

Università degli Studi di Sassari
Laurea Magistrale
in INNOVATION MANAGEMENT FOR SUSTAINABLE TOURISM
D.M. 22/10/2004, n. 270
Regolamento didattico - anno accademico 2025/2026

ART. 1 Premessa

Denominazione del	INNOVATION MANAGEMENT FOR SUSTAINABLE TOURISM
Denominazione del corso in inglese	INNOVATION MANAGEMENT FOR SUSTAINABLE TOURISM
Classe	LM-77 R Scienze economico-aziendali
Facoltà di	
Altre Facoltà	
Dipartimento di riferimento	SCIENZE ECONOMICHE E AZIENDALI
Altri Dipartimenti	
Durata normale	2
Crediti	120
Titolo rilasciato	Laurea Magistrale in INNOVATION MANAGEMENT FOR SUSTAINABLE TOURISM
Titolo congiunto	No
Atenei convenzionati	
Doppio titolo	
Modalità didattica	Convenzionale
Il corso è	di nuova istituzione
Data di attivazione	
Data DM di	
Data DR di	
Data di approvazione del consiglio di	
Data di approvazione del senato accademico	20/11/2024
Data parere nucleo	
Data parere Comitato reg. Coordinamento	16/01/2020

Data della consultazione con le organizzazioni rappresentative a livello locale della	01/02/2024
Massimo numero di crediti riconoscibili	24
Corsi della medesima classe	ECONOMIA AZIENDALE
Numero del gruppo di affinità	1
Sede amministrativa	
Sedi didattiche	OLBIA (SS)
Indirizzo internet	https://disea.uniss.it/it
Ulteriori	

ART. 2 Sbocchi Professionali

Esperto di management dell'innovazione nelle aziende che operano nel settore del turismo

2.1 Funzioni

- Definire ed implementare strategie innovative in aziende che a vario titolo operano nel settore del turismo, tenendo conto della loro sustainability, nel rispetto di obiettivi economici, ambientali e sociali;
- Valutare, proporre ed implementare nuove tecnologie utili per la conservazione, fruizione e valorizzazione del patrimonio ambientale, culturale e sociale ma anche per la creazione di network territoriali orientanti all'innovazione e miglioramento continuo dei servizi e delle esperienze turistiche;
- Progettare ed implementare sistemi di controllo per la valutazione e monitoraggio delle performance nelle diverse prospettive e per l'attivazione di customer relationship management e customer satisfaction a supporto di una gestione orientata al mercato

2.2 Competenze

Competenze di innovation management per le imprese del settore del turismo
 Competenze di analisi strategica e strategic management
 Competenze di international strategic marketing e tourism service design
 Competenze di big data management e misurazione del BES
 Competenze di finanza per l'impresa turistica

ART. 2 Sbocchi Professionali
2.3 Sbocco

Specialista nell'innovation management per le imprese del settore del turismo
 Specialista in analisi strategica e international strategic management
 Specialista in international strategic marketing e tourism service design
 Specialista big data management e misurazione del BES
 Specialista in finanza per l'impresa turistica

Il corso prepara alle

Classe		Categoria		Unità Professionale	
2.5.1	Specialisti delle scienze gestionali, commerciali e bancarie	2.5.1.2	Specialisti della gestione e del controllo nelle imprese private	2.5.1.2.0	Specialisti della gestione e del controllo nelle imprese private
2.5.1	Specialisti delle scienze gestionali, commerciali e bancarie	2.5.1.3	Specialisti di gestione e sviluppo del personale e dell'organizzazione e del lavoro	2.5.1.3.2	Specialisti dell'organizzazione del lavoro
2.5.1	Specialisti delle scienze gestionali, commerciali e bancarie	2.5.1.5	Specialisti nei rapporti con il mercato	2.5.1.5.1	Specialisti nell'acquisizione di beni e servizi
2.5.1	Specialisti delle scienze gestionali, commerciali e bancarie	2.5.1.5	Specialisti nei rapporti con il mercato	2.5.1.5.2	Specialisti nella commercializzazione e di beni e servizi (escluso il settore ICT)
2.5.1	Specialisti delle scienze gestionali, commerciali e bancarie	2.5.1.5	Specialisti nei rapporti con il mercato	2.5.1.5.4	Analisti di mercato
2.5.1	Specialisti delle scienze gestionali, commerciali e bancarie	2.5.1.6	Specialisti nelle pubbliche relazioni, dell'immagine e simili	2.5.1.6.0	Specialisti delle pubbliche relazioni, dell'immagine e professioni assimilate
2.5.3	Specialisti in scienze sociali	2.5.3.1	Specialisti in scienze economiche	2.5.3.1.2	Specialisti dell'economia aziendale

