

GESTIONE DELLE ATTIVITA' TURISTICHE E CULTURALI (LM02)

(Lecce - Università degli Studi)

Insegnamento DIRITTO DELL'AMBIENTE E DELLA CULTURA

GenCod A000124

Insegnamento DIRITTO DELL'AMBIENTE
E DELLA CULTURA **Anno di corso** 1

Insegnamento in inglese
ENVIRONMENTAL AND CULTURAL LAW

Lingua ITALIANO

Settore disciplinare IUS/10

Percorso PERCORSO
GENERICO/COMUNE

Corso di studi di riferimento GESTIONE
DELLE ATTIVITA' TURISTICHE E

Docente Saverio STICCHI DAMIANI

Tipo corso di studi Laurea Magistrale

Sede Lecce

Crediti 8.0

Periodo Secondo Semestre

Ripartizione oraria Ore Attività frontale:

Tipo esame Orale

64,0
Per immatricolati nel 2019/2020

Valutazione Voto Finale

Erogato nel 2019/2020

Orario dell'insegnamento

<https://easyroom.unisalento.it/Orario>

BREVE DESCRIZIONE DEL CORSO

L'insegnamento fornisce agli studenti le basi teoriche per approntare un'analisi della normativa ambientale europea e nazionale, con particolare riferimento alle varie tipologie di inquinamento ed agli aspetti penali connessi. Il corso si struttura altresì attraverso l'analisi di casi di studio pratici.

PREREQUISITI

Elementi di diritto a livello di scuola secondaria superiore.

OBIETTIVI FORMATIVI

Il corso si propone il raggiungimento dei seguenti obiettivi formativi:

- acquisizione degli strumenti del diritto dell'ambiente e della cultura;
- conoscenza delle fonti del diritto dell'ambiente e della cultura sia nazionali che internazionali;
- apprendimento delle fonti normative che regolamentano i settori specifici della materia, con particolare riferimento alle tipologie di inquinamento ed al diritto penale dell'ambiente;
- acquisizione delle conoscenze relativamente ai processi amministrativi connessi alla tematica ambientale;

Risultati attesi secondo i descrittori di Dublino:

a) Conoscenza e comprensione: L'insegnamento si propone di far acquisire allo studente una conoscenza critica degli istituti fondamentali del diritto dell'Ambiente e della Cultura, così che lo studente possa affrontare con consapevolezza gli aspetti problematici della tutela ambientale, del paesaggio e del territorio, oltre che dei beni ad essi connessi. La comprensione della normativa nazionale si accompagna ad un'analisi approfondita della normativa europea;

b) Capacità di applicare conoscenze e comprensione: le metodologie utilizzate, che prevedono accanto alla didattica frontale l'analisi di alcune sentenze relative agli istituti di diritto dell'ambiente, consentirà allo studente di acquisire capacità applicative della disciplina giuridica. Affrontare gli aspetti più problematici dell'evoluzione e della tutela dell'ambiente, consentirà allo studente di acquisire la capacità di affrontare criticamente e risolvere problemi anche su tematiche nuove e non consuete considerando l'evolversi del sistema giuridico connesso;

c) Autonomia di giudizio: Attraverso lo studio articolato in lezioni frontali che prevedono seminari nei quali viene sollecitata la partecipazione attiva dello studente con la discussione di casi reali, il medesimo acquisisce flessibilità di pensiero, capacità di confronto, attitudine al *problem solving*.

d) Abilità comunicative: lo studente apprende attraverso il corso a comunicare in forma orale idee, problemi e soluzioni inerenti il Diritto dell'Ambiente e della Cultura. 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.

e) Capacità di apprendimento: Attraverso lo studio dell'insegnamento di Diritto dell'ambiente e della Cultura lo studente approfondisce la comprensione di regole e istituti della realtà giuridica con la quale si confronta quotidianamente. Si analizzeranno settori quali l'inquinamento atmosferico, le fonti energetiche rinnovabili e la tutela delle acque Fondamentale anche il confronto tra gli ordinamenti che fa acquisire allo studente la consapevolezza della globalità del sistema giuridico amministrativo. Su questa base lo studente acquisirà competenze e capacità critiche idonee a

METODI DIDATTICI

Lezioni frontali, Seminari

MODALITA' D'ESAME

Prova orale a conclusione del ciclo di lezioni frontali (verifica delle nozioni acquisite attraverso quesiti orali volti a valutare l'apprendimento delle nozioni teoriche). Del suo svolgimento 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.

Il superamento della prova d'esame consentirà l'acquisizione di competenze e conoscenze, nonché di autonomia di giudizio, in linea con i risultati attesi riportati nella sezione "obiettivi formativi", secondo i descrittori di Dublino.

'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 paola.martino@unisalento.it'

Vi sono previste differenze in termini di programma, testi e modalità d'esame fra studenti frequentanti e

APPELLI D'ESAME

Calendario

https://easytest.unisalento.it/Calendario/Dipartimento_di_Sienze_dellEconomia/

appelli:

ALTRE INFORMAZIONI UTILI

La frequenza alle lezioni, sebbene non sia obbligatoria, è vivamente consigliata

PROGRAMMA ESTESO

- DIRITTO DELL'AMBIENTE E DELLA CULTURA:
- PARTE GENERALE
 - La "materializzazione" dell'interesse ambientale
 - Le fonti
 - Funzioni e organizzazione
 - Funzioni e procedimenti
 - Situazioni giuridiche soggettive, danni e tutele
 - Il ruolo della giurisprudenza nell'emersione del Diritto ambientale
 - Le competenze normative e la distribuzione delle funzioni normative
 - La valutazione del rischio ambientale
 - Le certificazioni ambientali
 - La pianificazione territoriale con finalità di tutela ambientale
- PARTE SPECIALE
- Tutela delle acque e ambiente
 - Inquinamento atmosferico e clima
 - Inquinamento elettromagnetico
 - Rifiuti e fonti energetiche rinnovabili

TESTI DI RIFERIMENTO

Diritto dell'ambiente, a cura di Giampaolo ROSSI, Giappichelli Editore, ultima edizione. Dispense di diritto penale ambientale.

