



**UNIVERSITÀ  
DEL SALENTO**

**SCHEDE INSEGNAMENTI  
DIDATTICA EROGATA 2020/21**

**L15 MANAGER DEL TURISMO**



SCHEDA INSEGNAMENTO

ECONOMIA DELLE AZIENDE TURISTICHE

Pierluca Di Cagno

Corso di studi di riferimento	MANAGER DEL TURISMO
Dipartimento di riferimento	SCIENZE DELL'ECONOMIA
Settore Scientifico Disciplinare	SECS-P/07 - ECONOMIA AZIENDALE
Crediti Formativi Universitari	8
Ore di attività frontale	64
Ore di studio individuale	136
Anno di corso	1
Semestre	PRIMO
Lingua di erogazione	ITALIANO
Percorso	COMUNE

Prerequisiti	Nessun prerequisito richiesto
Contenuti	Fornire le conoscenze relative all'azienda ed in particolare al settore turistico. Il corso intende fornire gli apprendimenti delle principali categorie di imprese con particolare riferimento al settore turistico. In particolare, ci si soffermerà sul concetto di azienda, la differenza tra imprenditore e manager, le tipologie aziendali e brevi cenni sugli equilibri aziendali e sul Business Plan.
Obiettivi formativi	<p>Si cercherà, nel complesso, di introdurre lo studente nel mondo aziendale con particolare riferimento al settore turistico ricettivo, introducendo i concetti di dimensione aziendale e le dinamiche stesse.</p> <p><i>Risultati attesi secondo i descrittori di Dublino:</i></p> <p>Conoscenza e capacità di comprensione (knowledge and understanding):</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Acquisizione delle principali nozioni sul concetto di imprenditorialità e managerialità</li><li>- Conoscenza delle dinamiche delle imprese turistico ricettive.</li></ul> <p>Capacità di applicare conoscenza e comprensione (applying knowledge and understanding)</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Capacità di utilizzo degli strumenti amministrativo/contabili per verificare la capacità di produrre reddito</li></ul> <p>Autonomia di giudizio (making judgements):</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Capacità di valutazione dei risultati derivanti dall'applicazione degli strumenti di contabilità direzionale.</li></ul> <p>Abilità comunicative (communication skills)</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Capacità di presentare con chiarezza le conoscenze acquisite in relazione agli obiettivi formativi con utilizzo di terminologia e linguaggio economico-aziendale appropriati per la descrizione della dinamica e delle tecniche di gestione.</li></ul> <p>Capacità di apprendimento (learning skills)</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Capacità di apprendimento delle problematiche delle imprese turistico-ricettive</li></ul>



Metodi didattici	Convenzionale con lezioni frontali ed esercitazioni <i>Per tutto il tempo in cui saranno attive le misure di contenimento del virus Covid-19, le lezioni si svolgeranno in modalità telematica mediante piattaforma Teams di Microsoft</i>
Modalità d'esame	Prova scritta. L'esame consisterà in una prova scritta, <i>con domande a risposta aperta</i> .  L'esame si svolge in forma orale, mediante colloquio che verte sui contenuti del programma e finalizzato ad appurare il grado di apprendimento e comprensione del programma svolto.  <i>Lo studente, disabile e/o con DSA, che intende usufruire di un intervento individualizzato per lo svolgimento della prova d'esame deve contattare l'ufficio Integrazione Disabili dell'Università del Salento all'indirizzo <a href="mailto:paola.martino@unisalento.it">paola.martino@unisalento.it</a></i>  Per tutto il tempo in cui saranno attive le misure di contenimento del virus Covid-19, gli esami si svolgeranno in modalità telematica mediante piattaforma Teams di Microsoft.
Programma esteso	<ul style="list-style-type: none"><li>- L'ATTIVITA' ECONOMICA;</li><li>- SOGGETTO GIURIDICO E SOGGETTO ECONOMICO;</li><li>- TIPOLOGIE DI SOCIETA';</li><li>- ATTIVITA' TURISTICA;</li><li>- IL BUSINESS PLAN;</li><li>- GLI EQUILIBRI AZIENDALI;</li><li>- I COSTI DELL'IMPRESA TURISTICA.</li></ul>
Testi di riferimento	In corso di pubblicazione
Altre informazioni utili	



SCHEDA INSEGNAMENTO

DIRITTO PRIVATO DEL TURISMO

Francesco Giacomo Viterbo

Corso di studi di riferimento	MANAGER DEL TURISMO – L 15
Dipartimento di riferimento	DIPARTIMENTO DI SCIENZE DELL'ECONOMIA
Settore Scientifico Disciplinare	IUS/01
Crediti Formativi Universitari	6
Ore di attività frontale	48
Ore di studio individuale	102
Anno di corso	1
Semestre	Primo
Lingua di erogazione	Italiano
Percorso	Percorso comune

Prerequisiti	Nessuno.
Contenuti	<p>Fonti del diritto e interpretazione. Uso turistico dei beni. Autonomia negoziale e autonomia contrattuale. Elementi essenziali, formazione e tipologie principali di contratti del mercato turistico. Responsabilità civile e illecito.</p> <p><u>Il medesimo programma deve essere portato da tutti gli studenti sia frequentanti sia non frequentanti le lezioni del Corso. Tutti gli studenti devono integrare obbligatoriamente lo studio del Direttiva 2015/2302/UE e del decreto legislativo 21 maggio 2018, n. 62.</u></p>
Obiettivi formativi	<p><u>Conoscenze e comprensione:</u> il corso si prefigge l'obiettivo di stimolare negli studenti un approccio critico alle norme che disciplinano gli istituti e le nozioni fondamentali del diritto privato mediante la disamina delle connesse problematiche applicative nell'ambito dei rapporti giuridici concernenti il settore turistico.</p> <p><u>Capacità di applicare conoscenze e comprensione:</u> al termine del corso lo studente sarà in grado di conoscere ed utilizzare i più significativi strumenti del diritto privato del turismo con riferimento sia alla normativa nazionale sia a quella europea e di orientarsi nel complesso sistema delle fonti. Lo studente sarà in grado di conoscere il metodo giuridico e le tecniche di interpretazione del diritto privato.</p> <p><u>Autonomia di giudizio:</u> lo studente potrà acquisire flessibilità, iniziativa e capacità di analisi di norme e casi concreti.</p> <p><u>Abilità comunicative:</u> particolare attenzione sarà rivolta all'uso corretto del linguaggio giuridico quale indispensabile premessa per l'acquisizione da parte degli studenti e la successiva valutazione delle abilità comunicative raggiunte e della capacità di apprendimento della materia. Le capacità comunicative degli studenti saranno stimolate attraverso lezioni frontali che prevedono il loro coinvolgimento.</p> <p><u>Capacità di apprendimento:</u> attraverso uno studio critico lo studente approfondirà gli istituti del diritto privato del turismo, sviluppando la capacità di approccio critico alle norme e alla giurisprudenza.</p>
Metodi didattici	Lezioni frontali, analisi normative e casi concreti. Simulazioni con gli studenti e strategie per la <i>problem solving</i> . Per tutto il tempo in cui saranno attive le misure di contenimento del virus Covid-19, le lezioni si svolgeranno in modalità telematica mediante piattaforma Teams di Microsoft.



Modalità d'esame	<p>L'esame si svolge in forma orale, mediante colloquio vertente sui contenuti del programma e finalizzato ad appurare il grado di assimilazione e comprensione del programma svolto a lezione e contenuto nei libri di testo consigliati e la capacità di consultazione delle fonti del diritto.</p> <p>Modalità di accertamento dei risultati: esame orale con voto finale.</p> <p>Descrizione dei metodi di accertamento. L'esame orale si articolerà su tre livelli di verifica:</p> <p>(i) grado di comprensione dei principi fondamentali che regolano la materia; (ii) grado di conoscenza degli istituti e delle nozioni di diritto positivo; (iii) grado di padronanza del lessico proprio della disciplina e capacità di argomentazione.</p> <p>Il voto positivo minimo per il superamento dell'esame (18/30) richiede che lo studente raggiunga la sufficienza almeno per i parametri sub (i) e (ii) e che non sia gravemente insufficiente rispetto al parametro sub (iii).</p> <p>Il voto positivo massimo (30/30 con eventuale concessione della lode) richiede un giudizio di eccellenza per tutti e tre i parametri.</p> <p>Le valutazioni intermedie tra il minimo e il massimo saranno graduate in base al giudizio (sufficiente, discreto, buono, ottimo, eccellente) per ciascuno di tali parametri.</p> <p>Lo studente, disabile e/o con DSA, che intende usufruire di un intervento individualizzato per lo svolgimento della prova d'esame deve contattare l'ufficio Integrazione Disabili dell'Università del Salento all'indirizzo <a href="mailto:paola.martino@unisalento.it">paola.martino@unisalento.it</a></p> <p>Per tutto il tempo in cui saranno attive le misure di contenimento del virus Covid-19, gli esami si svolgeranno in modalità telematica mediante piattaforma Teams di Microsoft.</p>
Programma esteso	<p>Fonti del diritto. Proprietà pubblica e privata. Uso turistico dei beni. Autonomia negoziale e autonomia contrattuale. Le "prenotazioni". Contratti di ospitalità. Responsabilità dell'albergatore. Contratti di ristorazione. Locazioni turistiche. Noleggio. Contratto di ormeggio. Multiproprietà. Contratti di turismo organizzato. Trasporti. Responsabilità civile e illecito.</p> <p><u>Il medesimo programma deve essere portato da tutti gli studenti sia frequentanti sia non frequentanti le lezioni del Corso. Tutti gli studenti devono integrare obbligatoriamente lo studio del Direttiva 2015/2302/UE e del decreto legislativo 21 maggio 2018, n. 62.</u></p>
Testi di riferimento	<p>- R. SANTAGATA, Diritto del turismo, UTET, ultima edizione (2018): Parte Prima capitoli I, V (par. da 1 a 3; da 8 a 12), VI e tutta la Parte Seconda con esclusione dei capitoli XVI, XVII e XIX; ovvero pp. da 3 a 26; da 105 a 110; da 122 a 133; da 139 a 368; da 389 a 406.</p> <p>L'indice dell'ultima edizione è consultabile nei materiali didattici. oppure in alternativa</p> <p>- V. FRANCESCHELLI e F. MORANDI, Manuale di diritto del turismo, Giappichelli, 2019.</p> <p>Per la preparazione dell'esame, è <u>indispensabile</u> la consultazione del Codice civile e della legislazione speciale, in particolare del c.d. codice del turismo (d.lg. 23 maggio 2011, n. 79), in edizione aggiornata.</p> <p>Ad esempio:</p> <p>- G. PERLINGIERI – M. ANGELONE, Codice civile con Costituzione Trattati UE e TFUE Leggi complementari e Codici di settore, Edizioni Scientifiche Italiane, Napoli, 2020.</p>



	<p>Il “Codice civile con Leggi complementari” è una raccolta di testi normativi (Costituzione, Trattati, codice civile, “codice del turismo” ecc.) che è <b>di ausilio allo studio del Manuale</b>. Ciò significa che, quando si trovano nel Manuale i riferimenti ad articoli del codice civile o della Costituzione o di altre leggi, si potrà leggerne il testo attraverso la consultazione della “raccolta” denominata per l’appunto “Codice civile e leggi collegate (o complementari)”. Le tematiche del Programma, difatti, hanno ad oggetto le questioni inerenti alla interpretazione ed applicazione delle disposizioni normative rilevanti in materia.</p>
Altre informazioni utili	<p>L’apprendimento degli argomenti indicati nel programma dovrà essere <b>non mnemonico ma critico</b>, e dovrà denotare la capacità di proiettare le nozioni teoriche sul piano dell’applicazione pratica.</p>



**SCHEDA INSEGNAMENTO**

**MUSEOLOGIA E CRITICA ARTISTICA**

Corso di studio di riferimento	MANAGER DEL TURISMO L15
Dipartimento di riferimento	SCIENZE DELL'ECONOMIA
Settore Scientifico Disciplinare	L-ART/04
Crediti Formativi Universitari	8 CFU
Ore di attività frontale	64 ore
Ore di studio individuale	136
Anno di corso	1
Semestre	PRIMO
Lingua di erogazione	ITALIANO
Percorso	COMUNE

Prerequisiti	
Contenuti	Il collezionismo come atto critico e il suo intreccio con la critica d'arte.
Obiettivi formativi	Acquisizione dei concetti di Museologia e museografia e loro specificazioni.  Conoscenza dei principali momenti della storia del collezionismo e della storia della museologia vera e propria.
Metodi didattici	
Modalità d'esame	
Programma	
Testi di riferimento	
Altre informazioni utili	



SCHEDA INSEGNAMENTO

ANTROPOLOGIA CULTURALE

Corso di studio di riferimento	MANAGER DEL TURISMO L15
Dipartimento di riferimento	SCIENZE DELL'ECONOMIA
Settore Scientifico Disciplinare	M-DEA/01
Crediti Formativi Universitari	6 CFU
Ore di attività frontale	48 ORE
Ore di studio individuale	102
Anno di corso	1
Semestre	SECONDO
Lingua di erogazione	ITALIANO
Percorso	COMUNE

Prerequisiti	
Contenuti	Il corso si propone di fornire elementi di base per la conoscenza della disciplina, la discussione dei problemi e dell'approccio metodologico. Finalità e obiettivi del corso sono coerenti con il DM Fedeli, relativo all'acquisizione dei 24 cfu per il percorso FIT.
Obiettivi formativi	<p>Obiettivi formativi: Il corso intende presentare a livello introduttivo le teorie, i metodi di ricerca e i principali temi dell'antropologia culturale contemporanea, quali: sensi, corpo, emozioni, identità, genere, relazionalità, parentela, gruppi, strutture sociali, conflitti.</p> <p>Risultati attesi secondo i descrittori di Dublino:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Conoscenza e capacità di comprensione (knowledge and understanding): - Acquisizione dei concetti, delle metodologie e degli strumenti dell'Antropologia culturale, al fine di descrivere e interpretare gli elementi del patrimonio culturale.</li><li>- Capacità di applicare conoscenza e comprensione (applying knowledge and understanding)</li><li>- Capacità di applicare i metodi e gli strumenti della disciplina in contesti reali di ricerca sul campo, con particolare riferimento alla cultura immateriale. Autonomia di giudizio (making judgements)</li><li>- Capacità di utilizzare i risultati della ricerca sul campo per effettuare comparazioni e formulare ipotesi interpretative. Abilità comunicative (communication skills)</li><li>- Capacità di presentare, anche con l'ausilio di tecniche audiovisive, i metodi, i risultati e l'interpretazione qualitativa di una ricerca sul campo.</li><li>- Capacità di apprendimento (learning skills)</li><li>- Capacità di integrare le proprie conoscenze adattandosi alle diverse realtà e all'evoluzione della disciplina.</li></ul>
Metodi didattici	
Modalità d'esame	
Programma	
Testi di riferimento	
Altre informazioni utili	