ART. 3 Obiettivi formativi specifici del corso e descrizione del percorso formativo

Il Corso di Laurea in Innovation Management for Sustainable Tourism (IMaST) intende offrire una solida preparazione avanzata nelle scienze dell'economia e della gestione aziendale consentendo allo studente di acquisire strumenti evoluti, di tipo metodologico ed analitico, necessari per comprendere, anticipare e gestire i percorsi di innovazione di un sistema economico e di un'azienda, con particolare attenzione per la sostenibilità e la competitività dei processi di crescita in ambito turistico.

L'offerta formativa evidenzia una nuova chiave di lettura e analisi dei sistemi economici a vocazione turistica, con la proposta di strumenti manageriali e di analisi funzionali alla valorizzazione dell'economia locale e alla costruzione di prodotti esperienziali attuali e rispettosi dell'ambiente naturale, economico e sociale.

A tal fine, il percorso di studi integra nuove conoscenze delle aree aziendale, quantitativa, economica e giuridica con un insieme di attività formative utili a caratterizzare i diversi profili professionali così da consentire agli studenti di acquisire specifiche abilità necessarie per studiare nuovi modelli di sviluppo aziendale e territoriale.

In particolare, il primo anno del biennio è incentrato sul nucleo di conoscenze economico-quantitative e giuridiche indispensabili per acquisire gli strumenti di comprensione del mercato specifico, dei profili normativi rilevanti e di analisi predittiva (con particolare riferimento all'economia dello sviluppo sostenibile nella prospettiva dell'ambiente, della natura e del territorio, all'analisi dei dati, ai metodi previsionali per il turismo sostenibile, alla cornice giuridica e regolamentare) oltre che conoscenze manageriali inerenti alla gestione dell'innovazione (con riferimento specifico ai modelli di governance, all'analisi strategica e al marketing internazionale nel settore turistico). Si completa, inoltre, con la scelta degli insegnamenti liberi che aiutano lo studente ad arricchire il proprio bagaglio di conoscenze in relazione alla personale inclinazione.

Il secondo anno prevede l'acquisizione di conoscenze avanzate di natura economica (con particolare riferimento al capitale naturale, ai servizi ecosistemici e, più in generale, al capitale culturale), quantitative (riferibili alla misurazione del benessere equo-sostenibile) e ancora manageriali (con riferimento al management dell'innovazione nel settore turistico e agli strumenti di finanza aziendale avanzata) in grado di connotare le superiori abilità dei futuri laureati nell'ottica di una autonomia operativa funzionale alla crescita strategica e competitiva delle aziende e delle destinazioni turistiche.

In questo percorso, il laureato IMaST acquisirà quindi le competenze manageriali per la gestione di organizzazioni pubbliche e private, con una visione orientata all'innovazione e alla sostenibilità economica, sociale e ambientale, ed un focus sulle dinamiche competitive e sull'interpretazione dei contesti normativi di riferimento e dei trend di mercato.

Coerentemente con i profili culturali e professionali proposti, e per rispondere alle sfide che la digitalizzazione impone a tutte le organizzazioni turistiche (pubbliche e private), il corso di studi intende fornire, oltre alle discipline necessarie per una formazione manageriale in un contesto operativo internazionale, attività formative di laboratorio a carattere più operativo (inerenti all'imprenditorialità sostenibile nel settore turistico, alla gestione della qualità, al management delle

destinazioni, al marketing digitale, all'organizzazione aziendale e alla gestione delle risorse umane, al turismo etico, ai modelli di analisi geo-economica, al diritto europeo, all'utilizzo del sistema europeo di indicatori ETIS per la gestione sostenibile del turismo) attente inoltre alla costruzione di soft skills e finalizzate a sviluppare:

- la capacità di analisi sistematica e continuativa nel tempo (secondo i principi della smartness e dei big/open data);
- la capacità di analizzare i comportamenti dei turisti anche con l'obiettivo di provvedere, secondo l'implementazione dei principi di innovation management, ad un efficace disegno della service-experience in contesti fisici, digitali o phigital;
- la capacità di utilizzare le nuove tecnologie per l'implementazione delle strategie di marketing (di impresa e di destinazione);
- la capacità di dominare le strategie e le attività di digital marketing (a livello di impresa e di destinazione);
- la capacità di predisporre efficaci modelli di destination management (governance & branding);
- la capacità di facilitare l'integrazione e la collaborazione tra le diverse funzioni aziendali;
- la capacità di facilitare l'integrazione e l'attivazione di rapporti di collaborazione orizzontali (tra imprese concorrenti), verticali (tra imprese a livelli successivi della filiera turistica) e oblique (tra imprese di settori diversi, che seppur non necessariamente turistici hanno un ruolo nella costruzione dell'offerta turistica di un territorio).

L'interdisciplinarietà dei saperi acquisiti favorirà la formazione di capacità e competenze poliedriche, utili per interpretare e gestire la turbolenza dei mercati attraverso un'attività strategica e di governo orientata ai principi della sostenibilità, dell'innovation management e della digitalizzazione, secondo la doppia prospettiva micro (singola organizzazione) e macro (di destinazione).

Inoltre, gli obiettivi formativi sono volti a sviluppare un'esperienza internazionale e multiculturale degli studenti, anche grazie alle opportunità di conseguimento di double degree. Lo sviluppo di programmi internazionali e la creazione di laboratori volti a favorire la costante interazione con manager, docenti e studenti provenienti da contesti innovativi e multidisciplinari sono alla base dello sviluppo di competenze professionali specifiche per il settore turistico.

ART. 4 Conoscenze richieste per l'accesso

Per l'accesso al corso di laurea magistrale in Innovation management for sustainable tourism sono richieste le conoscenze che si potrebbero acquisire con il conseguimento del titolo nei seguenti corsi di laurea o di un titolo equipollente conseguito all'estero: ex D.M. 270/04: L-18 Scienze dell'economia e della gestione aziendale; L-33 Scienze economiche.

Se lo studente è in possesso di un diploma universitario o di una laurea differente rispetto a quella conseguita nelle classi sopra esposte, i requisiti curriculari richiesti sono specificati nel Regolamento didattico del corso di studio in termini di CFU acquisiti in gruppi di settori scientifico disciplinari tipici delle classi L-18 e L-33. In particolare le conoscenze richieste comprendono, di norma, l'equivalente di almeno 40 CFU relativi a insegnamenti appartenenti ai seguenti settori scientifico-disciplinari, in tali aree:

- area economica: SECS-P/01, SECS-P/02, SECS-P/03, SECS-P/06, SECS-P/12;
- area economico-manageriale: SECS-P/07, SECS-P/08, SECS-P/09, SECS-P/10;
- area matematico-quantitativa: SECS-S/01, SECS-S/03, SECS-S/04, SECS-S/05, SECS-S/06;
- area giuridica: IUS/01, IUS/04; IUS/05; IUS/06, IUS/09.

Inoltre è richiesta una padronanza della lingua inglese almeno pari al livello B2 o equivalente.

A tal fine è previsto l'accertamento delle conoscenze e competenze nella lingua inglese, esonerando gli studenti in possesso di corrispondente certificazione linguistica internazionale.

L'ammissione al Corso di Laurea Magistrale è subordinata alla certificazione del possesso dei requisiti curriculari predeterminati, o in assenza, al superamento di una verifica dell'adeguatezza della personale preparazione da parte di una apposita Commissione. In essa i candidati dovranno dimostrare il possesso delle seguenti competenze e conoscenze:

- analisi delle performance economico-finanziarie dell'azienda
- capacità di comprensione dello scenario ambientale sotto il profilo economico-finanziario;
- capacità di problem solving di natura quantitativa;
- conoscenza delle tecniche di base della statistica descrittiva;
- capacità di analisi di problemi di tipo economico e aziendale.

Tale verifica è effettuata con modalità che saranno definite opportunamente nel Regolamento didattico del corso di studio.

Per i candidati in possesso di un titolo di laurea rilasciato da università di altri paesi, la verifica curriculare farà riferimento ai contenuti delle specifiche attività didattiche.