GESTIONE DELLE ATTIVITA' TURISTICHE E CULTURALI (LM02)

(Lecce - Università degli Studi)

Insegnamento ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE

GenCod A003659

Insegnamento ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE TURISTICHE

Insegnamento in inglese MANAGEMENT OF TOURIST

Settore disciplinare SECS-P/08

Corso di studi di riferimento GESTIONE DELLE ATTIVITA' TURISTICHE E
Tipo corso di studi Laurea Magistrale

Crediti 10.0

Ripartizione oraria Ore Attività frontale:
Benimmatricolati nel 2019/2020

Erogato nel 2019/2020

Anno di corso 1

Lingua ITALIANO

Percorso PERCORSO
GENERICO/COMUNE

Docente PIERFELICE ROSATO

Sede Lecce

Periodo Annualità Singola

Tipo esame Orale

Valutazione Voto Finale

Orario dell'insegnamento

<https://easyroom.unisalento.it/Orario>

GESTIONE DELLE ATTIVITA' TURISTICHE E CULTURALI (LM02)

(Lecce - Università degli Studi)

Insegnamento ENGLISH FOR ECONOMICS AND INTERNATIONAL

GenCod A004088

Insegnamento ENGLISH FOR ECONOMICS AND INTERNATIONAL

Insegnamento in inglese ENGLISH FOR ECONOMICS AND INTERNATIONAL

Settore disciplinare L-LIN/12

Corso di studi di riferimento GESTIONE

Dipartimento Dipartimento di Scienze Economiche e Aziendali

Tipo corso Laurea Magistrale

Crediti 8.0

Bipartizione oraria Ore Attività frontale: 64.0
Per immatricolati nel 2019/2020

Erogato nel 2019/2020

Anno di corso 1

Lingua INGLESE

Percorso PERCORSO GENERICO/COMUNE

Docente Antonella CALOGIURI

Sede Lecce

Periodo Primo Semestre

Tipo esame Orale

Valutazione Voto Finale

Orario dell'insegnamento

<https://easyroom.unisalento.it/Orario>

GESTIONE DELLE ATTIVITA' TURISTICHE E CULTURALI (LM02)

(Lecce - Università degli Studi)

Insegnamento GEOGRAFIA DEL TURISMO

GenCod 00546

Insegnamento GEOGRAFIA DEL TURISMO

Insegnamento in inglese GEOGRAPHY OF TOURISM

Settore disciplinare M-GGR/02

Corso di studi di riferimento GESTIONE DELLE ATTIVITA' TURISTICHE E

Tipo corso di studi Laurea Magistrale

Crediti 8.0

Ripartizione oraria Ore Attività frontale:

Per immatricolati nel 2018/2019

Erogato nel 2019/2020

Anno di corso 2

Lingua ITALIANO

Percorso PERCORSO GENERICO/COMUNE

Docente Stefano DE RUBERTIS

Sede Lecce

Periodo Primo Semestre

Tipo esame Orale

Valutazione Voto Finale

Orario dell'insegnamento

<https://easyroom.unisalento.it/Orario>

BREVE DESCRIZIONE DEL CORSO

Il corso ha l'obiettivo di fornire gli strumenti fondamentali per l'analisi e l'interpretazione dei fenomeni turistici, con particolare riguardo per la loro articolazione spaziale e per il loro impatto sul territorio

PREREQUISITI

Prerequisiti: nessuno. Propedeuticità: nessuna.

OBIETTIVI FORMATIVI

Conoscenza e capacità di comprensione:

conoscenza delle principali dinamiche territoriali del turismo internazionale e italiano; comprensione delle connessioni intersettoriali; conoscenza del potenziale impatto del turismo sullo sviluppo territoriale.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione: saper utilizzare e analizzare criticamente le statistiche di settore; saper analizzare il fenomeno a scale differenti; saper interpretare e rappresentare il fenomeno utilizzando fonti primarie e secondarie; saper comunicare efficacemente utilizzando il linguaggio geografico.

Autonomia di giudizio

Alla fine del corso lo studente avrà acquisito anche le seguenti competenze trasversali:

-capacità di formulare giudizi in autonomia (interpretare le informazioni con senso critico e decidere di conseguenza) nella valutazione dei fenomeni turistici e soprattutto riguardo la qualità del loro impatto territoriale;

-capacità di lavorare in gruppo (sapersi coordinare con altri integrandone e competenze);

METODI DIDATTICI

Per gli studenti frequentanti, la prima parte del corso sarà dedicata all'esame degli strumenti geografici utilizzabili per analizzare i fenomeni turistici; saranno discusse in aula letture di approfondimento e si utilizzeranno fonti statistiche internazionali; la seconda parte sarà dedicata all'applicazione a casi di studio, a ricerche (individuali e di gruppo) degli strumenti acquisiti e si utilizzeranno varie fonti statistiche per analizzare il fenomeno alle varie scale. Le attività si svolgono prevalentemente in laboratorio informatico. Con un approccio costruttivista, gli obiettivi formativi

MODALITA' D'ESAME L'accertamento dell'acquisizione delle competenze previste dal Corso avviene tramite una prova orale durante la quale si valutano 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. Per gli studenti frequentanti la valutazione terrà conto delle attività svolte in aula e dei risultati delle prove da sostenere alla fine del corso.
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

APPELLI D'ESAME https://easytest.unisalento.it/Calendario/Dipartimento_di_Scienze_dellEconomia/

ALTRE INFORMAZIONI UTILI Giorni e Orario di ricevimento: Mercoledì ore 10-11 (Ecotekne, Lecce) o, nel periodo di svolgimento del Corso, dopo la lezione.
La frequenza è facoltativa. L'attività didattica prevede lezioni frontali ed esercitazioni e si svolge in lingua italiana. Sede: Ecotekne. Aula: Laboratorio informatico.

PROGRAMMA ESTESO **Geografia del turismo**
(dall'A.A. 2012-2013, 8 CFU, Facoltà di Economia, Corso di laurea LM49 "Gestione delle attività turistiche e culturali, Il anno, dal 2016/17, primo semestre, insegnamento caratterizzante, SSD M-GGR/02 di tipologia sociale)
Programma
Il corso ha l'obiettivo di fornire gli strumenti fondamentali per l'analisi e l'interpretazione dei fenomeni turistici, con particolare riguardo per la loro articolazione territoriale.
Il turismo: definizioni e fattori di sviluppo. La tradizione disciplinare. Turismo e geografia economica. Turismo attivo e passivo. Circolazione turistica. Principali tendenze del turismo nazionale e internazionale. Tipologie turistiche, immagine turistica e identità territoriale. Impatto sull'ambiente e ciclo di vita.
Per gli studenti frequentanti, la prima parte del corso sarà dedicata all'esame degli strumenti geografici utilizzabili per analizzare i fenomeni turistici; la seconda parte sarà dedicata

TESTI DI RIFERIMENTO Testi di riferimento dall'a.a. 2019-2020
- Lorenzo Bagnoli, *Manuale di geografia del turismo. Dal grand tour al piano strategico. Con Contenuto digitale per accesso on line*, UTET, 2018 (tutti i capitoli).
-MIBACT, *PST 2017-2022. Italia paese per viaggiatori. Piano strategico di sviluppo del turismo*, Ministero dei beni e delle attività culturali e del turismo, <https://www.turismo.politicheagricole.it/home-piano-strategico-del-turismo/> (tutto il documento).