SCHEDA INSEGNAMENTO

ECONOMIA DEL TURISMO

Luca Zamparini

Corso di studi di riferimento	Manager del turismo
Dipartimento di riferimento	Economia
Settore Scientifico Disciplinare	SECS-P/01
Crediti Formativi Universitari	8.0
Ore di attività frontale	64.0
Ore di studio individuale	136
Anno di corso	1
Semestre	Secondo semestre
Lingua di erogazione	Italiano
Percorso	Percorsi comune/Generico (999)

Prerequisiti	Lo studente dovrebbe essere a conoscenza di nozioni di base di algebra e di geometria. In ogni caso, durante le lezioni verranno fornite le nozioni necessarie per la comprensione degli argomenti trattati. Non sono previste propedeuticità.
Contenuti	Introduzione all'economia del turismo e delle destinazioni. Analisi del turista come consumatore, della produzione delle imprese turistiche in generale. Disamina delle imprese di produzione e distribuzione della vacanza e delle imprese di produzione di servizi. Analisi dei mercati turistici. Studio delle relazioni tra turismo, economia regionale e sviluppo economico. Dinamiche del turismo internazionale e ruolo dello stato e delle amministrazioni locali nell'organizzazione pubblica del turismo. Analisi dei fattori che rendono il turismo sostenibile.
Obiettivi formativi	<p><u>Obiettivi formativi</u></p> <p>Il corso di Economia del turismo intende fornire allo studente un'introduzione agli elementi economici che caratterizzano il fenomeno turistico. Vengono quindi descritte l'economia dei mercati turistici e delle destinazioni sia in un'ottica microeconomica che sotto il profilo macroeconomico.</p> <p><u>Risultati attesi secondo i descrittori di Dublino:</u></p> <p>Conoscenza e capacità di comprensione (knowledge and understanding): Alla fine del corso, lo studente dovrebbe essere in grado di capire ed interpretare i principali modelli microeconomici e macroeconomici che si occupano di turismo. Dovrebbe inoltre essere in grado di capire agevolmente un grafico economico attinente al turismo in termini di variabili di riferimento e situazioni di equilibrio.</p> <p>Capacità di applicare conoscenza e comprensione (applying knowledge and understanding): lo studente dovrebbe essere in grado di applicare le nozioni apprese nella gestione di un'impresa privata, di una filiera turistica o di una destinazione turistica. Dovrebbe inoltre avere gli strumenti per fare un'analisi economica nel caso di gestione di un ente pubblico che si occupa di turismo.</p> <p>Autonomia di giudizio (making judgements): Lo studente dovrebbe essere in grado di analizzare gli aspetti economici del fenomeno turistico in piena autonomia ed oggettività sulla base dei principali modelli studiati durante il corso.</p> <p>Abilità comunicative (communication skills): Lo studente dovrebbe essere</p>



	<p>inoltre in grado di comunicare i principali contenuti dei modelli che si occupano di turismo con piena autonomia di giudizio.</p> <p>Capacità di apprendimento (learning skills): Infine, lo studente dovrebbe avere gli strumenti necessari per comprendere ulteriori modelli che si occupano di turismo.</p>
Metodi didattici	Lezioni frontali o lezioni su piattaforma Teams Microsoft sulla base dell'evoluzione sanitaria e della normativa di riferimento.
Modalità d'esame	<p>Modalità d'esame: orale.</p> <p>Modalità di accertamento: L'accertamento della conoscenza e della capacità di comprensione avviene tramite una prova orale attraverso la quale si verifica l'acquisizione degli obiettivi formativi previsti dal corso.</p> <p><i>Lo studente, disabile e/o con DSA, che intende usufruire di un intervento individualizzato per lo svolgimento della prova d'esame deve contattare l'ufficio Integrazione Disabili dell'Università del Salento all'indirizzo <a href="mailto:paola.martino@unisalento.it">paola.martino@unisalento.it</a></i></p> <p>Per tutto il tempo in cui saranno attive le misure di contenimento Covid-19, le lezioni si svolgeranno in modalità telematica.</p>
Programma esteso	<p>Libro di testo</p> <p>Candela G. e P. Figini, Economia del turismo e delle destinazioni, McGraw-Hill, Milano, seconda edizione (2014).</p> <p>Programma dettagliato</p> <p>Capitolo 1 "Definizioni e contenuti". Tutto.</p> <p>Capitolo 3 "Economia delle destinazioni". Esclusi i sottoparagrafi 3.3.1 e 3.3.2 e paragrafo 3.4.</p> <p>Capitolo 4 "Il turista come consumatore". Esclusi i sottoparagrafi 4.3.1, 4.3.2, 4.3.3, 4.3.4 e paragrafo 4.5.</p> <p>Capitolo 5 "Alcuni approfondimenti della teoria del turista-consumatore". Escluso paragrafo 5.2 e sottoparagrafo 5.7.3.</p> <p>Capitolo 6 "La produzione nel turismo". Escluse le formule di pag. 209 ed i relativi commenti.</p> <p>Capitolo 7 "Le imprese di produzione e distribuzione della vacanza: tour operator e agenzie di viaggio". Escluso il sottoparagrafo 7.2.3.</p> <p>Capitolo 8 "Le imprese di produzione di servizi: la ricettività, i trasporti, le attrazioni". Tutto.</p> <p>Capitolo 9 "I mercati turistici". Tutto.</p> <p>Capitolo 12 "Turismo, economia regionale e sviluppo economico". Escluso i sottoparagrafi 12.3.2 e 12.4.1 ed il paragrafo 12.5.</p> <p>Capitolo 13 "Il turismo internazionale: flussi reali e flussi monetari". Tutto.</p> <p>Capitolo 14 "L'intervento dello Stato e l'organizzazione pubblica del turismo". Tutto.</p> <p>Capitolo 15 "Il turismo sostenibile". Tutto.</p> <p>Dispensa integrativa su "La valutazione finanziaria ed economica degli investimenti nel turismo" a cura del docente.</p> <p>I box di approfondimento denominati "Case study" sono parte integrante del programma. I box di approfondimento denominati "Theory in</p>



	Action" <u>NON</u> sono parte integrante del programma.
Testi di riferimento	Candela G. e P. Figini, Economia del turismo e delle destinazioni, McGraw-Hill, Milano, seconda edizione (2014).
Altre informazioni utili	-



SCHEDA INSEGNAMENTO

GEOGRAFIA DEL TURISMO I

Anna Trono

Corso di studi di riferimento	Manager del Turismo
Dipartimento di riferimento	Dipartimento di Scienze dell'Economia
Settore Scientifico Disciplinare	M-GGR/02
Crediti Formativi Universitari	8
Ore di attività frontale	64
Ore di studio individuale	136
Anno di corso	1
Semestre	Secondo
Lingua di erogazione	Italiano
Percorso	PERCORSO COMUNE

Prerequisiti	Buona conoscenza di contenuti elementari di geografia regionale e generale che dovrebbero essere fornita nell'ambito del livello di istruzione secondaria di secondo grado.
Contenuti	<p>Il Corso di Geografia del turismo si propone di fornire una conoscenza sistematica della materia, riprendendo, seppure in grandi linee, i concetti base della geografia generale (paesaggio, spazio, territorio, regione, ambiente) prima di affrontarli con taglio geografico turistico specifico della disciplina.</p> <p>Ampio spazio sarà dato agli aspetti geografico-economici e geografico-politici del turismo, considerando, nel primo caso, i caratteri della domanda, dell'offerta e di un mercato sempre più allargato a livello planetario, e, nel secondo, analizzando le politiche per un turismo sostenibile.</p> <p>Saranno esaminate le tipologie di turismo più praticate (naturalistico, balneare, culturale, esperienziale, enogastronomico, religioso, della memoria, accessibile) considerandole occasione di approfondimento di temi di interesse strettamente geografico come la tutela dell'ambiente, l'heritage culturale, i processi identitari, la sostenibilità, la deterritorializzazione.</p> <p>Il Corso offrirà strumenti teorici, analitici e sintetici utili ad una ricognizione e valorizzazione del patrimonio culturale e delle risorse territoriali a fini turistici nel quadro delle politiche regionali e dell'Unione Europea.</p> <p>Sono previsti <i>attività seminariali, lezioni su campo</i> e attività didattiche che impegnino gli studenti nell'elaborazione di idee progettuali legati alla creazione di <i>percorsi culturali tematici</i> utili alla costruzione di un'immagine attrattiva della regione, con riferimento alle risorse naturali, archeologiche, culturali tipiche di ogni territorio e ai suoi caratteri identitari, in un coinvolgimento propositivo e critico dei soggetti pubblici, delle comunità locale e dei portatori d'interesse.</p>
Obiettivi formativi	<p>Il Corso si propone i seguenti obiettivi:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- trasmettere concetti chiave del comparto turistico e delle caratteristiche evolutive che il comparto ha subito negli ultimi vent'anni</li><li>- riconoscere le qualità territoriali e la <i>cultural heritage</i></li><li>- distinguere i rapporti tra turismo e territorio</li><li>- individuare le relazioni tra turismo e sviluppo territoriale</li><li>- comprendere i modelli spaziali del turismo</li><li>- identificare i sistemi di organizzazione dell'offerta turistica e le politiche degli spazi turistici.</li></ul>



	<p><i>Risultati attesi secondo i descrittori di Dublino:</i></p> <p><u>Capacità di applicare conoscenza e comprensione (applying knowledge and understanding)</u> Far acquisire agli studenti conoscenze e capacità di: - riconoscimento e comprensione delle possibilità d'uso delle fonti statistiche relative alla domanda e all'offerta turistica, anche utili nella creazione di un percorso culturale d'interesse turistico; - applicazione dei modelli geografici del turismo alla realtà territoriale; - conoscenza degli elementi utili alla creazione di un percorso/itinerario culturale tematico; - utilizzo di fonti turistiche dirette e indirette (questionari e interviste ai portatori di interesse anche nella creazione e nell'offerta di un percorso culturale tematico) e presentazione dei risultati ottenuti.</p> <p><u>Autonomia di giudizio (making judgements)</u> - Far acquisire agli studenti capacità di valutazione delle possibilità competitive dei prodotti turistici in una logica di innovazione, creatività e nel rispetto della tutela ambientale e dello sviluppo economico durevole nel tempo.</p> <p><u>Abilità comunicative (communication skills)</u> Capacità di presentare con chiarezza i risultati di <i>field work</i> e la propria idea progettuale del percorso tematico realizzato.</p> <p><u>Capacità di apprendimento (learning skills)</u> Capacità di apprendimento delle varie fasi di sviluppo di un'idea progettuale di interesse turistico con riferimento al territorio, al <i>milieu</i> e agli attori presenti nel quadro delle conoscenze e sul piano operativo.</p>
Metodi didattici	<ul style="list-style-type: none"><li>- <b>Lezioni in presenza:</b> modalità di erogazione delle lezioni frontale, con uso di supporti audiovisivi, lezioni su campo e seminari.</li><li>- <b>Lezioni in modalità telematica per emergenza COVID-19:</b> modalità di erogazione delle lezioni online, mediante l'utilizzo della piattaforma Microsoft Teams</li></ul>
Modalità d'esame	<ul style="list-style-type: none"><li>- Esame orale finale.</li><li>- Relazioni scritte sui lavori prodotti nel corso delle lezioni su campo e sull'idea progettuale di gruppo sui percorsi culturali.</li></ul> <p>In quest'ultimo caso è prevista la presentazione di una relazione, di un power point, e di un depliant promozionale.</p> <p>-In seguito allo svolgimento della prova orale in presenza, viene redatto apposito verbale, sottoscritto dal Presidente e dai membri della commissione, nonché dallo studente.</p> <p><b>Svolgimento dell'esame in modalità telematica per emergenza COVID-19.</b> Se richiesto, sarà necessario ricorrere ad appelli per via telematica per situazioni di emergenza epidemiologica.</p> <p>Il superamento dell'esame presuppone il conferimento di un voto non inferiore ai diciotto/trentesimi (con eventuale assegnazione della lode) e prevede l'attribuzione dei corrispondenti CFU. Le nozioni acquisite conferiscono allo studente conoscenze e comprensione, capacità di applicare conoscenze e comprensione, autonomia di giudizio, abilità comunicative e capacità di apprendimento in linea con i descrittori di Dublino).</p> <p>"Lo studente, disabile e/o con DSA, che intende usufruire di un intervento individualizzato per lo svolgimento della prova d'esame deve contattare l'ufficio Integrazione Disabili dell'Università del Salento all'indirizzo <a href="mailto:paola.martino@unisalento.it">paola.martino@unisalento.it</a>"</p> <p>Sono previste differenze in termini di programma, testi e modalità d'esame tra</p>