ART. 5 Piano degli studi

PERCORSO 100 - PERCORSO COMUNE

1° Anno (54)

INNOVATION MANAGEMENT FOR SUSTAINABLE TOURISM

Attività Formativa	CFU	Settore	TAF/Ambito	TAF/Ambito Interclasse	Ore Att. Front.	Periodo	Tipo insegnamento	Tipo esame
A002713 - DATA ANALYSIS AND FORECASTING METHODS FOR SUSTAINABLE TOURISM	12				LEZ:60		Obbligatoria	Scritto
Unità Didattiche								
A002713 - DATA ANALYSIS AND FORECASTING METHODS FOR SUSTAINABLE TOURISM	9	SECS-S/01	Caratterizzante / Discipline Statistiche e Matematiche		LEZ:45		Obbligatoria	
A002713 - DATA ANALYSIS AND FORECASTING METHODS FOR SUSTAINABLE TOURISM	3	SECS-S/03	Altro / Abilità informatiche e telematiche		LEZ:15		Obbligatoria	
A002710 - ECONOMICS OF SUSTAINABLE TOURISM	12	SECS-P/01	Caratterizzante / Discipline Economiche		LEZ:60		Obbligatoria	Scritto
A002716 - INTERNATIONAL TOURISM MARKETING	6	SECS-P/08	Caratterizzante / Discipline Aziendali		LEZ:30		Obbligatoria	Orale
A002718 - LEGAL MODELS FOR SUSTAINABLE TOURISM AND MOBILITY LAB	12				LEZ:60		Obbligatoria	Orale
Unità Didattiche								
A002718 - LEGAL MODELS FOR SUSTAINABLE TOURISM AND MOBILITY LAB	6	IUS/06	Caratterizzante / Discipline Giuridiche		LEZ:30		Obbligatoria	
A002718 - LEGAL MODELS FOR SUSTAINABLE TOURISM AND MOBILITY LAB	6	IUS/04	Caratterizzante / Discipline Giuridiche		LEZ:30		Obbligatoria	
A002711 - STRATEGIC MANAGEMENT AND GOVERNANCE FOR TOURISM COMPANIES	12	SECS-P/07	Caratterizzante / Discipline Aziendali		LEZ:60		Obbligatoria	Orale

2° Anno (96)

Attività Formativa	CFU	Settore	TAF/Ambito	TAF/Ambito Interclasse	Ore Att. Front.	Periodo	Tipo insegnamento	Tipo esame
A002717 - FINANCIAL INSTRUMENTS LABORATORY FOR SUSTAINABLE TOURISM	6	SECS-P/09	Caratterizzante / Discipline Aziendali		LEZ:30		Obbligatoria	Orale
A002712 - INNOVATION MANAGEMENT AND TOURISM SERVICE DESIGN	12	SECS-P/08	Caratterizzante / Discipline Aziendali		LEZ:60		Obbligatoria	Orale
A002715 - NATURAL CAPITAL AND ECOSYSTEM SERVICES	6	SECS-P/06	Caratterizzante / Discipline Economiche		LEZ:30		Obbligatoria	Orale
A002723 - BUSINESS AND MARKET LAW LAB	6	IUS/04	Affine/Integrativa / Attività formative affini o integrative		LEZ:30		Opzionale	Orale
A002721 - DESTINATION MANAGEMENT AND DIGITAL MARKETING LAB	6	SECS-P/08	Affine/Integrativa / Attività formative affini o integrative		LEZ:30		Opzionale	Orale
A002719 - ENGLISH FOR BUSINESS	6	L-LIN/12	Affine/Integrativa / Attività formative affini o integrative		ESE:50, LEZ:10		Opzionale	Orale
A002714 - EQUALITY SUSTAINABILITY AND WELL-BEING MEASUREMENT LAB	6	SECS-S/05	Affine/Integrativa / Attività formative affini o integrative		LEZ:30		Obbligatoria	Scritto
A002726 - ETHIC TOURISM	6	SECS-P/08	Affine/Integrativa / Attività formative affini o integrative		LEZ:30		Opzionale	Scritto