GESTIONE DELLE ATTIVITA' TURISTICHE E CULTURALI (LM02)

(Lecce - Università degli Studi)

Insegnamento LINGUA FRANCESE

GenCod 00794

Insegnamento LINGUA FRANCESE

Anno di corso 1

Insegnamento in inglese FRENCH LANGUAGE

Lingua ITALIANO

Settore disciplinare L-LIN/04

Percorso PERCORSO
GENERICO/COMUNE

Corso di studi di riferimento GESTIONE
DELLE ATTIVITA' TURISTICHE E

Docente Venanzia ANNESE

Tipo corso di studi Laurea Magistrale

Sede Lecce

Crediti 6.0

Periodo Primo Semestre

Ripartizione oraria Ore Attività frontale:

Tipo esame Scritto e Orale Congiunti

48,0
Per immatricolati nel 2019/2020

Valutazione Voto Finale

Erogato nel 2019/2020

Orario dell'insegnamento

<https://easyroom.unisalento.it/Orario>

BREVE DESCRIZIONE DEL CORSO

L'insegnamento di lingua francese si presenta come una novità nell'ambito della langue di spécialité del turismo : esso s'ispira a nuovi riflessioni metodologico-didattiche

PREREQUISITI

conoscenza della lingua livello A1

OBIETTIVI FORMATIVI

Il corso si propone il raggiungimento dei seguenti obiettivi formativi:

- Acquisizione di competenze scritte e orali nella comunicazione turistica.
- Conoscenza di aspetti caratterizzanti della cultura francese in un contesto europeo e mondiale
- sviluppo di capacità interculturali

Risultati attesi secondo i descrittori di Dublino:

Conoscenza e capacità di comprensione (knowledge and understanding):

- Acquisizione degli strumenti per la comprensione di lettere e conversazioni e analisi o redazioni di un piano.
 - Conoscenza di documenti autentici su aspetti della Francia legati al turismo e alle caratteristiche che esso assume.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione (applying knowledge and understanding):

Repérage, ricomposizione di lettere date en vrac o à trous , con le recharges o senza di redazione di lettere a partire da un enunciato

Autonomia di giudizio (making judgements):

Capacità di valutazioni derivanti da documenti autentici e professionali

Abilità comunicative (communications skills):

Molteplici attività, che vanno da quelle di ricezione a quelle di produzione

Capacità di apprendimento (learning skills):

Tutti gli argomenti e i documenti proposti forniscono una base per un lavoro, di osservazione,

METODI DIDATTICI

Lezioni e esercitazioni frontali

MODALITA' D'ESAME 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).
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.

"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 paola.martino@unisalento.it"
Non sono previste differenze in termini di programma, testi e modalità d'esame fra studenti

APPELLI D'ESAME <https://easytest.unisalento.it/Calendario/Dipartimento-di-Scienze-dellEconomia/>

ALTRE INFORMAZIONI UTILI La frequenza alle lezioni, sebbene non sia obbligatoria, è vivamente consigliata

Commissione di esame:
Venanzia Annese (Presidente) Betty Devynck (componente)

PROGRAMMA ESTESO Le commerce , les commerçants, la franchise, Les entreprises, les sociétés, le recrutement et la formation, Le bilan, les opérations de la vente, le règlement, la facture, le marketing, la lettre publicitaire, la lettre commerciale, les banques, la bourse, les assurances, les transports, le tourisme.

TESTI DI RIFERIMENTO Atouts commerce, Domitille Hatuel, ELI Editions + materiale docente

GESTIONE DELLE ATTIVITA' TURISTICHE E CULTURALI (LM02)

(Lecce - Università degli Studi)

Insegnamento LINGUA SPAGNOLA

GenCod A000642

Insegnamento LINGUA SPAGNOLA

Anno di corso 1

Insegnamento in inglese SPANISH

Lingua ITALIANO

Settore disciplinare L-LIN/07

Percorso PERCORSO
GENERICO/COMUNE

Corso di studi di riferimento GESTIONE
DELLE ATTIVITA' TURISTICHE E

Docente Gennaro LOIOTINE

Tipo corso di studi Laurea Magistrale

Sede Lecce

Crediti 6.0

Periodo Primo Semestre

Ripartizione oraria Ore Attività frontale:

Tipo esame Scritto e Orale Congiunti

48,0
Per immatricolati nel 2019/2020

Valutazione Voto Finale

Erogato nel 2019/2020

Orario dell'insegnamento

<https://easyroom.unisalento.it/Orario>

GESTIONE DELLE ATTIVITA' TURISTICHE E CULTURALI (LM02)

(Lecce - Università degli Studi)

Insegnamento MANAGEMENT DELLE AZIENDE CULTURALI

GenCod A005378

Insegnamento MANAGEMENT DELLE AZIENDE CULTURALI

Insegnamento in inglese MANAGEMENT OF CULTURAL

Settore disciplinare SECS-P/07

Corso di studi di riferimento GESTIONE DELLE ATTIVITA' TURISTICHE E
Tipo corso di studi Laurea Magistrale

Crediti 10.0

Ripartizione oraria Ore Attività frontale:
Bermmatricolati nel 2018/2019

Erogato nel 2019/2020

Anno di corso 2

Lingua ITALIANO

Percorso PERCORSO GENERICO/COMUNE

Docente Stefano ADAMO

Sede Lecce

Periodo Annualità Singola

Tipo esame Orale

Valutazione Voto Finale

Orario dell'insegnamento

<https://easyroom.unisalento.it/Orario>

BREVE DESCRIZIONE DEL CORSO

Il corso di management delle aziende culturali introduce gli studenti alla conoscenza delle attività economiche del settore culturale e creativo e del relativo potenziale in termini di sviluppo sostenibile di un territorio, proponendosi nello specifico di sviluppare competenze in tema di progettazione di sistemi di valorizzazione turistica di beni e luoghi culturali pubblici.

PREREQUISITI

nessuno

OBIETTIVI FORMATIVI

Alla fine del corso gli allievi saranno in grado di comprendere le specificità istituzionali e gestionali delle aziende operanti nel settore del patrimonio storico-artistico e di progettare processi di valorizzazione delle risorse culturali con finalità di sviluppo turistico sostenibile.