	<p>studenti frequentanti e non frequentanti.</p> <p><b>Commissione di esame:</b> Trono Anna (presidente); Frigino Diego (componente); Rупpi Francesca (componente).</p>
Programma esteso	<p>Il programma didattico del corso si sviluppa in tre sezioni (moduli)</p> <p><b>Modulo A</b> (12 ore): il modulo fornirà le conoscenze teoriche e metodologiche di base per introdurre lo studente alla disciplina della Geografia del turismo partendo dai concetti di paesaggio, spazio, regione e territorio come frammento di un sistema globale, suo subsistema con proprie caratteristiche ambientali e socio-economiche.</p> <p><b>Modulo B</b> (30 ore): Presentazione della geografia del turismo come branca della geografia economica e politica; suoi aspetti generali e rapporti con il territorio. Analisi dei fattori socio-economici e tecnici che lo distinguono. Presentazione della tipologia degli spazi turistici e delle politiche turistiche.</p> <p><b>Modulo C</b> (24 ore) lezioni su campo, incontri e seminari con gli stakeholder pubblici e privati e stesura di idee progettuali.</p>
Testi di riferimento	<p>Nel corso delle lezioni saranno suggeriti saggi di approfondimento. L'indicazione dei testi per lo studio prende in considerazione in primo luogo la tipologia standard dello studente frequentante; eventuali studenti impossibilitati a seguire le lezioni (vedi sotto) dovranno aggiungere un certo numero di testi compensativi.</p> <p><b>I. Frequentanti:</b></p> <p><u>Modulo A</u> Saggi di approfondimento delle tematiche sviluppate a lezione</p> <p><u>Modulo B</u> Dispense e materiale di studio a cura della docente; Appunti dalle lezioni; testi e letture suggerite dalla docente nel corso delle lezioni.</p> <p><u>Modulo C:</u> Stesura di un'idea progettuale concordate con la docente su tematiche legate ai turismi</p> <p><b>Manuale</b> Bagnoli L., <i>Manuale dei Geografia del turismo. Dal Grand Tour ai sistemi turistici</i>, UTET, 2017 La frequenza alle lezioni, sebbene non sia obbligatoria, è vivamente consigliata. E' obbligatoria la frequenza ai seminari, alle lezioni su campo e la presentazione di un'idea progettuale di gruppo su percorsi/itinerari tematici.</p> <p><b>II. Non frequentanti:</b> Gli studenti lavoratori o quelli che per comprovati seri motivi ritengono di non poter frequentare sono inviati, comunque, a contattare la docente per mettere a punto un programma integrativo della parte del corso (lezioni frontali) loro mancante.</p> <p><b>Testi d'esame:</b> Bagnoli L., <i>Manuale dei Geografia del turismo. Dal Grand Tour ai sistemi turistici</i>, UTET, 2017 JP Lozato Giotart, <i>Geografia del turismo</i>. Ed italiana a cura di Fiorella Dallari, Milano Hoepli, 2008</p>
Altre informazioni utili	<p>-Gli studenti che si prenotano sul portale studenti.unisalento.it per sostenere la prova d'esame sono tenuti a verificare che la prenotazione sia andata a buon fine, mediante la stampa della ricevuta della prenotazione.</p>



In caso di problematiche tecniche occorre segnalare il problema almeno 7 giorni prima della data d'esame.

-Le richieste di rinvio dell'esame, inviate per posta elettronica al docente, devono essere inoltrate entro e non oltre due giorni prima della data d'esame. In assenza di tale comunicazione, il rinvio può essere richiesto esclusivamente in sede d'esame. Si precisa inoltre che la richiesta di rinvio può essere reiterata al massimo per un anno accademico.

- La prova orale in modalità telematica per emergenza COVID-19 si svolgerà seguendo le indicazioni previste dal DR 197/2020 e le relative linee guida pubblicate su [www.unisalento.it](http://www.unisalento.it). Gli studenti iscritti all'esame sono invitati a registrarsi alla piattaforma Microsoft Teams, secondo le indicazioni pubblicate alla pagina <https://www.unisalento.it/lezioni-online> (Documentazione: Guida a Microsoft Teams per lo studente).



SCHEDA INSEGNAMENTO

STATISTICA DEL TURISMO

Sabrina Maggio

Corso di studi di riferimento	MANAGER DEL TURISMO
Dipartimento di riferimento	DIPARTIMENTO DI SCIENZE DELL'ECONOMIA
Settore Scientifico Disciplinare	SECS-S/01
Crediti Formativi Universitari	10
Ore di attività frontale	80
Ore di studio individuale	170
Anno di corso	1
Semestre	Annuale
Lingua di erogazione	italiano
Percorso	PERCORSO COMUNE

Prerequisiti	Elementi di algebra lineare a livello di scuola secondaria di secondo grado
Contenuti	L'insegnamento di Statistica del turismo fornisce agli studenti le basi teoriche per affrontare con rigore e metodo scientifico un'indagine statistica e propone lo studio di indicatori statistici fondamentali per l'analisi descrittiva di variabili quali-quantitative tipiche del settore turistico.
Obiettivi formativi	<p>Il corso si propone il raggiungimento dei seguenti obiettivi formativi:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- acquisizione degli strumenti della Statistica descrittiva al fine di descrivere, sintetizzare numericamente, presentare e quindi interpretare le osservazioni relative ai fenomeni collettivi,</li><li>- conoscenza delle fonti statistiche ufficiali più utilizzate a livello nazionale e internazionale (ISTAT, Uffici di Statistica del Ministero delle Attività Culturali e del Turismo, Ente Nazionale per il Turismo, Osservatorio Nazionale per il Turismo, Organizzazione Mondiale per il Turismo-United Nations World Tourism Organization, Ministero per i beni e le attività culturali) per il reperimento dei dati,</li><li>- capacità di presentare con chiarezza i risultati delle analisi statistiche effettuate.</li></ul> <p>Risultati attesi secondo i descrittori di Dublino:</p> <p><u>Conoscenza e capacità di comprensione (knowledge and understanding):</u></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Acquisizione degli strumenti della Statistica descrittiva al fine di sintetizzare numericamente, presentare e quindi interpretare le osservazioni relative ai fenomeni collettivi di natura economico-aziendale e sociale inerenti la cultura, l'ambiente e il turismo.</li><li>- Conoscenza delle Fonti statistiche ufficiali più utilizzate a livello nazionale e internazionale (ISTAT, Uffici di Statistica del Ministero delle Attività Culturali e del Turismo, Ente Nazionale per il Turismo, Osservatorio Nazionale per il Turismo, Organizzazione Mondiale per il Turismo-United Nations World Tourism Organization, Ministero per i beni e le attività culturali) per il reperimento dei dati.</li></ul> <p><u>Capacità di applicare conoscenza e comprensione (applying knowledge and understanding)</u></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Capacità di raccogliere dati, archivarli in database opportunamente definiti,</li></ul>





	<p>elaborarli e presentare i risultati ottenuti.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Capacità di lettura e valutazione dei metadati che accompagnano le fonti statistiche.</li><li>- Capacità di percezione dei problemi economici e della loro analisi attraverso il metodo statistico.</li></ul> <p><u>Autonomia di giudizio (makingjudgements)</u></p> <p>Capacità di valutazione dei risultati derivanti dal calcolo di indicatori statistici e definizione dei metodi più idonei per il raggiungimento dei risultati.</p> <p><u>Abilità comunicative (communicationskills)</u></p> <p>Capacità di presentare con chiarezza i risultati delle analisi statistiche effettuate e dello schema di campionamento scelto.</p> <p><u>Capacità di apprendimento (learningskills)</u></p> <p>Capacità di apprendimento delle varie fasi per la realizzazione di un'indagine statistica.</p>
Metodi didattici	<p><b>Lezioni in presenza:</b> modalità di erogazione delle lezioni frontale, con uso di supporti audiovisivi, esercitazioni in aula</p> <p><b>Lezioni in modalità telematica per emergenza COVID-19:</b> modalità di erogazione delle lezioni online, mediante l'utilizzo della piattaforma Microsoft Teams</p>
Modalità d'esame	<p><b>Svolgimento dell'esame in presenza</b></p> <p>L'esame in presenza è caratterizzato da una prova scritta della durata massima di 90 minuti e di una prova orale alla quale si accede previo superamento della prova scritta.</p> <p><b>Svolgimento dell'esame in modalità telematica per emergenza COVID-19</b></p> <p>L'esame in modalità telematica consiste in una prova orale con domande riguardanti aspetti teorici ed esercizi.</p> <p>In seguito allo svolgimento della prova orale in presenza, viene redatto apposito verbale, sottoscritto dal Presidente e dai membri della commissione, nonché dallo studente esaminato. Nel caso di prova orale in modalità telematica, il verbale viene firmato digitalmente dal Presidente della commissione.</p> <p>Il superamento dell'esame presuppone il conferimento di un voto non inferiore ai diciotto/trentesimi (con eventuale assegnazione della lode) e prevede l'attribuzione dei corrispondenti CFU. Le nozioni acquisite conferiscono allo studente conoscenze e comprensione, capacità di applicare conoscenze e comprensione, autonomia di giudizio, abilità comunicative e capacità di apprendimento in linea con i descrittori di Dublino).</p> <p>"Lo studente, disabile e/o con DSA, che intende usufruire di un intervento individualizzato per lo svolgimento della prova d'esame deve contattare l'ufficio Integrazione Disabili dell'Università del Salento all'indirizzo <a href="mailto:paola.martino@unisalento.it">paola.martino@unisalento.it</a>"</p> <p>Non sono previste differenze in termini di programma, testi e modalità d'esame tra studenti frequentanti e non frequentanti.</p>



	<p><b>Commissione di esame:</b></p> <p>Maggio Sabrina (presidente); Posa Donato (componente); De Iaco Sandra (componente); Palma Monica (componente), Pellegrino Daniela (componente); Claudia Cappello (componente); Giuseppina Giungato (componente), Distefano Veronica (componente)</p>
Programma esteso	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Concetti introduttivi e definizioni fondamentali. Definizione e campi di applicazione della statistica. L'indagine statistica. Fonti di rilevazione statistica. Tecniche di campionamento. Caratteri e modalità. Il formalismo statistico.</li><li>2. Tabelle statistiche e rappresentazioni grafiche. Le distribuzioni statistiche. Le rappresentazioni grafiche.</li><li>3. Indici di posizione. Le medie analitiche. Le medie lasche. Il diagramma a scatola e baffi.</li><li>4. Indici di variabilità. Gli indici di variabilità assoluta. Indici di dispersione. Indici di disuguaglianza. Intervalli di variazione. Scomposizione della devianza. Gli indici di variabilità relativa</li><li>5. Rapporti statistici e numeri indici</li><li>6. Indicatori del turismo</li><li>7. Analisi della regressione. Indice di determinazione</li><li>8. La valutazione della qualità dei servizi. Aspetti introduttivi sulla qualità del servizio. Gap tra aspettative e percezioni. Modello ServQual. Modello ServPerf. Analisi delle decisioni. Altri modelli per la valutazione della qualità.</li><li>9. Analisi dell'interdipendenza. Aspetti della correlazione. Codevianza. Coefficiente di correlazione lineare. La cograduazione.</li><li>10. Overbooking</li><li>11. Casi di studio riguardanti gli indicatori turistici.</li><li>12. Casi di studio riguardanti l'analisi della soddisfazione nel settore turistico.</li></ol>
Testi di riferimento	<ul style="list-style-type: none"><li>- Statistica descrittiva: elementi ed esercizi (D. Posa, S. De Iaco, M. Palma), Giappichelli Editore, 2007</li><li>- Modelli statistici di customer satisfaction. Alcune applicazioni (De Iaco, S.; Maggio S.; Palma, M.; Posa, D.), Giappichelli editore, 2019.</li><li>- Dispense del docente disponibili nella pagina personale in corrispondenza della sezione "Materiale didattico".</li></ul>
Altre informazioni utili	<ul style="list-style-type: none"><li>-La frequenza alle lezioni, sebbene non sia obbligatoria, è vivamente consigliata.</li><li>-Gli studenti che si prenotano sul portale studenti.unisalento.it per sostenere la prova d'esame sono tenuti a verificare che la prenotazione sia andata a buon fine, mediante la stampa della ricevuta della prenotazione. In caso di problematiche tecniche occorre segnalare il problema almeno 7 giorni prima della data d'esame.</li><li>-Le richieste di rinvio dell'esame, inviate per posta elettronica al docente, devono essere inoltrate entro e non oltre due giorni prima della data d'esame. In assenza di tale comunicazione, il rinvio può essere richiesto esclusivamente in sede d'esame. Si precisa inoltre che la richiesta di rinvio può essere reiterata al massimo per un anno accademico.</li><li>- La prova orale in modalità telematica per emergenza COVID-19 si svolgerà</li></ul>



**UNIVERSITÀ  
DEL SALENTO**

	<p>seguendo le indicazioni previste dal DR 197/2020 e le relative linee guida pubblicate su <a href="http://www.unisalento.it">www.unisalento.it</a>. Gli studenti iscritti all'esame sono invitati a registrarsi alla piattaforma Microsoft Teams, secondo le indicazioni pubblicate alla pagina <a href="https://www.unisalento.it/lezioni-online">https://www.unisalento.it/lezioni-online</a> (Documentazione: Guida a Microsoft Teams per lo studente).</p>
--	--



SCHEDA INSEGNAMENTO

DIRITTO DELL'IMPRESA TURISTICA

Serenella Luchena

Corso di studi di riferimento	MANAGER DEL TURISMO L15
Dipartimento di riferimento	SCIENZE DELL'ECONOMIA
Settore Scientifico Disciplinare	IUS/04
Crediti Formativi Universitari	8
Ore di attività frontale	64
Ore di studio individuale	136
Anno di corso	2
Semestre	Primo
Lingua di erogazione	ITALIANO
Percorso	COMUNE

