

A.A. 2018/19

Corso di Laurea in Manager del Turismo L15

Diritto privato del turismo	2
Diritto pubblico del turismo	4
Economia del turismo	6
Economia delle aziende turistiche	8
Geografia del turismo I	9
Inglese per il Turismo	11
Storia Contemporanea	13
Antropologia culturale	15
Conoscenza e Conservazione del Patrimonio Archeologico	16
Diritto dell'Impresa Turistica	18
Geografia del Turismo II	20
ICT e Nuove Tecnologie	22
Marketing delle destinazioni turistiche	24
Sociologia dei Processi Culturali e Comunicativi	27
Statistica del Turismo	28

Diritto privato del turismo

Prof. Francesco Giacomo Viterbo

Corso di studi di riferimento	Manager del turismo L15
Dipartimento di riferimento	Dipartimento di Scienze dell'Economia
Settore Scientifico Disciplinare	IUS/01
Crediti Formativi Universitari	8
Ore di attività frontale	64
Ore di studio individuale	136
Anno di corso	Primo
Semestre	Secondo
Lingua di erogazione	italiana
Percorso	comune

Prerequisiti	Nessuno
Contenuti	<p>Fonti del diritto e interpretazione. Soggetti. Uso turistico dei beni. Autonomia negoziale e autonomia contrattuale. Le "prenotazioni". Contratti di ospitalità. Contratti di ristorazione. Locazioni turistiche. Multiproprietà. Contratti del turismo organizzato. Trasporti. Responsabilità civile e illecito. Tutela dei diritti del turista.</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>Il Corso si propone di illustrare il significato e la disciplina dei principali istituti del diritto privato mediante la disamina delle connesse problematiche applicative nell'ambito dei rapporti giuridici concernenti il settore turistico. L'attività formativa, in particolare, è rivolta allo studio e all'analisi del sistema delle fonti, dei soggetti (persone fisiche e giuridiche) che operano nel turismo; dei beni con destinazione turistico-ricettiva e turistico-ricreativa; delle obbligazioni e delle principali fattispecie contrattuali inerenti il settore del turismo, anche con riferimento ai relativi regimi di responsabilità ed ai controlli di lealtà delle pratiche commerciali, di contenuto dei regolamenti contrattuali e di trasparenza delle contrattazioni.</p>
Metodi didattici	Lezioni frontali
Modalità d'esame	Esame orale. L'esame consiste in un colloquio orale 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.
Programma esteso	<p>Fonti del diritto. Imprese turistiche. Agriturismi. Professioni turistiche. Proprietà pubblica e privata. Uso turistico dei beni. Turismo culturale. 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. Tutela dei diritti del turista.</p>
Testi di riferimento	<p>- R. SANTAGATA, Diritto del turismo, UTET, ultima edizione (2014): Parte Prima capitoli I, III, IV, V (par. da 1 a 10), VI e tutta la Parte Seconda con esclusione dei capitoli XVI e XVII; ovvero pp. da 3 a 27; da 46 a 128; da 138 a 372; da 393 a 420. (L'indice dell'ultima edizione è consultabile nei materiali didattici della pagina Phonebook del docente) oppure in alternativa</p> <p>- C. ALVISI, Il diritto del turismo nell'ordine giuridico del mercato, Giappichelli, 2015. - V. FRANCESCHELLI e F. MORANDI, Manuale di diritto del turismo, Giappichelli, 2017.</p> <p>Per gli studenti non frequentanti è obbligatorio lo studio di: CAPITOLO XVI, <i>I contratti del turismo organizzato</i>, in V. FRANCESCHELLI e F. MORANDI, Manuale di diritto del turismo, Giappichelli, 2017, pp. 350-375.</p>



DIPARTIMENTO DI SCIENZE DELL'ECONOMIA
SETTORE DIDATTICA

Altre informazioni utili	L'apprendimento non dovrà essere mnemonico ma critico, e dovrà denotare la capacità di proiettare le nozioni teoriche sul piano dell'applicazione pratica.
--------------------------	--

Diritto pubblico del turismo

Prof.ssa Marialuisa Zuppetta

Corso di studi di riferimento	CdL in Manager del Turismo L15
Dipartimento di riferimento	Dipartimento di Scienze Economiche
Settore Scientifico Disciplinare	IUS/09
Crediti Formativi Universitari	6.0
Ore di attività frontale	48
Ore di studio individuale	102
Anno di corso	Primo
Semestre	II
Lingua di erogazione	ITALIANO
Percorso	PERCORSO COMUNE