Si riepilogano di seguito i risultati di apprendimento attesi:

Conoscenza e capacità di comprensione

Il corso di Management delle aziende culturali introduce gli allievi alla conoscenza delle specificità istituzionali e gestionali delle aziende operanti nel settore del patrimonio storico-artistico e dei loro collegamenti con il settore del turismo

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Il corso permetterà agli studenti di identificare, organizzare e gestire pacchetti di lavoro funzionali alla progettazione e realizzazione di processi di valorizzazione delle risorse culturali con finalità di sviluppo turistico sostenibile.

Autonomia di giudizio

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 con senso critico e decidere di conseguenza)
- capacità di lavorare in gruppo (sapersi coordinare con altri integrandone e competenze)

METODI DIDATTICI

Didattica frontale

MODALITA' D'ESAME

Modalità di esame: orale

Modalità di accertamento: L'accertamento della conoscenza e della capacità di comprensione avviene tramite una prova orale attraverso la quale si verifica il grado di apprendimento dei contenuti fondamentali della disciplina oggetto di esame e la capacità di sviluppo applicativo delle problematiche connesse, favorendo lo sviluppo delle capacità di apprendimento, delle abilità comunicative e l'autonomia di giudizio in linea con i descrittori di Dublino.

"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 paola.martino@unisalento.it"

Le modalità di esame e i testi di riferimento indicati valgono sia per gli studenti frequentanti sia per

APPELLI D'ESAME

https://easytest.unisalento.it/Calendario/Dipartimento_di_Scienze_dellEconomia/1316/Docenti/AdamoStefano_0

PROGRAMMA ESTESO

Il programma è articolato in due parti

Parte prima – Aziende culturali e modelli manageriali

1. Le aziende: caratteri generali, struttura e profili gestionali
2. Le aziende culturali: aspetti definitori e assetti istituzionali delle aziende culturali
3. L'ambiente esterno e il sistema competitivo delle aziende culturali
4. Il sistema di prodotto delle aziende culturali
5. L'economicità delle aziende culturali

Parte seconda – La valorizzazione turistico-culturale del patrimonio storico-artistico

1. Beni culturali, tutela e valorizzazione: inquadramento giuridico ed economico-aziendale
 2. Le forme e le prospettive di gestione: gestione integrata, collaborazione pubblico-privato, community engagement
-

TESTI DI RIFERIMENTO

G. Magnani, Le aziende culturali. Modelli manageriali, Giappichelli, Torino, 2 ed. 2017.

Dispense fornite dal docente durante le lezioni e disponibili in formato digitale nella sezione materiale didattico dell'insegnamento

GESTIONE DELLE ATTIVITA' TURISTICHE E CULTURALI (LM02)

(Lecce - Università degli Studi)

Insegnamento MANAGEMENT DELLE AZIENDE CULTURALI

GenCod A005712

Insegnamento MANAGEMENT DELLE AZIENDE CULTURALI

Insegnamento in inglese CULTURAL TOURISM MANAGEMENT

Settore disciplinare SECS-P/07

Corso di studi di riferimento GESTIONE DELLE ATTIVITA' TURISTICHE E

Tipo corso di studi Laurea Magistrale

Crediti 10.0

Ripartizione oraria Ore Attività frontale:

80,0
Per immatricolati nel 2019/2020

Erogato nel 2019/2020

Anno di corso 1

Lingua ITALIANO

Percorso PERCORSO GENERICO/COMUNE

Docente Stefano ADAMO

Sede Lecce

Periodo Annualità Singola

Tipo esame Orale

Valutazione Voto Finale

Orario dell'insegnamento

<https://easyroom.unisalento.it/Orario>

BREVE DESCRIZIONE DEL CORSO

Il corso di management delle aziende culturali introduce gli studenti alla conoscenza delle attività economiche del settore culturale e creativo e del relativo potenziale in termini di sviluppo sostenibile di un territorio, proponendosi nello specifico di sviluppare competenze in tema di progettazione di sistemi di valorizzazione turistica di beni e luoghi culturali pubblici.

PREREQUISITI

nessuno

OBIETTIVI FORMATIVI

Alla fine del corso gli allievi saranno in grado di comprendere le specificità istituzionali e gestionali delle aziende operanti nel settore del patrimonio storico-artistico e di progettare processi di valorizzazione delle risorse culturali con finalità di sviluppo turistico sostenibile.

Si riepilogano di seguito i risultati di apprendimento attesi:

Conoscenza e capacità di comprensione

Il corso di Management delle aziende culturali introduce gli allievi alla conoscenza delle specificità istituzionali e gestionali delle aziende operanti nel settore del patrimonio storico-artistico e dei loro collegamenti con il settore del turismo

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Il corso permetterà agli studenti di identificare, organizzare e gestire pacchetti di lavoro funzionali alla progettazione e realizzazione di processi di valorizzazione delle risorse culturali con finalità di sviluppo turistico sostenibile.

Autonomia di giudizio

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 con senso critico e decidere di conseguenza)
- capacità di lavorare in gruppo (sapersi coordinare con altri integrandone e competenze)

METODI DIDATTICI

Didattica frontale

MODALITA' D'ESAME

Modalità di esame: orale

Modalità di accertamento: L'accertamento della conoscenza e della capacità di comprensione avviene tramite una prova orale attraverso la quale si verifica il grado di apprendimento dei contenuti fondamentali della disciplina oggetto di esame e la capacità di sviluppo applicativo delle problematiche connesse, favorendo lo sviluppo delle capacità di apprendimento, delle abilità comunicative e l'autonomia di giudizio in linea con i descrittori di Dublino.