Prerequisiti	<p>Lo studente deve aver appreso gli istituti fondamentali del diritto privato ad esempio negozio giuridico, contratto in generale, mandato, compravendita, trasporto, rappresentanza, responsabilità contrattuale ed extracontrattuale.</p> <p>E' consigliato aver sostenuto l'esame di diritto privato</p>
Contenuti	<p>Imprenditore turistico e impresa turistica – Nozione pubblicistica e disciplina generale – Contratto di società e Srl – Attività turistiche – Professioni turistiche – Tipologie speciali di turismo – L'uso turistico del demanio marittimo</p>
Obiettivi formativi	<p><b>a) Conoscenza e comprensione:</b> L'insegnamento si propone di far acquisire allo studente una conoscenza critica degli istituti fondamentali del diritto dell'impresa turistica così che il futuro giurista possa affrontare con consapevolezza gli aspetti problematici che la realtà economica presenta.</p> <p><b>b) Capacità di applicare conoscenze e comprensione:</b> le metodologie utilizzate, che prevedono accanto alla didattica frontale, esercitazioni su casi decisi dalle Corti, consentirà al futuro giurista di acquisire capacità applicative della disciplina giuridica. Affrontare gli aspetti più problematici della gestione d'impresa turistica, dalla scelta del modello organizzativo, delle modalità di presentazione sul mercato dell'impresa e dei suoi prodotti, anche attraverso interventi di imprenditori e di operatori giuridici, consentirà allo studente di acquisire la capacità di affrontare criticamente e risolvere problemi anche su tematiche nuove e non consuete considerando il mutare continuo del mercato e del sistema economico nel quale l'impresa si opera.</p> <p><b>c) Autonomia di giudizio:</b> Attraverso lo studio articolato in lezioni frontali che prevedono un <i>question time</i>, e seminari nei quali viene sollecitata la partecipazione attiva dello studente con la discussione di casi reali, il futuro giurista acquisisce flessibilità di pensiero, capacità di confronto, attitudine al <i>problem solving</i> e capacità di valutazione di possibili soluzioni.</p> <p><b>d) Abilità comunicative:</b> Il <i>question time</i> a lezione è finalizzato non solo a condividere con tutti gli studenti presenti i problemi di comprensione e apprendimento ma soprattutto vuole stimolare ed abituare lo studente ad un confronto di fronte ad una molteplicità di persone superando una naturale ritrosia al dibattito. L'attività seminariale che prevede il coinvolgimento diretto degli studenti in un dibattito del quale si fanno promotori, con l'ovvia assistenza del docente, supporta questo obiettivo. Completa l'attività di stimolo il ricevimento individuale durante il quale viene prestata particolare attenzione al linguaggio utilizzato dallo studente.</p>



	<p><b>e) Capacità di apprendimento:</b> Attraverso lo studio del diritto dell'impresa turistica il futuro giurista approfondisce la comprensione di regole e istituti della realtà economica con la quale si confronta, magari in maniera inconsapevole, quotidianamente.</p>
Metodi didattici	<p>Il metodo didattico si sviluppa su tre livelli: <b>a)</b> a lezione attraverso il coinvolgimento dello studente con la presentazione di teorie controverse così da stimolare un dibattito; <b>b)</b> lasciando uno spazio apposito al termine della lezione, il <i>question time</i>; <b>c)</b> durante l'esercitazione quando, di fronte al caso concreto lo studente dovrà applicare le nozioni teoriche che ha appreso a lezione; <b>d)</b> attraverso orari di ricevimento dedicati a chiarire gli aspetti più problematici della materia con ciascun studente. A supporto della didattica saranno distribuiti materiali (in particolare casi giurisprudenziali) che consentono un approfondimento degli argomenti d'esame. Questa articolazione della didattica consente di instaurare con gli studenti un rapporto di stima reciproca che, da un lato consente al docente non solo di monitorare, ma anche di valutare la preparazione, l'impegno e la capacità di ciascuno, dall'altro rende lo studente consapevole e responsabile dell'apprendimento, lo stimola a prospettive d'indagine differenti, all'autonomia di giudizio e sollecita le personali abilità applicative e comunicative.</p>
Modalità d'esame	<p>L'esame si svolgerà nella forma di prova orale secondo il seguente schema:</p> <p><b>Prima parte:</b> accertamento della preparazione di base del diritto dell'impresa e del contratto di società. La conoscenza e comprensione e la relativa capacità di applicarle saranno accertate attraverso due o tre domande la cui risposta positiva costituisce presupposto per la prosecuzione della verifica.</p> <p><b>Seconda parte:</b> accertamento dell'apprendimento su tematiche specifiche del diritto dell'impresa turistica. In questa parte si potrà verificare l'autonomia di giudizio acquisita dallo studente e la sua capacità di approcciare e la sua attitudine a porre in relazione argomenti più complessi con i fondamenti della disciplina del diritto commerciale.</p> <p>Le capacità comunicative saranno verificate durante l'intero esame.</p> <p>Nel corso del semestre potranno essere effettuate delle verifiche intermedie, al mero scopo di agevolare la preparazione dell'esame.</p> <p>Lo studente, disabile e/o con DSA, che intende usufruire di un intervento individualizzato per lo svolgimento della prova d'esame deve contattare l'ufficio Integrazione Disabili dell'Università del Salento all'indirizzo: <a href="mailto:paola.martino@unisalento.it">paola.martino@unisalento.it</a></p>
Appelli d'esame	<p>Il calendario delle prove d'esame è disponibile al seguente link: <a href="http://www.economia.unisalento.it/536">http://www.economia.unisalento.it/536</a></p>
Programma esteso	<ul style="list-style-type: none"><li>• Impresa e categorie di imprenditori</li><li>• L'acquisto della qualità di imprenditore: Imputazione dell'attività d'impresa, Inizio e fine dell'attività d'impresa,</li><li>• Capacità e impresa</li><li>• Lo statuto dell'imprenditore commerciale: La pubblicità legale, Le scritture contabili, La rappresentanza commerciale</li><li>• L'azienda</li><li>• I segni distintivi: il marchio</li><li>• Il contratto di società</li><li>• Società a responsabilità limitata</li><li>• Il turismo nella dimensione normativa</li><li>• Le imprese turistiche</li><li>• Le attività turistiche</li><li>• Le professioni turistiche</li></ul>



	<ul style="list-style-type: none"><li>• Le tipologie speciali di turismo</li><li>• L'uso turistico del demanio marittimo</li></ul>
Testi di riferimento	AA.VV. Diritto Commerciale, (a cura di) Lorenzo De Angelis, Cedam Editore, Ult. Ed. R. Santagata, Diritto del turismo, Utet Editore, Ult. Ed.
Altre informazioni utili	Per i frequentanti potranno essere previste delle verifiche intermedie da concordare durante il corso.



**SCHEDA INSEGNAMENTO**

**GEOGRAFIA DEL TURISMO II**

Fabio Pollice

Corso di studi di riferimento	Manager del Turismo L15
Dipartimento di riferimento	SCIENZE DELL'ECONOMIA
Settore Scientifico Disciplinare	M-GGR/02
Crediti Formativi Universitari	6.0 CFU
Ore di attività frontale	48
Ore di studio individuale	102
Anno di corso	2
Semestre	Secondo
Lingua di erogazione	Italiano
Percorso	COMUNE

Prerequisiti	<p>Per accedere al corso e sostenere l'esame lo studente deve dimostrare di conoscere i fondamenti della Geografia del Turismo.</p> <p>Propedeuticità: per sostenere l'esame di Geografia del Turismo II lo studente deve aver già superato l'esame di Geografia del Turismo I.</p>
Contenuti	<p>Il corso è incentrato sulla valorizzazione turistica del territorio e presenta una parte teorica ed una applicativa. Nella parte teorica del corso vengono sviluppati i seguenti argomenti:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- il turismo nell'economia mondiale;</li><li>- turismo e globalizzazione;</li><li>- l'organizzazione dello spazio turistico dalle configurazioni sistemiche a quelle reticolari;</li><li>- l'analisi strategica dello spazio turistico;</li><li>- forme e modelli di coinvolgimento delle comunità locali;</li><li>- la pianificazione dello spazio turistico: teoria e metodi;</li><li>- la qualità sostenibile nel turismo;</li><li>- Marketing e Branding territoriale;</li><li>- il Placetelling come metodo di narrazione identitaria;</li><li>- misurare l'attrattività turistica.</li></ul> <p>Nella parte applicativa gli studenti sono chiamati a sviluppare - sotto la guida e la supervisione scientifica del docente e utilizzando tecniche di cooperative learning - un piano di valorizzazione turistica (project work) per i Comuni della rete dei Borghi Autentici (partner esterno del corso), in modo da applicare le indicazioni metodologiche apprese nel corso delle lezioni teoriche: dall'analisi del contesto territoriale all'elaborazione dello strumento pianificatorio.</p>
Obiettivi formativi	<p>Obiettivo del corso è sviluppare negli studenti un insieme di competenze che consenta loro di elaborare e promuovere in piena autonomia un piano di valorizzazione sostenibile del turismo per territori, risorse culturali/naturali, organizzazioni economiche, imparando ad interagire con enti pubblici e privati che operano nel settore turistico e in settori ad esso correlati e a coinvolgere le comunità locali in modo da promuovere forme di sviluppo endogeno, autocentrato e community involved.</p> <p>I risultati di apprendimento attesi in coerenza con i Descrittori di Dublino, possono essere così declinati:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Conoscenze e comprensione degli spazi turistici nelle loro diverse configurazioni;</li></ul>



	<ul style="list-style-type: none"><li>- Conoscenze e comprensione dei flussi turistici nelle loro caratteristiche quantitative, qualitative, tipologiche ed evolutive;</li><li>- Conoscenze e comprensione dei principi e delle metodologie che presiedono alla pianificazione turistica del territorio;</li><li>- Conoscenze e comprensione dei principi e degli strumenti per promuovere la valorizzazione turistica del territorio;</li><li>- Capacità di applicare conoscenze e comprensione all'analisi e pianificazione dei territori turistici nelle loro diverse configurazioni;</li><li>- Autonomia di giudizio nella valutazione dei fenomeni turistici siano essi relativi alla domanda o all'offerta;</li><li>- Autonomia di giudizio nella valutazione e selezioni delle opzioni strategiche ed operative in termini di pianificazione turistica;</li><li>- Abilità comunicative relative alla capacità di interloquire con soggetti e professionalità che operano nel settore turistico e nei settori ad esso funzionalmente collegati;</li><li>- Abilità comunicative relative alla capacità di coinvolgere i propri interlocutori;</li><li>- Capacità di apprendimento in contesti dinamici ed estremamente complessi.</li></ul>
Metodi didattici	<p>Nell'ambito del corso saranno utilizzati i seguenti metodi didattici:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- lezione frontale;</li><li>- testimonianze di operatori del settore turistico;</li><li>- simulazioni;</li><li>- esercitazioni;</li><li>- elaborazione di project work sotto la supervisione scientifica del docente</li></ul> <p>Per tutto il tempo in cui saranno attive le misure di contenimento Covid-19, le lezioni si svolgeranno in modalità telematica.</p>
Modalità d'esame	<p>L'esame è orale e per i frequentanti prevede anche la discussione del project work elaborato nell'ambito del corso. La valutazione avverrà attraverso l'utilizzo dei suddetti parametri (tra parentesi è indicata l'incidenza sul voto finale):</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Valutazione delle conoscenze apprese (30%);</li><li>- Valutazione della capacità di tradurre queste conoscenze nella risoluzione di problemi concreti (40%);</li><li>- Valutazione delle capacità argomentative (30%).</li></ul> <p>Per tutto il tempo in cui saranno attive le misure di contenimento Covid-19, le prove d'esame si svolgeranno in modalità telematica.</p>
Programma esteso	
Testi di riferimento	<p>Per gli studenti frequentanti non vi sono testi di riferimento, costituirà infatti materia d'esame il materiale didattico fornito durante le lezioni.</p> <p>Per gli studenti non frequentanti questi potranno concordare, in considerazione degli obiettivi formativi del corso e dei propri personali interessi, i testi di riferimento e il programma d'esame direttamente con il docente.</p>
Altre informazioni utili	





SCHEDA INSEGNAMENTO

MARKETING DELLE DESTINAZIONI TURISTICHE

Corso di studio di riferimento	L15 MANAGER DEL TURISMO
Dipartimento di riferimento	SCIENZE DELL'ECONOMIA
Settore Scientifico Disciplinare	SECS-P/08
Crediti Formativi Universitari	8
Ore di attività frontale	64
Ore di studio individuale	136
Anno di corso	2
Semestre	PRIMO
Lingua di erogazione	ITALIANO
Percorso	COMUNE

Prerequisiti	
Contenuti	<p>L'insegnamento di <i>Marketing delle destinazioni turistiche</i> intende fornire agli studenti i concetti di base del marketing, in generale, e del <i>marketing delle destinazioni turistiche</i>, in particolare, nonché gli strumenti utili per pianificare una strategia di marketing da attuare per lo sviluppo delle mete turistiche. Il corso si articola in tre parti: una <i>prima parte</i>, che verte sui concetti di base riguardanti il turismo e il suo ruolo nello sviluppo delle destinazioni turistiche, intese come <i>sistemi territoriali locali</i> dotati di una vacanza turistica; una <i>seconda parte</i>, che riguarda le fasi tipiche del processo di pianificazione strategica; e una <i>terza parte</i>, incentrata sulle azioni volte ad attuare le scelte strategiche e monitorarne gli effetti di marketing.</p>
Obiettivi formativi	<p>Gli studenti acquisiranno le conoscenze disciplinari di base e i principali strumenti teorici e operativi per: a) analizzare la situazione attuale, sotto forma di potenzialità e limiti, che caratterizzano le destinazioni turistiche; b) pianificare una strategia di marketing e c) valutarne l'efficacia. Le conoscenze e le abilità acquisite saranno utili per la formazione di manager e professionisti in grado di elaborare, implementare e valutare strategie di marketing per lo sviluppo sostenibile dei sistemi turistici locali.</p> <p>In termini di capacità di applicazione delle conoscenze e comprensione, gli studenti saranno capaci di condurre analisi esplorative e descrittive delle condizioni che qualificano destinazioni turistiche specifiche, nonché di elaborare piani e strategie di marketing e comunicazione. In termini di autonomia di giudizio, saranno capaci di valutare l'adeguatezza di un piano di marketing e l'efficacia delle diverse forme di comunicazione. In termini di abilità comunicative, sapranno padroneggiare gli strumenti tipici della comunicazione di marketing e saranno in grado di elaborare modelli, schemi e testi di sintesi dei piani d'azione. In termini di capacità di apprendimento, saranno in grado di acquisire gli elementi teorici e pratici di base della disciplina e sapranno approfondire argomenti specifici in autonomia.</p>



	<p>Per quanto riguarda le competenze trasversali, a fine corso gli studenti avranno la capacità di: a) applicare quanto appreso a situazioni reali; b) formulare giudizi in autonomia (ad esempio, in merito all'efficacia di una strategia); c) lavorare in gruppo, sapendosi coordinare con altri e integrandone le competenze, al fine di risolvere congiuntamente problemi concreti; d) sviluppare idee, progettarne e organizzarne la realizzazione (ad esempio, in merito ad una campagna di comunicazione).</p>
Metodi didattici	
Modalità d'esame	
Programma	
Testi di riferimento	
Altre informazioni utili	



