisi dei dati e le nuove frontiere dell'AI.

Strategico: capace di pianificare, gestire e promuovere destinazioni ed eventi in modo efficace.

Orientato all'esperienza: Focalizzato sulla creazione di viaggi memorabili e personalizzati per il turista.

Sostenibile: consapevole dell'impatto ambientale e sociale del turismo e promotore di pratiche responsabili.

Questo percorso formativo sembra essere progettato per preparare figure professionali complete, pronte ad affrontare le sfide e a cogliere le opportunità del turismo di domani.

ART.3 REQUISITI DI AMMISSIONE

Per accedere al Master di I livello in **“Tourism 4.0. Digital Innovation, Sustainability, and Gamified Metaverse Experiences (MT4-GAME)”** è necessario essere in possesso dei seguenti titoli di studio:

- Laurea triennale, o un altro titolo rilasciato all'estero, riconosciuto idoneo in base alla normativa vigente

Qualora le domande di ammissione superino il numero massimo stabilito, costituirà criterio di precedenza il conseguimento della Laurea Triennale in Comunicazione, tecniche e culture digitali (L-20) rispetto alle altre lauree triennali (vecchio e nuovo ordinamento), a seguire il voto di laurea più alto e in caso di parità di voto di laurea l'esistenza di pregresse esperienze lavorative e/o pregressi studi nelle tematiche del Master. 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 comunicazione.

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 entro il giorno 31 dicembre 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 10 giorni successivi alla scadenza del bando all'Albo Ufficiale di Ateneo (<https://titulus-unitus.cineca.it/albo/viewer?view=html>).

Il numero massimo degli ammessi al Master è di 30, mentre viene individuato in 21 il numero minimo degli iscritti per l'attivazione del corso. Qualora il numero delle domande di ammissione risulti superiore a quello dei posti stabilito, il Comitato Ordinatore del Master può disporre l'aumento del numero degli iscritti.

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 3000,00	La quota va versata in due rate da 1500,00 euro: la prima di euro 150,00 a inizio del master; la seconda entro la fine del master.
Iscritto in convenzione PA 110 e lode	Euro 2100,00	La quota va versata in due rate da 1050,00 euro: la prima di euro 1050,00 a inizio del master; la seconda entro la fine del master.

Iscritti studenti università convenzionate e dipendenti/collaboratori enti ecclesiastici	Euro 2000,00	La quota va versata in due rate da 1000,00 euro: la prima di euro 1000,00 a inizio del master; la seconda entro la fine del master.
Iscritto dipendente UNITUS	Euro 1200,00	La quota va versata in due rate da 600,00 euro: la prima di euro 600,00 a inizio del master; la seconda entro la fine del master.

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

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

ART. 6 SEDE DEL CORSO, DURATA E FREQUENZA

Il Master di I livello in Tourism 4.0 – Digital Innovation, Sustainability, and Gamified Metaverse Experiences (MT4-GAME) che ha una durata di 12 mesi e prevede moduli intensivi, laboratori pratici e stage in azienda, avrà la sua sede principale a Rieti, una scelta strategica che riflette l'impegno crescente dell'Università della Tuscia (UNITUS) nello sviluppo del territorio reatino.

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 400 ore. L'insieme delle suddette attività, comprensive dell'impegno da riservare allo studio e alla preparazione individuale, corrisponde all'acquisizione da parte degli iscritti di 60 crediti formativi universitari (CFU) complessivi.

Le attività mirano a coniugare e a mettere a sistema un approccio *learning by doing* che permetterà agli studenti e alle studentesse di affrontare una didattica frontale, ma anche altre forme di attività di studio, progetti applicati su territori e casi di studio interdisciplinari (laboratori, workshop del settore) oltre le attività di stage, che costituiscono il completamento del corso e verranno svolte presso istituzioni e imprese operanti nel settore.

In particolare, sono previste:

- esercitazioni e attività didattiche seguendo direttamente le lezioni in live streaming (con possibilità di fruizione on demand);
- didattica interattiva e in presenza, arricchita da project work e testimonianze di manager e imprenditori.

La prova finale consiste nella elaborazione e presentazione di un project work.

La frequenza da parte degli iscritti alle varie attività del corso è obbligatoria e sono tollerate assenze non superiori al 30% delle ore complessive.

I tirocini e gli stages si svolgono di norma presso enti o aziende esterni all'Università della Tuscia. I corsi prevedono modalità di erogazione delle lezioni, oltre che in presenza, anche in modalità blended, garantendo almeno due presenze al mese presso la sede del corso.

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 sarà presentato e discusso 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".

ART. 8 RESPONSABILE DEL PROCEDIMENTO

Il responsabile del procedimento individuato è il dott. Alessandro Cruciani, Segreteria Didattica Amministrativa di Unitus Academy - Scuola di Alta Formazione (E-mail acruciani@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 sulla pagina appositamente istituita sul sito dell'Università degli Studi della Tuscia al seguente link <https://www.unitus.it/post-laurea/master/master-unitus-academy/tourism-4-0-digital-innovation-sustainability-and-gamified-metaverse-experiences- mt4-game/> dove è disponibile il Regolamento Didattico del Master e il Piano Formativo del Corso.

È inoltre possibile, per ulteriori informazioni sul corso, contattare:

- Direttore del Master: prof.ssa Luisa Carbone luisa.carbone@unitus.it
- Coordinatore Dott. Tony Urbani urbanit@unitus.it
- Referente dei rapporti con il DTC-Lazio: Dott. Luca Lucchetti luca.lucchetti@unitus.it

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