"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 paola.martino@unisalento.it"

Le modalità di esame e i testi di riferimento indicati valgono sia per gli studenti frequentanti sia per

APPELLI D'ESAME

https://easytest.unisalento.it/Calendario/Dipartimento_di_Scienze_dellEconomia/1316/Docenti/AdamoStefano_0

PROGRAMMA ESTESO

Il programma è articolato in due parti

Parte prima – Aziende culturali e modelli manageriali

1. Le aziende: caratteri generali, struttura e profili gestionali
2. Le aziende culturali: aspetti definitori e assetti istituzionali delle aziende culturali
3. L'ambiente esterno e il sistema competitivo delle aziende culturali
4. Il sistema di prodotto delle aziende culturali
5. L'economicità delle aziende culturali

Parte seconda – La valorizzazione turistico-culturale del patrimonio storico-artistico

1. Beni culturali, tutela e valorizzazione: inquadramento giuridico ed economico-aziendale
 2. Le forme e le prospettive di gestione: gestione integrata, collaborazione pubblico-privato, community engagement
-

TESTI DI RIFERIMENTO

G. Magnani, Le aziende culturali. Modelli manageriali, Giappichelli, Torino, 2 ed. 2017.

Dispense fornite dal docente durante le lezioni e disponibili in formato digitale nella sezione materiale didattico dell'insegnamento

GESTIONE DELLE ATTIVITA' TURISTICHE E CULTURALI (LM02)

(Lecce - Università degli Studi)

Insegnamento MARKETING TERRITORIALE

GenCod 04314

Insegnamento MARKETING TERRITORIALE

Insegnamento in inglese TERRITORIAL MARKETING

Settore disciplinare SECS-P/08

Corso di studi di riferimento GESTIONE DELLE ATTIVITA' TURISTICHE E

Tipo corso di studi Laurea Magistrale

Crediti 10.0

Ripartizione oraria Ore Attività frontale:

80,0
Per immatricolati nel 2019/2020

Erogato nel 2019/2020

Anno di corso 1

Lingua ITALIANO

Percorso PERCORSO GENERICO/COMUNE

Docente Gianluigi GUIDO

Sede Lecce

Periodo Annualità Singola

Tipo esame Scritto e Orale Congiunti

Valutazione Voto Finale

Orario dell'insegnamento

<https://easyroom.unisalento.it/Orario>

BREVE DESCRIZIONE DEL CORSO

Il benessere delle comunità nazionali deriva sempre più dalle interazioni tra Sistemi Territoriali Locali (STL) di medie dimensioni (città, distretti, regioni), che ne costituiscono il tessuto economico, sociale e ambientale. Il marketing territoriale è un approccio finalizzato a indurre i fruitori di questi STL – residenti, turisti, imprese locali o esterne – a collaborare al loro sviluppo sostenibile.

PREREQUISITI

Nessuno

OBIETTIVI FORMATIVI

Il corso intende fornire agli studenti gli strumenti teorici e operativi per attuare un piano di marketing territoriale finalizzato allo sviluppo (sociale, economico e spaziale) di un STL, considerando le peculiarità e la natura multi-vendita del prodotto «territorio». Dopo aver definito l'unità d'analisi (il STL) – in un'ottica statica (regione, sistema di produzione locale, area-sistema) e dinamica (*milieu innovateur*, reti) –, viene proposto un modello interpretativo delle dinamiche

METODI DIDATTICI

Il corso propone un metodo originale e integrato per predisporre strategie di successo basate sulla piena conoscenza dei STL. Oltre allo studio del modello teorico, verrà implementata una vera pianificazione di marketing territoriale mediante l'applicazione del modello strategico al caso dei STL salentini. Il processo di apprendimento è *multidisciplinare*, *problem-oriented* e *interattivo*: intende sviluppare la conoscenza attraverso esperienze e attività formative differenti (seminari, progetti di ricerca, iniziative extra-curricolari, *lab* e *field projects*, utilizzo di software statistici). Ogni singola fase della pianificazione è presentata con l'ausilio di dati reali e attraverso l'apprendimento dei comandi dei software statistici (SPSS, Excel, ATLAS.ti, UCInet, FuzzyTECH) al fine di definire: i confini dei STL, la loro vocazione, il network dominante, le aree strategiche d'affari, il confronto tra identità e percezione dell'offerta, le strategie di adattamento conseguenti e, infine, il grado di sviluppo

MODALITA' D'ESAME

L'esame si compone di due parti. Coloro che partecipano e superano *tutti* i compiti di esonero in classe sull'applicazione del modello di pianificazione ai STL salentini (gli unici ad avere la qualifica di "frequentanti") non devono sostenere la Seconda Parte dell'esame che consiste (per i non frequentanti) in una prova scritta (6 domande aperte in 1 ora di tempo) sulla Seconda Parte del testo di riferimento (Capp. 6-12). Invece, la Prima Parte dell'esame, comune a frequentanti e non, ha per oggetto la Prima Parte del testo di riferimento (Capp. 1-5) e sarà svolta in forma scritta (6 domande aperte in 1 ora di tempo). I *non frequentanti* possono svolgere questa seconda prova anche nello stesso appello in cui sostengono la parte precedente (o in un appello diverso, prima o dopo aver sostenuto la prima prova).

In sintesi:

1. Gli "Studenti frequentanti" portano la Prima Parte dell'Esame (6 domande sui Capp. 1-5 del testo di riferimento) + il superamento di *tutti* gli esoneri che si svolgono in classe durante le ore d'insegnamento in laboratorio;

2. Gli "Studenti non frequentanti" portano la Prima Parte dell'Esame (6 domande sui Capp. 1-5 del testo di riferimento) + la Seconda Parte dell'Esame (6 domande sui Capp. 6-12 del testo di riferimento).

Il voto finale è dato dalla *media aritmetica* sul voto conseguito in ciascuna parte dell'esame. Frequentanti e non frequentanti, che non riportino una votazione superiore a 18/30 o che non vogliano accettare un voto, possono risostenere anche solo una parte dell'esame in un qualsiasi appello successivo, evitando di venire a verbalizzarlo. Il voto va verbalizzato SOLO quando si siano superate entrambe le parti (con una votazione minima su ciascuna parte di almeno 18/30). In tal caso, occorrerà iscriversi online alla data della verbalizzazione. Se si è superata una sola parte o se non si vuole accettare un voto, NON ci si deve iscrivere alla verbalizzazione (né è necessario darne

ALTRE INFORMAZIONI UTILI

ORARIO DEL CORSO E RICEVIMENTO DEGLI STUDENTI

L'insegnamento di Marketing Territoriale avrà durata annuale (entrambi i Semestri). Nel PRIMO Semestre sarà tenuto **il giovedì e il venerdì, dalle ore 16 alle ore 19, presso il laboratorio informatico CESILD** (accanto al bar) e comincerà:

- giovedì 14 Novembre 2019 (*poiché il docente è in anno sabbatico fino al 1° Novembre 2019*).

Nel SECONDO Semestre sarà tenuto solo il giovedì, dalle ore 16 alle ore 19, presso il laboratorio informatico CESILD e comincerà il 27 Febbraio 2020.

Ulteriori informazioni sul corso saranno, di volta in volta, rese note in bacheca e nel sito della Cattedra, **www.study.net** (al quale tutti gli studenti sono invitati gratuitamente a iscriversi per ricevere messaggi e materiale relativo al corso).