SCHEDA INSEGNAMENTO

STATISTICA DEL TURISMO

Sandra De Iaco

Corso di studi di riferimento	MANAGER DEL TURISMO
Dipartimento di riferimento	DIPARTIMENTO DI SCIENZE DELL'ECONOMIA
Settore Scientifico Disciplinare	SECS-S/01
Crediti Formativi Universitari	8
Ore di attività frontale	64
Ore di studio individuale	136
Anno di corso	2
Semestre	Primo
Lingua di erogazione	italiano
Percorso	PERCORSO COMUNE

Prerequisiti	Elementi di algebra lineare a livello di scuola secondaria di secondo grado
Contenuti	L'insegnamento di Statistica del turismo fornisce agli studenti le basi teoriche per affrontare con rigore e metodo scientifico un'indagine statistica e propone lo studio di indicatori statistici fondamentali per l'analisi descrittiva di variabili quali-quantitative tipiche del settore turistico.
Obiettivi formativi	<p>Il corso si propone il raggiungimento dei seguenti obiettivi formativi:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- acquisizione degli strumenti della Statistica descrittiva al fine di descrivere, sintetizzare numericamente, presentare e quindi interpretare le osservazioni relative ai fenomeni collettivi,</li><li>- conoscenza delle fonti statistiche ufficiali più utilizzate a livello nazionale e internazionale (ISTAT, Uffici di Statistica del Ministero delle Attività Culturali e del Turismo, Ente Nazionale per il Turismo, Osservatorio Nazionale per il Turismo, Organizzazione Mondiale per il Turismo-United Nations World Tourism Organization, Ministero per i beni e le attività culturali) per il reperimento dei dati,</li><li>- capacità di presentare con chiarezza i risultati delle analisi statistiche effettuate.</li></ul> <p>Risultati attesi secondo i descrittori di Dublino:</p> <p><u>Conoscenza e capacità di comprensione (knowledge and understanding):</u></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Acquisizione degli strumenti della Statistica descrittiva al fine di sintetizzare numericamente, presentare e quindi interpretare le osservazioni relative ai fenomeni collettivi di natura economico-aziendale e sociale inerenti la cultura, l'ambiente e il turismo.</li><li>- Conoscenza delle Fonti statistiche ufficiali più utilizzate a livello nazionale e internazionale (ISTAT, Uffici di Statistica del Ministero delle Attività Culturali e del Turismo, Ente Nazionale per il Turismo, Osservatorio Nazionale per il Turismo, Organizzazione Mondiale per il Turismo-United Nations World Tourism Organization, Ministero per i beni e le attività culturali) per il reperimento dei dati.</li></ul> <p><u>Capacità di applicare conoscenza e comprensione (applying knowledge and understanding)</u></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Capacità di raccogliere dati, archivarli in database opportunamente definiti, elaborarli e presentare i risultati ottenuti.</li></ul>



	<p>- Capacità di lettura e valutazione dei metadati che accompagnano le fonti statistiche.</p> <p>- Capacità di percezione dei problemi economici e della loro analisi attraverso il metodo statistico.</p> <p><u>Autonomia di giudizio (makingjudgements)</u></p> <p>Capacità di valutazione dei risultati derivanti dal calcolo di indicatori statistici e definizione dei metodi più idonei per il raggiungimento dei risultati.</p> <p><u>Abilità comunicative (communicationskills)</u></p> <p>Capacità di presentare con chiarezza i risultati delle analisi statistiche effettuate e dello schema di campionamento scelto.</p> <p><u>Capacità di apprendimento (learningskills)</u></p> <p>Capacità di apprendimento delle varie fasi per la realizzazione di un'indagine statistica.</p>
Metodi didattici	<p><b>Lezioni in presenza:</b> modalità di erogazione delle lezioni frontale, con uso di supporti audiovisivi, esercitazioni in aula</p> <p><b>Lezioni in modalità telematica per emergenza COVID-19:</b> modalità di erogazione delle lezioni online, mediante l'utilizzo della piattaforma Microsoft Teams</p>
Modalità d'esame	<p><b>Svolgimento dell'esame in presenza</b></p> <p>L'esame in presenza è caratterizzato da una prova scritta della durata massima di 90 minuti e di una prova orale alla quale si accede previo superamento della prova scritta.</p> <p><b>Svolgimento dell'esame in modalità telematica per emergenza COVID-19</b></p> <p>L'esame in modalità telematica consiste in una prova orale con domande riguardanti aspetti teorici ed esercizi.</p> <p>In seguito allo svolgimento della prova orale in presenza, viene redatto apposito verbale, sottoscritto dal Presidente e dai membri della commissione, nonché dallo studente esaminato. Nel caso di prova orale in modalità telematica, il verbale viene firmato digitalmente dal Presidente della commissione.</p> <p>Il superamento dell'esame presuppone il conferimento di un voto non inferiore ai diciotto/trentesimi (con eventuale assegnazione della lode) e prevede l'attribuzione dei corrispondenti CFU. Le nozioni acquisite conferiscono allo studente conoscenze e comprensione, capacità di applicare conoscenze e comprensione, autonomia di giudizio, abilità comunicative e capacità di apprendimento in linea con i descrittori di Dublino).</p> <p>"Lo studente, disabile e/o con DSA, che intende usufruire di un intervento individualizzato per lo svolgimento della prova d'esame deve contattare l'ufficio Integrazione Disabili dell'Università del Salento all'indirizzo <a href="mailto:paola.martino@unisalento.it">paola.martino@unisalento.it</a>"</p> <p>Non sono previste differenze in termini di programma, testi e modalità d'esame tra studenti frequentanti e non frequentanti.</p>



	<p><b>Commissione di esame:</b></p> <p>De Iaco Sandra (presidente); Posa Donato (componente); Maggio Sabrina (componente); Palma Monica (componente), Pellegrino Daniela (componente); Claudia Cappello (componente); Giuseppina Giungato (componente), Distefano Veronica (componente)</p>
Programma esteso	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Concetti introduttivi e definizioni fondamentali. Definizione e campi di applicazione della statistica. L'indagine statistica. Fonti di rilevazione statistica. Tecniche di campionamento. Caratteri e modalità. Il formalismo statistico.</li><li>2. Tabelle statistiche e rappresentazioni grafiche. Le distribuzioni statistiche. Le rappresentazioni grafiche.</li><li>3. Indici di posizione. Le medie analitiche. Le medie lasche. Il diagramma a scatola e baffi.</li><li>4. Indici di variabilità. Gli indici di variabilità assoluta. Indici di dispersione. Indici di disuguaglianza. Intervalli di variazione. Gli indici di variabilità relativa</li><li>5. Rapporti statistici e numeri indici</li><li>6. Indicatori del turismo</li><li>7. Analisi della regressione. Indice di determinazione</li><li>8. Cenni sulla valutazione della qualità dei servizi.</li><li>9. Analisi dell'interdipendenza. Aspetti della correlazione. Codevianza. Coefficiente di correlazione lineare. La cograduazione.</li><li>10. Overbooking</li><li>11. Casi di studio riguardanti gli indicatori turistici.</li><li>12. Casi di studio riguardanti l'analisi della soddisfazione nel settore turistico.</li></ol>
Testi di riferimento	<ul style="list-style-type: none"><li>- Statistica descrittiva: elementi ed esercizi (D. Posa, S. De Iaco, M. Palma), Giappichelli Editore, 2007</li><li>- Modelli statistici di customer satisfaction. Alcune applicazioni (De Iaco, S.; Maggio S.; Palma, M.; Posa, D.), Giappichelli Editore, 2019</li><li>- Dispense del docente disponibili nella pagina personale in corrispondenza della sezione "Materiale didattico".</li></ul>
Altre informazioni utili	<ul style="list-style-type: none"><li>-La frequenza alle lezioni, sebbene non sia obbligatoria, è vivamente consigliata.</li><li>-Gli studenti che si prenotano sul portale studenti.unisalento.it per sostenere la prova d'esame sono tenuti a verificare che la prenotazione sia andata a buon fine, mediante la stampa della ricevuta della prenotazione. In caso di problematiche tecniche occorre segnalare il problema almeno 7 giorni prima della data d'esame.</li><li>-Le richieste di rinvio dell'esame, inviate per posta elettronica al docente, devono essere inoltrate entro e non oltre due giorni prima della data d'esame. In assenza di tale comunicazione, il rinvio può essere richiesto esclusivamente in sede d'esame. Si precisa inoltre che la richiesta di rinvio può essere reiterata al massimo per un anno accademico.</li><li>- La prova orale in modalità telematica per emergenza COVID-19 si svolgerà seguendo le indicazioni previste dal DR 197/2020 e le relative linee guida pubblicate su <a href="http://www.unisalento.it">www.unisalento.it</a>. Gli studenti iscritti all'esame sono invitati a registrarsi alla piattaforma Microsoft Teams, secondo le indicazioni pubblicate alla pagina <a href="https://www.unisalento.it/lezioni-online">https://www.unisalento.it/lezioni-online</a> (Documentazione: Guida a Microsoft Teams per lo studente).</li></ul>



SCHEDA INSEGNAMENTO

ANTROPOLOGIA CULTURALE

Corso di studio di riferimento	MANAGER DEL TURISMO L15
Dipartimento di riferimento	SCIENZE DELL'ECONOMIA
Settore Scientifico Disciplinare	M-DEA/01
Crediti Formativi Universitari	6 CFU
Ore di attività frontale	48 ORE
Ore di studio individuale	102
Anno di corso	2 ANNO
Semestre	SECONDO
Lingua di erogazione	ITALIANO
Percorso	COMUNE

Prerequisiti	
Contenuti	Il corso si propone di fornire elementi di base per la conoscenza della disciplina, la discussione dei problemi e dell'approccio metodologico. Finalità e obiettivi del corso sono coerenti con il DM Fedeli, relativo all'acquisizione dei 24 cfu per il percorso FIT.
Obiettivi formativi	<p>Obiettivi formativi: Il corso intende presentare a livello introduttivo le teorie, i metodi di ricerca e i principali temi dell'antropologia culturale contemporanea, quali: sensi, corpo, emozioni, identità, genere, relazionalità, parentela, gruppi, strutture sociali, conflitti.</p> <p>Risultati attesi secondo i descrittori di Dublino:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Conoscenza e capacità di comprensione (knowledge and understanding): - Acquisizione dei concetti, delle metodologie e degli strumenti dell'Antropologia culturale, al fine di descrivere e interpretare gli elementi del patrimonio culturale.</li><li>- Capacità di applicare conoscenza e comprensione (applying knowledge and understanding)</li><li>- Capacità di applicare i metodi e gli strumenti della disciplina in contesti reali di ricerca sul campo, con particolare riferimento alla cultura immateriale. Autonomia di giudizio (making judgements)</li><li>- Capacità di utilizzare i risultati della ricerca sul campo per effettuare comparazioni e formulare ipotesi interpretative. Abilità comunicative (communication skills)</li><li>- Capacità di presentare, anche con l'ausilio di tecniche audiovisive, i metodi, i risultati e l'interpretazione qualitativa di una ricerca sul campo.</li><li>- Capacità di apprendimento (learning skills)</li><li>- Capacità di integrare le proprie conoscenze adattandosi alle diverse realtà e all'evoluzione della disciplina.</li></ul>
Metodi didattici	
Modalità d'esame	
Programma	
Testi di riferimento	
Altre informazioni utili	



SCHEDA INSEGNAMENTO

CONOSCENZA E CONSERVAZIONE DEL PATRIMONIO ARCHEOLOGICO

Florinda Notarstefano

Corso di studio di riferimento	MANAGER DEL TURISMO L15
Dipartimento di riferimento	SCIENZE DELL'ECONOMIA
Settore Scientifico Disciplinare	L-ANT/07
Crediti Formativi Universitari	8 CFU
Ore di attività frontale	64 ORE
Ore di studio individuale	136
Anno di corso	2
Semestre	SECONDO
Lingua di erogazione	ITALIANO
Percorso	COMUNE

Prerequisiti	Conoscenza di base della storia dell'arte greca e romana
Contenuti	Il corso intende presentare in una prospettiva storica i contenuti e gli strumenti metodologici fondamentali per la conoscenza e la tutela del patrimonio archeologico italiano, con particolare riferimento al contesto della Puglia meridionale. L'obiettivo finale è lo sviluppo di senso critico da parte degli studenti nella valorizzazione e nella fruizione, a vari livelli, del patrimonio archeologico del territorio per la promozione di attività imprenditoriali economiche e turistiche.
Obiettivi formativi	<p>Il corso si propone il raggiungimento dei seguenti obiettivi formativi:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Conoscenze di base sui principali parchi archeologici/Musei italiani e siti archeologici della Puglia, con particolare riferimento al loro stato di conservazione e di fruizione.</li><li>- Capacità di analizzare i siti archeologici nell'ambito del contesto storico, culturale e territoriale; di identificare il valore culturale e le problematiche di tutela del patrimonio archeologico; di impostare delle strategie di valorizzazione e di fruizione adeguate.</li><li>- Capacità di esporre con chiarezza le caratteristiche dei contesti e dei monumenti archeologici</li></ul> <p><u>Risultati attesi secondo i descrittori di Dublino:</u></p> <p>Conoscenze e comprensione</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Conoscenza e comprensione degli aspetti relativi alla conservazione e alla tutela del patrimonio archeologico attraverso la valutazione storico-critica di contesti particolarmente significativi</li><li>- Conoscenze di metodo per lo studio dei contesti archeologici e capacità di analisi del patrimonio archeologico, come fondamento della ricostruzione storica.</li></ul> <p>Capacità di applicare conoscenze e comprensione</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Capacità di applicare le informazioni ed abilità acquisite attraverso una corretta lettura delle testimonianze archeologiche e un'adeguata collocazione storica e geografica</li><li>- Capacità di applicare le conoscenze acquisite attraverso la stesura di idee progettuali per la valorizzazione del patrimonio archeologico</li></ul> <p>Autonomia di giudizio</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Capacità di interpretare criticamente il valore culturale di siti e monumenti archeologici nell'ambito del loro contesto territoriale</li><li>- Capacità di evidenziare le capacità di offerta del patrimonio archeologico per lo sviluppo del turismo, nel rispetto del territorio e</li></ul>