Attività Formativa	CFU	Settore	TAF/Ambito	TAF/Ambito Interclasse	Ore Att. Front.	Periodo	Tipo insegnamento	Tipo esame
A002728 - EUROPEAN LAW LAB	6	IUS/21	Affine/Integrativa / Attività formative affini o integrative		LEZ:30		Opzionale	Orale
A002725 - GEO-ECONOMIC CONTEXT OF SUSTAINABLE TOURISM DEVELOPMENT	6	M-GGR/02	Affine/Integrativa / Attività formative affini o integrative		LEZ:30		Opzionale	Orale
A002722 - HUMAN RESOURCES	6	SECS-P/10	Affine/Integrativa / Attività formative affini o integrative		LEZ:30		Opzionale	Scritto
A002727 - LAB FOR ETISS	6	SECS-S/05	Affine/Integrativa / Attività formative affini o integrative		LEZ:30		Opzionale	Scritto
A002720 - TOURISM ENTREPREUNERSHIP LAB	6	SECS-P/07	Affine/Integrativa / Attività formative affini o integrative		LEZ:30		Opzionale	Orale
40005035 - PROVA FINALE	12	PROFIN_S	Lingua/Prova Finale / Per la prova finale		PRF:0		Obbligatoria	Orale

ART. 6 Il Corso di Studio in breve

Il corso di laurea magistrale in Innovation management for sustainable tourism è un corso a vocazione internazionale interamente in lingua inglese che intende formare figure professionali in grado di svolgere funzioni manageriali nell'ambito di organismi pubblici e privati operanti nel settore del turismo, con una visione orientata all'innovazione e alla sostenibilità economica, sociale e ambientale ed un focus particolare sull'interpretazione dei trend di mercato e sulla misurazione del benessere equo e sostenibile. Il percorso formativo è strutturato in modo tale da differenziare pienamente il corso da quello in Economia aziendale attivo nell'ateneo di Sassari, ma anche da quelli simili offerti dall'Ateneo di Cagliari.

Il nuovo corso di Laurea mira infatti a trasferire le competenze specialistiche necessarie affinché il laureato possa affermarsi nel mercato del lavoro regionale, nazionale e internazionale per progettare, organizzare e gestire organismi del settore del turismo e sistemi, di offerta turistica completi in grado di proporre esperienze attrattive e sostenibili fonte di sviluppo e di miglioramento della qualità della vita per i territori. Tra le competenze distintive che il laureato acquisisce si segnalano quelle necessarie per pianificare e implementare strategie digitali e di innovazione utili per sostenere la competitività di una destinazione turistica e per orientare l'azione di contesti organizzativi pubblici e/o privati (singoli e/o reticolari), anche con l'uso delle tecnologie 4.0 (e.g., internet, wearable technologies, cloud computing, big data, open data, machine learning, etc.). Inoltre il laureato potrà acquisire competenze specialistiche interdisciplinari statistico-economiche e manageriali necessarie per la misurazione del benessere riconoscendo i principi di sostenibilità economica, sociale e ambientale. Nel percorso si tiene altresì conto della formazione utile per favorire l'attivazione di percorsi di imprenditorialità e start-up innovative orientate ai principi della

sostenibilità e per facilitare l'emersione, lo sviluppo e la gestione di ecosistemi digitali di destinazione, capaci di utilizzare al meglio le risorse e fornire servizi integrati e smart (accessibilità, digitalizzazione, mobilità sostenibile, smart destination, secure and inclusive communities) che siano sostenibili e capaci di contribuire alla qualità della vita della comunità locale.

Sono in corso di definizione accordi con università straniere per far sì che il corso di studi possa offrire agli studenti la possibilità di un percorso per conseguire il doppio titolo di studio (double degree) legalmente riconosciuto e spendibile in Italia e nel Paese con cui è realizzata la partnership. Gli studenti interessati trascorreranno il secondo anno di studi presso le università straniere consorziate mentre gli studenti interessati dell'ateneo partner frequenteranno il secondo anno presso l'università di Sassari.

ART. 7 Modalità di svolgimento della prova finale

Per il conseguimento della Laurea magistrale in Innovation management for sustainable tourism è necessario sostenere una prova finale.

Tale prova consiste nella preparazione di un elaborato scritto in lingua inglese, sviluppato dal candidato sotto la supervisione di un docente del corso di studi, che, una volta concluso, deve essere discusso pubblicamente in seduta di laurea, davanti ad una commissione giudicatrice.

La dissertazione dovrà dimostrare capacità critica da parte del candidato e contenere elementi di originalità. Il voto della prova finale si somma alla media ponderata degli esami conseguiti, e tiene conto dei seguenti criteri: originalità del contributo (tesi compilativa, di verifica, sperimentale), rigore scientifico e metodologico, ricchezza e appropriatezza delle fonti bibliografiche, proprietà di linguaggio e chiarezza espositiva.