Il **ricevimento degli studenti** da parte del docente è fissato, nel I Semestre, al martedì, dalle ore 16,

PROGRAMMA ESTESO

Il corso intende fornire agli studenti gli strumenti teorici e operativi per attuare un piano di marketing territoriale finalizzato allo sviluppo (sociale, economico e spaziale) di un STL, considerando le peculiarità e la natura multi-vendita del prodotto «territorio». Dopo aver definito l'unità d'analisi (il STL) – in un'ottica statica (regione, sistema di produzione locale, area-sistema) e dinamica (*milieu innovateur*, reti) –, viene proposto un modello interpretativo delle dinamiche evolutive dell'economia territoriale fondato su un approccio strategico di marketing territoriale. Il nuovo modello si articola in quattro fasi:

1) *Definizione degli elementi-base della strategia*: a) Identificazione dell'ambito strategico (vocazione industriale-esportatrice o turistica-residenziale); b) Identificazione del soggetto strategico prevalente (a seconda della razionalità dominante: attore pubblico e attore privato); c) Identificazione delle risorse strategiche interne (infrastrutture, fattori di localizzazione, economie di agglomerazione, e settoriali), o esterne (esportazioni ed economie di rete); d) Identificazione dell'oggetto strategico: vantaggi di costo relativo (economie esterne e incentivi), vantaggi di differenziazione (derivanti dalla distintività dell'immagine), o vantaggi di specializzazione (industriale o turistica).

2) *Analisi relazionale e strategica del sistema territoriale locale*: a) Analisi relazionale: strumenti tecnici, indici locali e indici globali; b) Analisi strategica della clientela, in due fasi: riconoscimento dei segmenti di mercato, e determinazione della posizione di potere; c) Analisi strategica della capacità concorrenziale, in fasi: definizione dei fattori competitivi dell'offerta, e valutazione dei fattori competitivi del sistema produttivo; d) Analisi strategica della tecnologia, in due fasi: analisi della composizione del patrimonio tecnologico, e dello sviluppo del patrimonio tecnologico; e) Analisi strategica del potenziale di sviluppo del sistema: SWOT Analysis; f) Identificazione delle Unità Prodotto-Mercato di un STL.

3) *Analisi competitiva e formulazione delle strategie di sviluppo locale*: a) Confronto tra identità e immagine di un sistema: significato d'identità vs. immagine, tipologia di offerta di un STL, livello di coinvolgimento degli utenti, matrice del posizionamento strategico; b) Strategie di sviluppo produttivo: identificazione dei fabbisogni strategici, determinazione della leva strategica, individuazione delle strategie di sviluppo produttivo; c) Strategie di marketing induzionale: identificazione delle determinanti della soddisfazione, determinazione delle fasi dell'esperienza di fruizione dei STL, individuazione delle strategie di marketing induzionale.

4) *Controllo strategico*: a) Attuazione delle strategie di sviluppo locale: determinazione delle politiche gestionali, criteri che guidano l'implementazione delle strategie di sviluppo locale; b) Valutazione del livello di sviluppo sostenibile: controllo delle dimensioni dello sviluppo sostenibile, e adozione della

TESTI DI RIFERIMENTO

L'esame viene sostenuto sul seguente *testo di riferimento*:

G. Guido e G. Pino (2019): "Il Marketing Territoriale: Pianificazione e Ricerche", Bologna: Il Mulino.

A questo testo è associato un volume ancillare: **G. Guido (2019): "Lezioni di Marketing Territoriale"**, che è acquistabile, al prezzo di costo, solo presso questo sito: <http://www.lulu.com/shop/http://www.lulu.com/shop/gianluigi-guido/lezioni-di-marketing-territoriale/paperback/product-24083331.html>.

Il volume ancillare contiene tutte le diapositive delle lezioni del testo di riferimento, più gli esercizi, le istruzioni per la conduzione degli esoneri e il facsimile dei compiti finali. I files necessari per la conduzione degli esoneri saranno resi disponibili in classe oppure sono scaricabili gratuitamente dal

GESTIONE DELLE ATTIVITA' TURISTICHE E CULTURALI (LM02)

(Lecce - Università degli Studi)

Insegnamento **STORIA ECONOMICA DEL TURISMO**

GenCod 02757

Insegnamento STORIA ECONOMICA DEL TURISMO **Anno di corso** 2

Insegnamento in inglese ECONOMIC HISTORY OF TOURISM

Lingua ITALIANO

Settore disciplinare SECS-P/12

Percorso PERCORSO
GENERICO/COMUNE

Corso di studi di riferimento GESTIONE DELLE ATTIVITA' TURISTICHE E

Docente ALESSANDRA TESSARI

Tipo corso di studi Laurea Magistrale

Sede Lecce

Crediti 8.0

Periodo Secondo Semestre

Ripartizione oraria Ore Attività frontale:

Tipo esame Orale

64,0
Per immatricolati nel 2018/2019

Valutazione Voto Finale

Erogato nel 2019/2020

Orario dell'insegnamento

<https://easyroom.unisalento.it/Orario>

BREVE DESCRIZIONE DEL CORSO

Nel corso: 1) si descrive l'evoluzione nel lungo periodo del fenomeno turistico usando i criteri della diffusione tra le classi sociali e l'impatto economico delle diverse tipologie di vacanza; 2) si illustrano i principali fattori che influenzano la nascita, lo sviluppo e il declino delle tipologie di vacanza, con particolare riferimento alle trasformazioni culturali, tecnologiche ed organizzative che si verificano a partire dal XV secolo; 3) si approfondiscono le relazioni tra il fenomeno turistico e il contesto economico/politico in cui operano i diversi attori nazionali e sovranazionali; 4) si illustrano le principali teorie che spiegano le relazioni di potere alla base dell'industria turistica globale; 5) si descrive lo sviluppo del fenomeno turistico legato alla letteratura e al mondo del cinema soffermandosi sulle cause sottostanti, le motivazioni del turista e le diverse modalità in cui il

PREREQUISITI

nessuno

OBIETTIVI FORMATIVI

Il corso è incentrato sull'analisi delle diverse tipologie turistiche emerse nel corso del tempo, inserendole nel contesto storico/geografico di riferimento per permettere la comprensione del ruolo economico, sociale e culturale assunto di volta in volta dall'industria turistica. Inoltre, attraverso l'analisi di una particolare tipologia turistica (media tourism), fornisce gli strumenti teorici necessari per indagare le diverse motivazioni del turista e le risposte di chi si occupa di promozione turistica.