	<p>delle comunità locali</p> <p>Abilità comunicative</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Capacità di presentare le caratteristiche di siti e monumenti archeologici e di suggerire nuove strategie per la loro gestione e valorizzazione a fini turistici</li></ul> <p>Capacità di apprendimento</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Capacità di apprendimento dei metodi per lo studio delle testimonianze archeologiche e delle strategie di conservazione e di fruizione, anche attraverso l'applicazione di strumenti innovativi ed interattivi</li></ul>
Metodi didattici	<p>Lezioni frontali con il supporto di sussidi multimediali. Attività seminariale. Esercitazioni in aula per l'elaborazione di percorsi turistico-culturali del territorio attraverso la creazione di gruppi di lavoro.</p> <p>Per tutto il tempo in cui saranno attive le misure di contenimento Covid-19, le lezioni si svolgeranno in modalità telematica.</p>
Modalità d'esame	<p>Esame orale.</p> <p>I criteri di valutazione dell'esame comprendono:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- capacità di esprimersi con chiarezza utilizzando un linguaggio corretto e appropriato.</li><li>- capacità di organizzare un discorso articolato e pertinente agli argomenti proposti, selezionandone gli aspetti più significativi.</li><li>- capacità di offrire una corretta lettura delle opere e dei siti del patrimonio archeologico inserendoli nell'opportuno contesto storico, culturale e territoriale.</li><li>- capacità di correlare la lettura storico-archeologica con le problematiche di tutela e valorizzazione attraverso una autonoma riflessione sui temi di studio</li></ul> <p>Per tutto il tempo in cui saranno attive le misure di contenimento Covid-19, la prova di esame si svolgeranno in modalità telematica.</p> <p><i>Lo studente, disabile e/o con DSA, che intende usufruire di un intervento individualizzato per lo svolgimento della prova d'esame deve contattare l'ufficio Integrazione Disabili dell'Università del Salento all'indirizzo <a href="mailto:paola.martino@unisalento.it">paola.martino@unisalento.it</a></i></p>
Programma	<p>Il corso è diviso in tre Unità Didattiche:</p> <p>U.D. 1</p> <p>-Definizione di bene/patrimonio culturale: evoluzione storica e legislativa</p> <p>-I concetti fondamentali dell'archeologia: scavo, ricostruzione, contesto. Sito, parco, museo archeologico.</p> <p>U.D. 2</p> <p>-Il patrimonio archeologico italiano: presentazione di casi di studio relativi ai principali parchi archeologici e Musei. Organizzazione della tutela del patrimonio.</p> <p>U.D. 3</p> <p>-Il patrimonio archeologico della Puglia meridionale: presentazione dello stato delle ricerche e delle condizioni di tutela, valorizzazione e promozione di siti e parchi archeologici.</p> <p>Sono previsti seminari di approfondimento e lavori di gruppo per l'elaborazione di percorsi turistico-culturali e di progetti di valorizzazione del patrimonio archeologico pugliese</p>
Testi di riferimento	<ul style="list-style-type: none"><li>- D. Manacorda, Il sito archeologico: fra ricerca e valorizzazione, Roma 2007</li><li>- G. Volpe, Un patrimonio italiano. Beni culturali, paesaggio e cittadini, Milano</li></ul>





	2016 (parte prima e parte seconda)  Altro materiale bibliografico e didattico sarà fornito durante le lezioni e pubblicato <i>on line</i> nella sezione "Materiale didattico"
Altre informazioni utili	Per gli appelli di esame si rimanda a: <a href="http://www.economia.unisalento.it/536">www.economia.unisalento.it/536</a>



SCHEDA INSEGNAMENTO

ICT E NUOVE TECNOLOGIE  
Antonio Mongelli

Corso di studi di riferimento	MANAGER DEL TURISMO
Dipartimento di riferimento	SCIENZE DELL'ECONOMIA
Settore Scientifico Disciplinare	ING-INF/05
Crediti Formativi Universitari	8
Ore di attività frontale	64
Ore di studio individuale	136
Anno di corso	2
Semestre	SECONDO
Lingua di erogazione	Italiano
Percorso	COMUNE

Prerequisiti	Nessuno
Contenuti	Nozioni informatiche di base per la comprensione dell'architettura e del funzionamento degli elaboratori. Dal concetto di informazione alla sua elaborazione, attraverso la comprensione del ruolo e del funzionamento dei dispositivi principali presenti in un elaboratore. L'informazione in rete: comunicazione, ricerca e sicurezza. Il foglio elettronico: funzioni di base e strumenti di analisi. Disegno e implementazione di Database.
Obiettivi formativi	Lezioni frontali sono intervallate da esercitazioni pratiche al computer. La continua interazione con il docente favorisce la comprensione e la capacità di applicazione degli argomenti teorico pratici trattati. L'accertamento della conoscenza avviene attraverso una prova nella quale lo studente risponde a domande inerenti tutti gli argomenti trattati durante il corso. L'autonomia di giudizio viene inoltre valutata attraverso una prova progettuale da cui emerge la capacità di valutazione della scelta dei metodi e delle soluzioni adottate per la progettazione e l'implementazione al computer di un database relazionale. Le abilità comunicative vengono accertate anche attraverso la presentazione del progetto con l'esposizione della motivazione delle scelte adottate in fase di progettazione e dei risultati finali ottenuti.
Metodi didattici	Lezioni frontali in aula o tramite piattaforma per la didattica a distanza. Lezioni di laboratorio assistito in presenza o tramite piattaforma per la didattica a distanza (in caso di emergenza epidemiologica Covid-19).
Modalità d'esame	In osservanza delle disposizioni in materia di contenimento e gestione dell'emergenza epidemiologica da COVID-19, le sessioni d'esame, salvo nuove disposizioni, si svolgeranno tramite strumenti telematici (piattaforma Teams). L'esame si terrà in forma orale e prevede: - lo svolgimento individuale di esercizi sulla numerazione binaria e MsExcel; - accertamento della conoscenza degli argomenti inseriti nel programma; - la discussione sulle fasi di progettazione di un database e l'accertamento della conoscenza del DBMS utilizzato. Qualora la sessione d'esame potrà essere svolta in presenza, lo svolgimento individuale di esercizi e l'accertamento della conoscenza degli argomenti del programma, verranno effettuati tramite una prova scritta con domande a risposta multipla. Resterà invariata la discussione sul progetto.



	<p>Per quanto riguarda l'elaborato progettuale, lo studente dovrà inviare per e-mail al docente, almeno 5 giorni prima della prova, i file relativi all'analisi dei requisiti, del disegno del modello concettuale e logico ed il file della implementazione del DB.</p> <p>Per la realizzazione del progetto si vedano le relative indicazioni riportate, sempre nella scheda Docente, nella sezione "Notizie".</p> <p>"Lo studente, disabile e/o con DSA, che intende usufruire di un intervento individualizzato per lo svolgimento della prova d'esame deve contattare l'ufficio Integrazione Disabili dell'Università del Salento all'indirizzo <a href="mailto:paola.martino@unisalento.it">paola.martino@unisalento.it</a>"</p>
Programma esteso	<p><b>Hardware</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Informazione analogica e digitale</li><li>• Numerazione binaria</li><li>• modello a blocchi funzionali di un calcolatore</li><li>• componenti di un calcolatore</li><li>• prestazioni di un calcolatore</li></ul> <p><b>Logica</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Algebra booleana</li><li>• Logica booleana</li><li>• Programmazione e algoritmi</li><li>• Flow chart e pseudocodice</li></ul> <p><b>Software</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Tipologie di software</li><li>• sistema operativo</li><li>• software applicativi</li></ul> <p><b>Fondamenti di networking</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• topologie di rete</li><li>• Protocolli</li><li>• Internet</li><li>• servizi su Internet</li><li>• Sicurezza</li><li>• Ricerca dell'informazione in rete</li></ul> <p><b>Database</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Database relazionali</li><li>• Specifiche</li><li>• Modello Entità Relazioni</li><li>• Modello Relazionale</li><li>• Mapping ER-Relazionale</li><li>• Disegno ER e Relazionale di database di esempio</li></ul> <p><b>Attività Laboratoriale</b></p> <p>Foglio elettronico</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Operazioni di base con celle righe e colonne e fogli di lavoro.</li></ul>



	<ul style="list-style-type: none"><li>- Creazione formule.</li><li>- Utilizzo formule con riferimenti relativi ed assoluti.</li><li>- Utilizzo funzioni: Somma – Somma.Se – Prodotto – Fattoriale – Media – Mediana – Moda – Moda.Mult Min – Min.Valori – Max – Max.Valori – Conta.Numeri – Conta.Valori - Arrotonda – Se Interesse.Rata – Ammort.Fsso</li><li>- Formattazione.</li><li>- Formattazione condizionale.</li><li>- Creazione tabelle e liste.</li><li>- Creazione e gestione grafici.</li><li>- Grafici Sparkline.</li><li>- Tabelle Pivot: Lavorare con le aree per l’analisi dei dati – Layout – Raggruppamenti – Formattazione - Uso dell’area filtro - Grafici Pivot</li><li>Database<ul style="list-style-type: none"><li>- DBMS grafici e a linea di comando</li><li>- creazione di tabelle</li><li>- tipo dati di un campo e proprietà</li><li>- relazioni e vincoli di integrità</li><li>- creazione e proprietà delle maschere</li><li>- creazione di query</li><li>- ordinamento e raggruppamento dei dati in un report</li><li>- Implementazione database partendo dalla fase progettuale</li></ul></li></ul>
Testi di riferimento	Informatica di Base 6/ed, (A.Marengo, A.Pagano) - McGraw Hill Education - Per la parte esercitativa al calcolatore può essere impiegato un qualsiasi libro per il conseguimento della Patente Europea del Computer.
Altre informazioni utili	Sono previsti riconoscimenti parziali o totali a seconda delle attestazioni informatiche conseguite. Pertanto, lo studente interessato è invitato a contattare direttamente il docente.



**SCHEDA INSEGNAMENTO**

**SOCIOLOGIA DEI PROCESSI CULTURALI E COMUNICATIVI**

Luigi Spedicato

Corso di studio di riferimento	Manager del turismo - L15
Dipartimento di riferimento	Scienze dell'Economia
Settore Scientifico Disciplinare	SPS/08
Crediti Formativi Universitari	8
Ore di attività frontale	64
Ore di studio individuale	136
Anno di corso	2
Semestre	Secondo
Lingua di erogazione	Italiano
Percorso	Comune

Prerequisiti	Non sono richieste propedeuticità. L'efficace costruzione di competenze richiede una sufficiente conoscenza della storia sociale, economica e politica dell'Europa occidentale e degli Stati Uniti d'America dalla Rivoluzione industriale ai giorni nostri.
Contenuti	Coerentemente con gli obiettivi generali del Corso di Laurea in cui è inserito, il corso di Sociologia dei processi culturali e comunicativi ha lo scopo di fornire strumenti di conoscenza e di competenza sociologica rispetto alla comunicazione come strumento di una molteplicità di relazioni sociali nella società contemporanea. Il corso verterà sui principali orientamenti dell'approccio sociologico allo studio della comunicazione anche negli ambienti digitali. In particolare, saranno trattati i seguenti temi: - Il concetto di comunicazione; - Teorie della comunicazione di massa con particolare attenzione agli effetti dei media; - I media digitali.
Obiettivi formativi	Al termine del corso gli studenti avranno sviluppato: Conoscenza e comprensione del funzionamento delle dinamiche comunicative. Conoscenza e comprensione delle teorie sugli effetti dei media. Conoscenza e competenze rispetto ad ambiti applicativi delle teorie delle comunicazioni quali l'analisi delle audience, attori, processi e dinamiche del consumo culturale, metodologie di segmentazione dei pubblici dei vari media. Autonomia di giudizio, abilità comunicative e capacità di apprendimento verranno sviluppate attraverso lavori di gruppo svolto dagli studenti. L'esame finale mira a verificare i risultati di apprendimento attesi in relazione alle dinamiche di conoscenza e comprensione, di presentazione critica di concetti, prospettive teoriche, ambiti di discussione e di ricerca empirica riguardanti il tema della sociologia della comunicazione e della sociologia dei media digitali.
Metodi didattici	Lezioni frontali e lezioni online (ove disposto in tal senso dall'Ateneo) con il supporto di materiali audiovisivi; partecipazione, anche in modalità online, di testimoni privilegiati; lavori individuali e di gruppo su temi proposti dal docente.



	<i>In osservanza delle disposizioni in materia di contenimento e gestione dell'emergenza epidemiologica da COVID-19, la modalità didattica, salvo nuove disposizioni, potrebbero essere svolte attraverso strumenti telematici (piattaforma Teams).</i>
Modalità d'esame	L'esame verrà svolto in modalità orale, con votazione espressa in trentesimi. Gli studenti sono sollecitati a presentare elaborati scritti da discutere in sede d'esame, purchè concordati preventivamente con il docente.
Programma	<ul style="list-style-type: none"><li>- Media, comunicazione, cultura e società.</li><li>- Gli effetti dei media.</li><li>- Lo sviluppo dei media studies: ricerca amministrativa, teorie dell'influenza selettiva, l'approccio culturalista.</li><li>- I Cultural Studies ed il modello encoding-decoding.</li><li>- Gli audience studies.</li><li>- La società delle Reti.</li></ul>
Testi di riferimento	M. Sorice, Sociologia dei mass media, Carocci editore, Roma, 2010; Z. Ciuffoletti, E. Tabasso, Breve storia sociale della comunicazione, Carocci editore, Roma, 2018.
Altre informazioni utili	Il docente riceve presso il suo studio, Complesso Studium 2000, Edificio 5, stanza n. 32, nei giorni e negli orari indicati sulla pagina personale; in presenza di disposizioni dell'Ateneo, il ricevimento verrà effettuato in modalità online.