La composizione della commissione di laurea come ogni altra indicazione operativa in merito allo svolgimento della prova finale è rimandata ai Regolamenti approvati e vigenti a livello di Ateneo, a cui si rinvia.

Per gli studenti che conseguono il doppio titolo, la convenzione con l'Ateneo partner prevede modalità particolari. In questi casi, per motivi logistico-amministrativi la partecipazione di componenti della commissione di laurea magistrale può avvenire tramite teleconferenza.

ART. 8 Modalità di ammissione

L'ammissione al corso di laurea magistrale si svolge di norma tra aprile e settembre, eventualmente prorogabile fino alla data ultima di immatricolazione, ed è subordinata alla verifica dei requisiti curriculari ed al superamento di un colloquio volto a verificare l'adeguatezza della personale preparazione, nonché la conoscenza della lingua inglese pari almeno al livello B2, accertata tramite un test scritto. Possono essere esonerati dal sostenere il suddetto test di lingua gli studenti in possesso di corrispondente certificazione linguistica internazionale.

Altri elementi che concorrono alla valutazione sono le motivazioni e gli obiettivi personali in diretto riferimento agli obiettivi formativi del corso di studi.

Le conoscenze richieste per l'accesso si intendono acquisite con il

conseguimento della laurea in una delle seguenti classi:

Classe L-18 Scienze dell'economia e della gestione aziendale (DM 270/04);

Classe L-33 Scienze economiche (DM 270/04);

Se lo studente è in possesso di un diploma universitario o di una laurea differente rispetto a quella conseguita nelle classi sopra esposte, i requisiti curriculari richiesti sono specificati nel Regolamento didattico del corso di studio in termini di CFU acquisiti in gruppi di settori scientifico disciplinari tipici delle classi L-18 e L-33. In particolare le conoscenze richieste comprendono, di norma, l'equivalente di almeno 40 CFU relativi a insegnamenti appartenenti ai seguenti settori scientifico-disciplinari, in tali aree:

- area economica: SECS-P/01, SECS-P/02, SECS-P/03, SECS-P/06, SECS-P/12;
- area economico-manageriale: SECS-P/07, SECS-P/08, SECS-P/09, SECS-P/10;
- area matematico-quantitativa: SECS-S/01, SECS-S/03, SECS-S/04, SECS-S/05, SECS-S/06;
- area giuridica: IUS/01, IUS/04; IUS/05; IUS/06, IUS/09.

L'ammissione al Corso di Laurea Magistrale è subordinata alla certificazione del possesso dei requisiti curriculari predeterminati, o in assenza, al superamento di una verifica dell'adeguatezza della personale preparazione da parte di una apposita Commissione. In essa i candidati dovranno dimostrare il possesso delle seguenti competenze e conoscenze:

- analisi delle performance economico-finanziarie dell'azienda
- capacità di comprensione dello scenario ambientale sotto il profilo economico-finanziario;
- capacità di problem solving di natura quantitativa;
- conoscenza delle tecniche di base della statistica descrittiva;
- capacità di analisi di problemi di tipo economico e aziendale.

Tale verifica è effettuata con modalità che saranno definite opportunamente nel Regolamento didattico del corso di studio.

Per i candidati in possesso di un titolo di laurea rilasciato da università di altri paesi, la verifica curriculare farà riferimento ai contenuti delle specifiche attività didattiche.

Tali requisiti, a prescindere dalla laurea di provenienza, sono accertati tramite un preliminare esame del curriculum, e successivamente tramite il colloquio individuale o un test volto non solo a verificare la preparazione dello studente, ma anche la motivazione.

Tale colloquio è svolto da una commissione composta da docenti che rappresentano le diverse aree disciplinari (area giuridica, aziendale ed economica) a cui si riferiscono i requisiti curriculari ed è previsto almeno tre volte l'anno nei mesi di aprile (per gli studenti internazionali), settembre e gennaio.

Qualora dall'esame curriculare e dal colloquio risultasse l'assenza dei requisiti minimi o eventuali lacune conoscitive, gli studenti devono effettuare uno studio integrativo su tematiche stabilite in programmi predefiniti e, successivamente, ripetere il colloquio di verifica.