Risultati attesi (in termini dei descrittori di Dublino)

- **Conoscenze e comprensione (Knowledge and understanding):** Gli studenti conseguono conoscenze e capacità di comprensione e di interpretazione critica così da: (1) individuare le principali linee evolutive del fenomeno turistico nel lungo periodo; (2) riconoscere i principali fattori che influenzano la domanda e l'offerta turistica nel tempo; (3) comprendere il peso del fenomeno turistico sotto il profilo economico, sociale, culturale; (4) analizzare l'evoluzione nel tempo delle motivazioni/aspettative del turista e delle risposte più adeguate per soddisfarle.

- **Capacità di applicare conoscenze e comprensione (Applying knowledge and understanding):** Le conoscenze apprese consentiranno agli studenti di: (1) comprendere i fattori che spiegano l'evoluzione del fenomeno turistico nel tempo; (2) di analizzare il ruolo ricoperto dall'industria turistica quale motore di sviluppo economico, sociale e culturale nel corso del tempo e in un contesto sempre più globalizzato; (3) di avere una visione complessiva necessaria alla costruzione di un prodotto turistico di successo.

- **Autonomia di giudizio (Making judgements):** Le conoscenze apprese durante il corso consentiranno agli studenti di sviluppare una propria autonomia di giudizio in relazione all'impatto delle trasformazioni culturali, economiche, tecnologiche ed organizzative sul fenomeno turistico e sulla conseguente evoluzione dell'industria turistica. Di più, l'inserimento del fenomeno turistico nel contesto delle dinamiche storiche globali permetterà di comprenderne l'utilizzo ai fini propagandistici, di diplomazia culturale o di semplice motore di sviluppo economico. Inoltre, l'analisi di casi di studio delle diverse possibili motivazioni ed aspettative dei turisti sarà utile agli studenti per comprendere le possibili risposte degli attori interessati all'offerta e promozione turistica.

- **Abilità comunicative (Communication skills):** Le conoscenze apprese durante il corso e le esercitazioni su diversi casi di studio permetteranno agli studenti di redigere in modo competente rapporti e pareri su temi di e problemi di turismo in chiave sia storica che contemporanea.

- **Capacità di apprendimento (Learning skills):** Il corso si propone di sviluppare e affinare le capacità di apprendere degli studenti e di sviluppare le loro abilità di analisi e valutazione critica in

METODI DIDATTICI

lezioni frontali, esercitazioni, lavori su casi di studio in piccoli gruppi

MODALITA' D'ESAME

prova orale

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 paola.martino@unisalento.it.

APPELLI D'ESAME

https://easytest.unisalento.it/Calendario/Dipartimento_di_Scienze_dellEconomia/index.html

PROGRAMMA ESTESO

Parte generale

- L'evoluzione dell'industria turistica fra tradizione e costante ricerca di novità
 - Caratteri fondamentali ed evoluzione di lungo periodo del settore turistico: prototurismo, turismo moderno, turismo di massa, turismo postmoderno.
 - Fattori che hanno influenzato la domanda e l'offerta di servizi turistici nel lungo periodo.
 - Modello di Butler del ciclo di vita delle località turistiche.
 - I primordi del turismo: vacanze in villa e pellegrinaggi
 - Il Grand Tour tra classicismo, desiderio di pittoresco e culto del sublime
 - Dal turismo termale nell'antica Grecia alla moderna Spa
 - Turismo balneare: dal Mare del Nord all'invenzione della Costa Azzurra di Francis Scott Fitzgerald
 - L'alpinismo e la conquista del 'selvaggio': dall'impresa sull'Eiger del 'superuomo' Tony Kurz alle spedizioni commerciali sull'Everest di Rob Hall
 - Il turismo nei parchi naturali tra ricerca identitaria e tutela ambientale
 - il campeggio: da fuga romantica a pubblica istituzione a business privato
 - Crisi del '29, *Dust Bowl* e la nascita della *motel industry*
 - turismo e strumentalizzazione politica: il turismo sociale dei regimi totalitari tra le due guerre
 - Il Dopoguerra e l'*American way of life*: turismo *on the road* e il mito della Route 66
 - "Hi-di-hi!"....."Hi-di-ho!" : lo straordinario successo dei villaggi turistici di Billy Butlin
 - Piano Marshall: lo sviluppo turistico tra sforzo di ricostruzione e rischio totalitarismi
 - dal primo movimento turistico internazionale (IUOTO) all'organizzazione mondiale per il turismo (WTO)
 - dalla 'mistica della femminilità' del II dopoguerra alla controcultura del movimento *Hippy* di fine anni '60: il boom delle vacanze per tutta la famiglia
 - Walt Disney come mediatore storico dalla fine della società Vittoriana alla Guerra fredda: Disneyland e la formula dei parchi a tema
 - Evoluzione del turismo nel mondo.
 - Italia e modello di turismo diffuso
 - I profili turistici regionali
 - Dai primi viaggi organizzati dei Mechanics' Institutes ai pacchetti turistici di Thomas Cook, agenzie di viaggio e tour operator

Parte speciale

TESTI DI RIFERIMENTO

Parte generale

P. Battilani, *Vacanze di pochi, vacanze di tutti*, Bologna, Il Mulino, 2009.

Parte speciale

L. Segreto, C. Manera & M.Pohl (eds.), *Europe at the seaside*, New York and Oxford, Berghahn Books,

GESTIONE DELLE ATTIVITA' TURISTICHE E CULTURALI (LM02)

(Lecce - Università degli Studi)

Insegnamento **TECNOLOGIA RISORSE E AMBIENTE - MODULO I**

GenCod A003486

Insegnamento TECNOLOGIA RISORSE E AMBIENTE - MODULO I **Anno di corso** 2

Insegnamento in inglese TECHNOLOGY RESOURCES AND ENVIRONMENT - **Lingua** ITALIANO

Settore disciplinare SECS-P/13

Percorso PERCORSO
GENERICO/COMUNE

Corso di studi di riferimento GESTIONE
DELLE ATTIVITA' TURISTICHE E
Tipo corso di studi Laurea Magistrale

Docente Federica DE LEO

Sede Lecce

Crediti 6.0

Periodo Primo Semestre

Ripartizione oraria Ore Attività frontale:
Per i matricolati nel 2018/2019

Tipo esame Orale

Valutazione

Erogato nel 2019/2020

Orario dell'insegnamento

<https://easyroom.unisalento.it/Orario>

GESTIONE DELLE ATTIVITA' TURISTICHE E CULTURALI (LM02)