SCHEDA INSEGNAMENTO

MANAGEMENT TURISTICO

Pierfelice Rosato

Corso di studio di riferimento	L15 MANAGER DEL TURISMO
Dipartimento di riferimento	SCIENZE DELL'ECONOMIA
Settore Scientifico Disciplinare	SECS-P/08
Crediti Formativi Universitari	8
Ore di attività frontale	64
Ore di studio individuale	136
Anno di corso	3
Semestre	PRIMO
Lingua di erogazione	ITALIANO
Percorso	COMUNE

Prerequisiti	Aver maturato consapevolezza delle tematiche attinenti il turismo in una prospettiva manageriale, con particolare attenzione ad una conoscenza di base delle imprese del turismo e delle dinamiche generali del settore turistico.
Contenuti	<p>Il corso affronterà le tematiche inerenti la gestione delle imprese turistiche. Nello specifico verrà fornita una prospettiva manageriale al tema del turismo attraverso lo studio del meta settore del turismo e delle dinamiche di sviluppo delle imprese che vi operano. Oggetto del corso è il tema del management delle imprese turistiche con riferimento alle specificità delle diverse imprese che in tale ambito vi operano: imprese turistico – ricettive, tour operator, agenzie di viaggi, imprese crocieristiche, del trasporto aereo, dell'organizzazione di eventi e congressi.</p> <p>Con riferimento a tali imprese saranno analizzate, in particolar modo, le scelte strategiche orientate al conseguimento del vantaggio competitivo e le principali scelte associate alla definizione di una relazione duratura con il cliente/turista in una prospettiva di marketing.</p> <p>In considerazione della rilevanza di internet nel turismo, una parte del corso sarà dedicata al ruolo che la rete assume nel trasformare i modelli di business delle imprese e nel favorire la nascita e lo sviluppo di nuove realtà imprenditoriali.</p>
Obiettivi formativi	<p>Obiettivi formativi: Lo studente dovrà essere in grado di comprendere logica e strumenti associati al management delle imprese turistiche. In particolare, padroneggiare i modelli di analisi settoriale applicate al turismo, le strategie competitive e le diverse scelte di marketing con riferimento alle diverse tipologie d'impresе operanti in ambito turistico.</p> <p><i>Risultati attesi secondo i descrittori di Dublino:</i></p> <p>Conoscenza e capacità di comprensione (knowledge and understanding): Conoscenza e comprensione dei processi strategici e decisionali delle imprese.</p> <p>Capacità di applicare conoscenza e comprensione (applying knowledge and understanding): Capacità di identificare e proporre modelli di analisi del settore turistico e interpretativi delle dinamiche di mercato, individuare strategie competitive per il vantaggio competitivo e di marketing che la letteratura manageriale presenta.</p>



	<p>Autonomia di giudizio (making judgements) Capacità di interpretare e valutare le potenzialità competitive delle imprese anche alla luce dei processi di globalizzazione dei mercati e dell'evoluzione tecnologica in atto.</p> <p>Abilità comunicative (communication skills) Capacità di presentare i risultati raggiunti dalle imprese attraverso i modelli della letteratura manageriale e dell'evoluzione tecnologica.</p> <p>Capacità di apprendimento (learning skills) Capacità di apprendimento delle dinamiche manifestate dalle imprese turistiche e delle strategie competitive adottate.</p>
Metodi didattici	<p>Lezioni frontali. Utilizzo di casi aziendali per approfondire e utilizzare concetti e strumenti acquisiti. Project work e seminari con Imprenditori e Manager.</p> <p><i>In osservanza delle disposizioni in materia di contenimento e gestione dell'emergenza epidemiologica da COVID-19, le modalità didattiche e d'esame potrebbero svolgersi, salvo nuove disposizioni, tramite strumenti telematici (piattaforma Teams).</i></p>
Modalità d'esame	<p>Prova orale, finalizzata alla verifica della comprensione, della padronanza e della capacità di trattazione dei temi affrontati.</p> <p><i>"Lo studente, disabile e/o con DSA, che intende usufruire di un intervento individualizzato per lo svolgimento della prova d'esame, deve contattare l'ufficio Integrazione Disabili dell'Università del Salento all'indirizzo <a href="mailto:paola.martino@unisalento.it">paola.martino@unisalento.it</a>".</i></p>
Appelli d'esame	<p>Per gli appelli d'esame si rimanda alla pagina: <a href="http://www.economia.unisalento.it/536">www.economia.unisalento.it/536</a></p>
Programma	<p>Il settore del turismo Le caratteristiche della domanda e dell'offerta turistica I modelli di analisi settoriale applicati al turismo Le diverse tipologie di imprese turistiche Le imprese di tour operating e le agenzie di viaggi Le imprese crocieristiche Le imprese del trasporto aereo L'event management Le catene alberghiere: definizione e classificazione Il vantaggio competitivo in ambito alberghiero Le strategie competitive Segmentazione e posizionamento Le principali scelte di marketing La customer satisfaction</p>
Testi di riferimento	<p>Il materiale didattico verrà comunicato dal docente all'inizio del corso</p>
Altre informazioni utili	





SCHEDA INSEGNAMENTO

LINGUA FRANCESE  
Venanzia Annese

Corso di studi di riferimento	MANAGER DEL TURISMO L15
Dipartimento di riferimento	DIPARTIMENTO DI SCIENZE DELL'ECONOMIA
Settore Scientifico Disciplinare	L-LIN/04
Crediti Formativi Universitari	6
Ore di attività frontale	48
Ore di studio individuale	102
Anno di corso	3
Semestre	Primo
Lingua di erogazione	Italiano / Francese
Percorso	PERCORSO COMUNE

Prerequisiti	Conoscenza lingua livello A1
Breve descrizione del corso	L'insegnamento di lingua francese si presenta come una novità nell'ambito della "langue de spécialité "del turismo: esso s'ispira a nuove riflessioni metodologico-didattiche
Obiettivi formativi	<p>Il corso si propone il raggiungimento dei seguenti obiettivi formativi:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Acquisizione di competenze scritte e orali nella comunicazione turistica con capacità di leggere e redigere documenti turistici di vario genere e conoscere gli iter turistici più comuni e relative norme.</li><li>• Conoscenza di aspetti caratterizzanti della cultura francese in un contesto europeo e mondiale</li><li>• sviluppo di capacità interculturali</li></ul> <p>Risultati attesi secondo i descrittori di Dublino:</p> <p>Conoscenza e capacità di comprensione (knowledge and understanding):</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Acquisizione degli strumenti per la comprensione di lettere e conversazioni e analisi o redazioni di un piano.</li><li>• Conoscenza di documenti autentici su aspetti della Francia legati al turismo e alle caratteristiche che esso assume.</li></ul> <p>Capacità di applicare conoscenza e comprensione (applying knowledge and understanding):</p> <p>Repérage, ricomposizione di lettere date en vrac o à trous , con le recharges o senza di redazione di lettere a partire da un enunciato</p> <p>Autonomia di giudizio (making judgements):</p> <p>Capacità di valutazioni derivanti da documenti autentici e professionali</p> <p>Abilità comunicative (communications skills):</p> <p>Molteplici attività, che vanno da quelle di ricezione a quelle di produzione</p> <p>Capacità di apprendimento (learning skills):</p> <p>Tutti gli argomenti e i documenti proposti forniscono una base per un lavoro, di osservazione, riflessione e composizione.</p>
Metodi didattici	Lezioni e esercitazioni frontali.



	<p>Le modalità di lezioni ed esami potrebbero, tuttavia, subire variazioni a seguito Covid-19.</p>
Modalità d'esame	<p>Prova scritta e orale a conclusione del ciclo di lezioni frontali (verifica delle nozioni acquisite mediante lo sviluppo di elaborati scritti per la parte inerente al lessico e alle strutture linguistiche proprie del settore del turismo e prova orale a valutare taluni aspetti legati alla professionalità nel campo turistico, in linea con i descrittori di Dublino).</p> <p>Successivamente viene redatto apposito verbale, sottoscritto dal Presidente e dai membri della commissione e dallo studente esaminato. Il superamento dell'esame presuppone il conferimento di un voto non inferiore ai diciotto/trentesimi (con eventuale assegnazione della lode) e prevede l'attribuzione dei corrispondenti CFU.</p> <p><i>La modalità d'esame potrà variare a seguito delle misure di distanziamento sociale legate all'emergenza Covid-19.</i></p> <p>"Lo studente, disabile e/o con DSA, che intende usufruire di un intervento individualizzato per lo svolgimento della prova d'esame deve contattare l'ufficio integrazione Disabili dell'Università del Salento all'indirizzo <a href="mailto:paola.martino@unisalento.it">paola.martino@unisalento.it</a>"</p> <p>Non sono previste differenze in termini di programma, testi e modalità d'esame fra studenti frequentanti e non frequentanti.</p>
Appelli d'esame	<p>Per gli appelli d'esame si rimanda alla pagina web: <a href="http://www.economia.unisalento.it/536">http://www.economia.unisalento.it/536</a></p>
Programma esteso	<p>Le commerce, les commerçants, la franchise, , les sociétés, , le bilan, la commande, la vente, les opérations de la vente, le marketing, le tourisme, les entreprises, le marketing touristique, les entreprises touristiques, l'organisation de l'entreprise, les canaux pour la recherche d'un emploi, la communication touristique, la lettre publicitaire, les contrats de travail, les banques, le règlement, la facture, la livraison, les transports, la logistique, la présentation d'un hôtel, les hébergements touristiques, les intermédiaires de voyages</p>
Testi di riferimento	<p>- Objectif Tourisme, Parodi Lidia, Marina Vallacco, Juvenilia scuola - materiale docente</p>
Altre informazioni utili	<p>La frequenza alle lezioni, sebbene non sia obbligatoria, è vivamente consigliata.</p> <p><i>Le modalità di lezioni ed esami potrebbero, tuttavia, subire variazioni a seguito Covid-19.</i></p> <p>Commissione di esame: Venanzia Annese (Presidente), Maria Immacolata Spagna (componente), Betty Devynck (componente)</p>



SCHEDA INSEGNAMENTO

LINGUA SPAGNOLA

Corso di studi di riferimento	MANAGER DEL TURISMO L15
Dipartimento di riferimento	SCIENZE DELL'ECONOMIA
Settore Scientifico Disciplinare	L-LIN/07
Crediti Formativi Universitari	6
Ore di attività frontale	48
Ore di studio individuale	102
Anno di corso	3
Semestre	Primo
Lingua di erogazione	ITALIANO
Percorso	COMUNE

Prerequisiti	
Contenuti	Principali aspetti della fonetica, grammatica e sintassi della Lingua spagnola. Cenni di Storia moderna e contemporanea della Spagna e Geografia fisica e politica.
Obiettivi formativi	<p>Il corso si propone di sviluppare le competenze linguistiche e comunicative necessarie per consentire allo studente di comunicare e interagire in modo efficace e appropriato in contesti e situazioni specifiche del suo ambito professionale, nonché di sviluppare e consolidare le strutture e le funzioni principali della lingua. Il corso si propone, inoltre, di fornire nozioni di Storia e Geografia della Spagna, nonché elementi fondamentali dell'economia e del commercio spagnoli.</p> <p>Verranno particolarmente curate le quattro abilità, come anche le abilità integrate, con attività di comprensione e produzione scritta mirate, e specifiche attività di ascolto e produzione orale, che si avvarranno del supporto degli strumenti multimediali e dei sussidi audiovisivi.</p> <p>Obiettivi specifici del corso sono in particolare i seguenti:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- ampliamento e consolidamento del lessico economico e commerciale spagnolo;</li><li>- sviluppo delle abilità comunicative orali, sulla base di attività coinvolgenti gli studenti in contesti e situazioni comunicative frequenti nei loro ambiti professionali;</li><li>- sviluppo delle abilità di produzione scritta, osservando l'aspetto lessicale e sintattico dei diversi generi testuali dello spagnolo economico e commerciale.</li></ul> <p><i>Risultati attesi in termini dei descrittori di Dublino:</i></p> <p><u>Conoscenze e comprensione (Knowledge and understanding):</u></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- sviluppo e consolidamento delle strutture e delle funzioni principali della lingua;</li><li>- ampliamento e consolidamento del lessico economico e commerciale</li></ul>



spagnolo;

- sviluppo delle abilità comunicative orali, sulla base di attività coinvolgenti gli studenti in contesti e situazioni comunicative frequenti nei loro ambiti professionali;
- sviluppo delle abilità di produzione scritta, osservando l'aspetto lessicale e sintattico dei diversi generi testuali dello spagnolo economico e commerciale.

Capacità di applicare conoscenze e comprensione (Applying knowledge and understanding):

*Abilità di comprensione e produzione orale:*

- capacità di comprendere testi orali, sia di carattere generale, sia rappresentativi dei diversi generi testuali caratteristici dell'ambito professionale e lavorativo degli utenti;
- capacità di comunicare e interagire in modo efficace e appropriato in contesti e situazioni specifiche dell'ambito professionale degli utenti.

*Abilità di comprensione e produzione scritta:*

- capacità di comprendere testi scritti, sia di carattere generale, sia appartenenti ai diversi generi testuali caratteristici dell'ambito professionale e lavorativo degli utenti, con particolare attenzione ai testi di carattere commerciale ed economico.

Autonomia di giudizio (Making judgements):

- capacità di analisi e valutazione di testi scritti e orali sulla base della sistematica osservazione e analisi delle caratteristiche lessicali, sintattiche, testuali e retoriche dei diversi generi testuali tipici dello spagnolo economico e commerciale;
- abilità di autocorrezione e autovalutazione.

Abilità comunicative (Communication skills):

Strettamente collegate alle "Capacità di applicare conoscenze e comprensione" sopraindicate.

Capacità di apprendimento (Learning skills):

Il corso si propone di sviluppare le competenze linguistiche e comunicative necessarie per consentire allo studente di comunicare e interagire in modo efficace e appropriato in contesti e situazioni specifiche del suo ambito professionale, nonché di sviluppare e consolidare le strutture e le funzioni principali della lingua.