(Lecce - Università degli Studi)

Insegnamento **TECNOLOGIA RISORSE E AMBIENTE - MODULO II**

GenCod A003487

Insegnamento TECNOLOGIA RISORSE E AMBIENTE - MODULO II **Anno di corso** 2

Insegnamento in inglese TECHNOLOGY RESOURCES AND ENVIRONMENT - **Lingua** ITALIANO

Settore disciplinare SECS-P/13

Percorso PERCORSO
GENERICO/COMUNE

Corso di studi di riferimento GESTIONE
DELLE ATTIVITA' TURISTICHE E
Tipo corso di studi Laurea Magistrale

Docente Stefania MASSARI

Sede Lecce

Periodo Secondo Semestre

Crediti 6.0

Tipo esame Orale

Ripartizione oraria Ore Attività frontale:

Per iimmatricolati nel 2018/2019

Valutazione

Erogato nel 2019/2020

Orario dell'insegnamento

<https://easyroom.unisalento.it/Orario>

BREVE DESCRIZIONE DEL CORSO

Rapporto tra imprese e ambiente. Sviluppo sostenibile. Strumenti di valutazione, misurazione e comunicazione delle proprie attività nei confronti della sostenibilità. Rapporto tra turismo e ambiente. Certificazioni nel settore turismo.

PREREQUISITI

nessun prerequisito richiesto. consigliato aver seguito il modulo I

OBIETTIVI FORMATIVI

Risultati attesi secondo i descrittori di Dublino:

Conoscenza e capacità di comprensione (knowledge and understanding):

Il corso si prefigge di fornire agli studenti le conoscenze fondamentali sullo sviluppo sostenibile, in particolare nel settore turismo e ricettività turistica, anche grazie allo studio degli strumenti per valutare, misurare, comunicare e certificare il miglioramento delle aziende nei confronti della sostenibilità. Lo studente comprenderà quali sono i principi fondamentali che regolano il rapporto tra attività umane, uso di risorse naturali ed ambiente.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione (applying knowledge and understanding)

Lo studente conoscerà i vari strumenti ed indicatori a supporto dello sviluppo sostenibile e sarà in grado di applicarli a casi specifici, in particolare nel settore del turismo. Sarà anche in grado di comprendere le complesse dinamiche alla base dello sviluppo sostenibile

Autonomia di giudizio (making judgements)

L' autonomia di giudizio su temi complessi ed attuali da parte degli studenti viene sviluppata grazie alla continua interazione docente-studente in aula ed alle discussioni collettive stimulate dal docente sui temi affrontati.

Abilità comunicative (communication skills)

Grazie alle discussioni ed alle presentazioni orali effettuate in aula sui temi di studio, gli studenti sviluppano abilità comunicative.

Capacità di apprendimento (learning skills)

La capacità di apprendimento si sviluppa attraverso lo studio individuale, l'analisi di fonti documentali effettuata in aula e l'interazione con ospiti esterni durante i seminari organizzati ad

METODI DIDATTICI

lezioni frontali e seminari con esponenti del mondo del lavoro

MODALITA' D'ESAME

L'esame si svolge mediante colloquio orale, durante il quale si valutano non solo le conoscenze acquisite specifiche riguardanti gli argomenti del corso, ma anche la capacità critica di valutazione e giudizio da parte degli studenti e quella di fare collegamenti logici tra i vari temi trattati, in modo da valutare anche la capacità di applicare le conoscenze e la comprensione, l'autonomia di giudizio, le abilità comunicative e la capacità di apprendimento, in linea con i descrittori di Dublino.

Non sono previste differenze in termini di programma, materiale di studio e modalità d'esame fra studenti frequentanti e non frequentanti.

Del suo svolgimento 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.

"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 paola.martino@unisalento.it".

APPELLI D'ESAME

https://easytest.unisalento.it/Calendario/Dipartimento_di_Scienze_dellEconomia/

ALTRE INFORMAZIONI UTILI

La frequenza delle lezioni del corso è raccomandata, mentre la presenza durante i seminari è obbligatoria.

PROGRAMMA ESTESO

Programma di Tecnologia Risorse e Ambiente Modulo II

Le attività umane e le interazioni con l'ambiente. Il metabolismo industriale. L'efficienza delle risorse. MFA. La metodologia Zeri ed il principio di simbiosi industriale. L'importanza degli scarti. Definizione di Inquinamento. Aspetto ed impatto ambientale. I maggiori problemi ambientali e relative cause. Dematerializzazione. Risorse Ambientali. Crescita economica e importanza del fattore ambiente. Attitudini e strategie delle imprese nei confronti dell'ambiente. Input-output. I costi ambientali. L'economia circolare.

Principi chiave ed evoluzione del concetto di sviluppo sostenibile. Strumenti attuativi per lo Sviluppo Sostenibile. Agenda 21. I programmi d'azione per l'ambiente dell'UE. La strategia per lo sviluppo sostenibile in Italia. Green economy e Smart economy. La Green Chemistry ed il Programma Responsible Care. La Bioeconomia. Le bioraffinerie.

Indicatori ambientali. Indicatori di sostenibilità e di sviluppo. Impronta ecologica. Impronta idrica. Impronta carbonica e carbon label. Emergenza.

Il contesto europeo per l'ambiente e l'innovazione. L'importanza della ricerca e dell'innovazione tecnologica. Le Piattaforme tecnologiche europee. Il programma Life+. I PQ di RST della UE. Horizon 2020.

Tecnologie ambientali. Clean Technologies. BAT, AIA.

Le Politiche e gli strumenti per l'ambiente. La comunicazione ambientale. Bilancio Ambientale, Report Ambientale, Bilancio di Sostenibilità, Report integrato.

Le Norme ISO. Accreditemento e certificazione. Sistemi di Gestione Ambientale ISO14001, EMAS.

LCA. Life Cycle Design. Politica integrata di prodotto. Ecoefficienza. GPP.

Etichette ecologiche. Ecolabel nel settore alberghiero. Altri marchi di qualità ambientale nel settore turismo. Marchi per strutture e per località.

Organizzazione e certificazione di Eventi sostenibili. ISO 20121. EcoFesta.

Effetti dei cambiamenti climatici sulle attività turistiche.

TESTI DI RIFERIMENTO

Dispense delle lezioni disponibili sulla piattaforma: formazioneonline.unisalento.it

La chiave di accesso per scaricare le slide viene comunicata in aula all'inizio del corso e comunque può essere chiesta al docente in qualsiasi momento.