Obiettivi e abilità specifiche che il corso intende ampliare e sviluppare sono le seguenti:

- ampliamento e consolidamento del lessico economico e commerciale spagnolo;
- sviluppo delle abilità di lettura sia globale, che analitica, attraverso l'uso, accompagnato da attività di comprensione mirate, di una varietà



	<p>di testi autentici rappresentativi dei diversi generi testuali tipici dell'ambito professionale e lavorativo degli utenti;</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- sviluppo della capacità di comprendere testi orali rappresentativi dei diversi generi testuali caratteristici dell'ambito professionale e lavorativo degli utenti;</li><li>- sviluppo della capacità di comunicare e interagire in modo efficace e appropriato in contesti e situazioni specifiche dell'ambito professionale degli utenti;</li><li>- sviluppo delle abilità di produzione scritta, con riferimento a testi di carattere economico e commerciale.</li></ul>
Metodi didattici	
Modalità d'esame	
Programma esteso	
Testi di riferimento	
Altre informazioni utili	



**SCHEDA INSEGNAMENTO**

**LINGUA TEDESCA**

Corso di studio di riferimento	MANAGER DEL TURISMO
Dipartimento di riferimento	SCIENZE DELL'ECONOMIA
Settore Scientifico Disciplinare	L-LIN/14
Crediti Formativi Universitari	6 CFU
Ore di attività frontale	48 ORE
Ore di studio individuale	102
Anno di corso	3
Semestre	PRIMO
Lingua di erogazione	ITALIANO
Percorso	COMUNE

Prerequisiti	
Contenuti	Il corso vuole sviluppare la comprensione orale e scritta basilare e cioè il parlato (interazione e espressione orale), e l'espressione scritta che corrispondono al livello A1 del quadro comune europeo.
Obiettivi formativi	Il corso vuole introdurre lo studente principiante alle conoscenze basilari della lingua tedesca e la sua grammatica.
Metodi didattici	
Modalità d'esame	
Programma	
Testi di riferimento	
Altre informazioni utili	



SCHEDA INSEGNAMENTO

RETI, SISTEMI E FILIERE TURISTICHE

Francesca Imperiale

Corso di studi di riferimento	MANAGER DEL TURISMO – L15
Dipartimento di riferimento	Scienze dell'Economia
Settore Scientifico Disciplinare	SECS-P/07
Crediti Formativi Universitari	8
Ore di attività frontale	64
Ore di studio individuale	136
Anno di corso	3
Semestre	Secondo
Lingua di erogazione	Italiano
Percorso	Comune

Prerequisiti	Lo studente deve aver acquisito le conoscenze di base di ambito economico-aziendale
Breve descrizione del corso	Il corso affronta il tema dei processi aggregativi aziendali nel settore turistico, proponendosi di sviluppare conoscenze e competenze utili all'amministrazione e al controllo di reti e sistemi di offerta turistica.
Obiettivi formativi	<p><u>Obiettivi formativi:</u> Il corso si propone di raggiungere i seguenti obiettivi formativi:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• introdurre gli studenti alla conoscenza e comprensione delle dinamiche di co-creazione di valore caratterizzanti il settore turistico;</li><li>• sviluppare capacità di applicare ai fenomeni turistici conoscenza e comprensione dei diversi assetti economico-aziendali e giuridici delle reti di impresa e dei principali aspetti di management e di controllo implicati,</li><li>• sviluppare competenze inerenti all'analisi e valutazione di una strategia di rete nel settore turistico.</li></ul> <p><u>Risultati attesi secondo i descrittori di Dublino:</u> <u>Conoscenza e capacità di comprensione (<i>knowledge and understanding</i>):</u> Alla fine del corso gli studenti saranno in grado di comprendere le motivazioni e le forme della collaborazione interaziendale nel settore turistico, tanto a livello di singola tipologia aziendale quanto a livello di destinazione per l'emersione e la gestione strategica di prodotti turistici distintivi e sostenibili.</p> <p><u>Capacità di applicare conoscenza e comprensione (<i>applying knowledge and understanding</i>)</u> Alla fine del corso gli studenti avranno la capacità di applicare le conoscenze acquisite per l'analisi, la valutazione e l'implementazione di una strategia di rete nel settore turistico.</p> <p><u>Autonomia di giudizio (<i>making judgements</i>)</u> Il corso contribuirà ad aumentare l'autonomia di giudizio degli studenti nello scegliere, contestualizzare e pianificare le strategie di sviluppo turistico di un territorio. Alla fine del corso lo studente avrà acquisito anche le seguenti competenze trasversali: – capacità di formulare giudizi in autonomia (interpretare le informazioni</p>



	con senso critico e decidere di conseguenza) – capacità di lavorare in gruppo (sapersi coordinare con altri integrandone e competenze)
Metodi didattici	Convenzionale con lezioni frontali e case studies
Modalità d'esame	Modalità di esame: ORALE  La prova orale avrà durata di circa 20 minuti e avrà ad oggetto la verifica, mediante 4 domande, della capacità di applicare le conoscenze acquisite durante il corso per l'analisi, la valutazione e l'implementazione di strategie di rete nel settore turistico. Parametri oggetto di valutazione sono: la chiarezza espositiva; la capacità logica; la coerenza con il tema e la capacità di sintesi. La prova si intende superata se il candidato è in grado di rispondere sufficientemente ad almeno 3 domande. <i>"Lo Studente, disabile e/o con DSA, che intende usufruire di un intervento individualizzato per lo svolgimento della prova d'esame deve contattare l'ufficio Integrazione Disabili dell'Università del Salento all'indirizzo <a href="mailto:paola.martino@unisalento.it">paola.martino@unisalento.it</a>"</i> Non si prevedono differenze tra studenti frequentanti e studenti non frequentanti in termini tanto di programma e testi di riferimento quanto di modalità di esame. <u>Per gli appelli che si svolgeranno in modalità telematica l'esame prevede solo domande orali.</u>
Programma esteso	I contenuti del corso sono articolati in due unità didattiche, come di seguito dettagliato. <u>Unità I – Strategie di rete e vantaggio competitivo nel turismo</u> L'unità didattica ha l'obiettivo di introdurre gli studenti alla conoscenza e comprensione delle dinamiche di co-creazione di valore caratterizzanti il settore turistico. I contenuti oggetto di trattazione sono i seguenti: <ul style="list-style-type: none"><li>• Il sistema di creazione del valore nel turismo ed i principali driver competitivi</li><li>• Il collegamento tra domanda ed offerta ed il ruolo dei network</li><li>• I network di co-creazione del valore nel turismo</li><li>• Analisi e valutazione della strategia competitiva e della strategia a livello di network</li></ul> <u>Unità II – Amministrazione e controllo delle relazioni interaziendali</u> L'unità didattica ha l'obiettivo di sviluppare competenze inerenti all'implementazione di una strategia di rete nel settore turistico, fornendo i contenuti necessari alla conoscenza, alla comprensione e applicazione tanto dei diversi assetti economico-aziendali e giuridici quanto dei principali aspetti di management e di controllo. I contenuti oggetto di trattazione sono i seguenti: <ul style="list-style-type: none"><li>• Obiettivi, modalità e tipologie di aggregazioni aziendali</li><li>• Le reti di impresa: assetti economico-aziendali e giuridici</li><li>• Direzione e controllo di una rete di imprese</li><li>•</li></ul>
Testi di riferimento	Unità didattica I – M. De Carlo, <i>La co-creazione del valore nel turismo. Modelli per l'analisi della strategia</i> , EGEA, 2013 Unità didattica II – R. Lombardi, <i>Le reti d'impresa in economia aziendale. Profili critici e interpretativi</i> , Giappichelli, 2015 (esclusi: paragrafo 3.1 del Capito II e tutto il Capito III) Dispense fornite dal docente a Lezione.
Altre informazioni utili	





SCHEDA INSEGNAMENTO

TECNICHE DI PARTECIPAZIONE

Corso di studio di riferimento	MANAGER DEL TURISMO - L15
Dipartimento di riferimento	SCIENZE DELL'ECONOMIA
Settore Scientifico Disciplinare	M-PSI/05
Crediti Formativi Universitari	10
Ore di attività frontale	80
Ore di studio individuale	170
Anno di corso	3
Semestre	Secondo
Lingua di erogazione	Italiano
Percorso	COMUNE

Prerequisiti	
Contenuti	<p>Il corso intende fornire le basi teoriche e metodologiche per l'applicazione di alcune tecniche partecipative rivolte alla cittadinanza e/o agli stakeholder.</p> <p>Il corso, inoltre, intende presentare agli studenti un quadro delle dinamiche psicosociali sottostanti i processi partecipativi, e proporre strumenti concettuali, metodologici e operativi per la progettazione, la gestione e la valutazione degli stessi.</p>
Obiettivi formativi	<p>Gli obiettivi formativi del corso sono i seguenti:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- far acquisire i principi fondamentali della psico-sociologia della partecipazione</li><li>- promuovere la capacità di comprensione delle conoscenze e lo sviluppo di elaborazione o applicazione delle idee in un contesto professionale;</li><li>- sostenere la competenza ideativa e argomentativa dello studente, nonché la sua capacità di trasferire e applicare in modo professionale le conoscenze acquisite all'analisi dei contesti di intervento e all'intervento stesso;</li><li>- rafforzare la capacità di raccolta e analisi di informazioni e dati necessari alla comprensione dei contesti di intervento;</li><li>- rafforzare l'autonomia di giudizio e la capacità di analisi critica, inclusa la riflessione su temi di ordine scientifico, sociale ed etico/deontologico;</li><li>- sviluppare le abilità di progettazione e comunicazione, riuscendo a trasferire in maniera appropriata informazioni, concetti e problemi ad interlocutori caratterizzati da diversi livelli di expertise;</li><li>- potenziare i meccanismi di apprendimento attraverso la consapevolezza dei processi cognitivi e affettivi sottostanti, così da sviluppare un alto grado di autonomia nello studio.</li></ul>
Metodi didattici	
Modalità d'esame	
Programma	
Testi di riferimento	
Altre informazioni utili	



**SCHEDA INSEGNAMENTO**

**VALORIZZAZIONE DELLE RISORSE NATURALISTICHE**

Genuario Belmonte

Corso di studio di riferimento	MANAGER DEL TURISMO – L15
Dipartimento di riferimento	SCIENZE DELL'ECONOMIA
Settore Scientifico Disciplinare	BIO/05
Crediti Formativi Universitari	10
Ore di attività frontale	80
Ore di studio individuale	170
Anno di corso	3
Semestre	Annuale
Lingua di erogazione	Italiano
Percorso	Comune

Prerequisiti	L'insegnamento non richiede il superamento di discipline propedeutiche, quanto invece una buona cultura generale di base soprattutto nei campi della geografia fisica ed economica, della storia dei popoli e della società, e delle scienze naturali.
Contenuti	L'insegnamento offre la possibilità di interpretare il fenomeno turistico partendo dal punto di vista dell'attrattività spontanea che l'uomo prova verso i paesaggi e le situazioni naturali, e giunge ad esaminare nel dettaglio le grandi imprese museali che si rivolgono ad un pubblico di milioni di persone/anno.
Obiettivi formativi	il manager turistico che si intende formare deve acquisire la consapevolezza che proposte, soluzioni, e meccanismi di comunicazione, si basano anche (se non spesso) sulla naturalità intrinseca e istintiva del singolo componente del pubblico: biofilia, curiosità, e psicologia del collezionismo sono alla base del successo delle proposte di turismo naturalistiche, come gioco e coinvolgimento partecipativo sono alla base dell'apprendimento dei messaggi educativi che la proposta turistica naturalistica sempre contiene. Conoscenze: rassegna di tutte le tipologie di ambiente naturale protetto e fruibile. Comprensione del valore economico ed ecosistemico elevato dell'ambiente naturale. Il corso stimolerà gli studenti a pianificare brevi idee progettuali in cui inserire i concetti appresi. Il risultato finale di tali brevi progetti comporterà l'acquisizione di padronanza nella cattura dell'attenzione del pubblico e nella comunicazione in generale.
Metodi didattici	lezioni frontali e visite (reali o virtuali) di situazioni funzionanti sul territorio. Nel periodo sottoposto a controllo CoVID-19 le lezioni saranno tenute da remoto in teledidattica.
Modalità d'esame	questionario di 80 domande, ciascuna con scelta di risposta fra 3 disponibili (solo una buona); più colloquio orale su un argomento del programma organizzato secondo un progetto di comunicazione da parte dello studente. Durante il periodo sottoposto a controllo CoVID-19, il solo questionario sarà svolto in presenza (rispettando i dettami del contenimento CoVID-19), mentre la presentazione della parte orale sarà effettuata in remoto con teledidattica.



Programma	<p>L'<b>ACQUA</b>, RISORSA PRINCIPE. Cenni di costituzione degli organismi viventi e del funzionamento delle reazioni biologiche. Patrimonio socio-politico dell'acqua (cenni); I bacini idrografici multinazionali</p> <p><b>AMBIENTE NATURALE E PAESAGGIO</b>; il paesaggio nella Costituzione Italiana; VALORIZZAZIONE, PROTEZIONE, GESTIONE: <b>PARCHI</b> nazionali marini e terrestri; il Parco Naz. dell'Alta Murgia; l'Area Marina Protetta di Porto Cesareo; caratteristiche salienti dell'istituenda AMP Otranto-Leuca. <b>ECOMUSEI</b> e rappresentazioni storico-tradizionali. MONUMENTI della NATURA eredità UNESCO: le dolomiti, il gran canyon. <b>BIOFILIA</b> alla base della ricchezza derivabile dalla Natura. Realizzazione ed evoluzione nel tempo del paesaggio e dell'ambiente naturale. I <b>GEOSITI</b>: Le grotte marine del Salento. L'<b>ECOTURISMO</b>: principi e definizioni; percorsi naturalistici in Albania meridionale; guida alle escursioni nel Parco Nazionale del Pollino; immersioni subacquee attorno al Salento, Pianificazione realizzazione e conduzione dell'Acquario del Salento. Agriturismo, Pescaturismo, e Ricercaturismo.</p> <p><b>LA NATURA AL CHIUSO</b>: la psicologia del collezionista e il <b>COLLEZIONISMO</b>; collezioni di oggetti naturali, <b>MUSEOLOGIA NATURALISTICA</b>: basi storiche, realtà mondiale, nazionale, locale; tipologia dei Musei naturalistici; il Museo di Biologia Marina di Porto Cesareo, il Museo dell'Ambiente di Ecotekne, il Museo di Storia Naturale di Calimera, il Museo demo-etno-antropologico di Maglie. <b>MUSEOGRAFIA</b>, strategie di comunicazione e di attrazione del pubblico, comunicazione attraverso i testi, lo <b>storytelling</b> e la didattica museale, la ricerca nei musei, gli studi sul pubblico, attualità della musealizzazione, management di agenzie educative.</p>
Testi di riferimento	Belmonte G., Miglietta A.M. <i>La Natura, risorsa turistica.</i> Edizioni Grifo, Lecce, 2020
Altre informazioni utili	Per gli appelli d'esame si rimanda a: <a href="http://www.economia.unisalento.it/536">www.economia.unisalento.it/536</a>