Prerequisiti	Non sono previste propedeuticità, ma la conoscenza di elementi di diritto è certamente utile, ragion per cui il corso prevede un modulo iniziale su questi temi.
Contenuti	Il corso intende fornire agli studenti gli strumenti per la comprensione dei vincoli normativi e politici allo sviluppo dell'attività economica nel settore del turismo seguendo l'evoluzione degli istituti e della legislazione italiana, internazionale comunitaria in materia. Fonti, competenze e organizzazione si intrecciano di continuo, in un sistema in cui gli operatori pubblici e privati operano insieme. Di particolare interesse la progressiva "crescita" della figura del turista/viaggiatore la cui tutela si rafforza sempre di più.
Obiettivi formativi	Comprendere il funzionamento degli organi costituzionali e delle pubbliche istituzioni, nonché delle norme che regolano i diversi settori delle attività turistiche, con riferimento ai singoli operatori ed alle imprese, sviluppando una autonoma visione critica. La materia del turismo è oggi di grande interesse ed il relativo settore offre numerose opportunità di studio e approfondimento nonché di lavoro, sicché conoscerne il funzionamento, le regole, le specificità certamente contribuisce alla formazione culturale del possibile futuro operatore o imprenditore turistico.
Metodi didattici	Le lezioni sono prevalentemente frontali ed in ogni lezione si darà spazio e possibilità agli studenti di interagire, formulare quesiti e riportare eventuali esperienze personali. A supporto della didattica saranno utilizzate slides e sarà distribuito materiale (letture, casi pratici) che consenta l'approfondimento degli argomenti trattati. Sono previsti seminari con ospiti esterni del settore ed eventuali sopralluoghi presso aziende turistiche.
Modalità d'esame	L'esame finale si svolge sempre in forma orale. Pur non essendo espressamente prevista una parte speciale, nel corso dell'anno in base alle esperienze fatte, ai seminari, agli approfondimenti, saranno segnalate tematiche specifiche da analizzare in gruppo o individualmente, di cui poi riferire in sede di esame.
Programma esteso	Il diritto pubblico del Turismo – Diritto soggettivo e interesse legittimo – I rami del diritto pubblico Le fonti del diritto - La costituzione italiana e le altre fonti interne – Le fonti fatte Le forme di Stato e le forme di Governo - Organi Costituzionali dello Stato: Parlamento – Funzione legislativa ordinaria e revisione costituzionale - Governo – PdR – Corte Costituzionale – Le attribuzioni della Corte Costituzionale Le fonti del diritto in materia di Turismo – Il Turismo nella Costituzione Italiana – Le disposizioni costituzionali in materia di Turismo Il turismo nel diritto internazionale ed europeo. Fonti.



	<p>La riforma del Titolo V – Fonti statali in materia di Turismo a livello sub-costituzionale: le leggi ordinarie e gli atti aventi forza di legge – Competenza legislativa regionale in materia di Turismo</p> <p>La legge 17/05/1983 “legge quadro per il turismo – La legge 29/03/2001 “Riforma della legislazione nazionale del Turismo</p> <p>Il codice del Turismo D. Lgs. 23 maggio 2011, n. 79 e la sentenza della Corte Costituzionale n. 80/2012</p> <p>L’organizzazione del Turismo – L’organizzazione centrale: il MIBACT – Il Ministero per il Turismo – L’ENIT – competenze amministrative</p> <p>Le funzioni amministrative in materia di Turismo delle Regioni e degli Enti Territoriali – Le conferenze Stato-Regioni - La Conferenza nazionale del Turismo - L’Organizzazione Mondiale del Turismo (OMT) – Promozione del Turismo e soggetti privati: Le Pro loco</p> <p>Le imprese turistiche nella legislazione nazionale ed europea. – L’esercizio dell’impresa turistica: la Scia – Le tipologie di Strutture ricettive – Le agenzie di Viaggio e la loro tipologia</p> <p>Le professioni Turistiche</p> <p>L’agriturismo nella legislazione nazionale (L. n. 96/2006) e regionale</p> <p>Tipi particolari di Turismo - I sistemi Turistici Locali</p> <p>I nuovi contratti di lavoro nel Turismo – Nuove figure professionali nel Turismo</p> <p>La legislazione regionale della Puglia in materia di Turismo</p> <p>La tutela del turista consumatore</p>
Testi di riferimento	<p>VIPIANA P.M., <i>Diritto pubblico del turismo</i>, Ed. Pacini, 2017</p> <p>FRANCESCHELLI V., MORANDI F., <i>Manuale di Diritto del Turismo</i>, Giappichelli, 2012</p> <p>N.B. <i>A lezione saranno segnalate ulteriori letture specifiche.</i></p> <p><i>Si consiglia la consultazione della Costituzione, del Codice de turismo e delle altre leggi citate a lezione.</i></p>
Altre informazioni utili	Il corso si tiene nel 2° semestre e inizierà martedì 26 febbraio 2019

Economia del turismo

Prof. 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	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. Alla fine del corso, lo studente dovrebbe essere in grado di capire ed interpretare i principali modelli che si occupano di turismo e di applicare le nozioni apprese nella gestione di un'impresa privata o di una destinazione turistica. Dovrebbe essere inoltre in grado di comunicare i principali contenuti dei modelli che si occupano di turismo con piena autonomia di giudizio. Infine, lo studente dovrebbe avere gli strumenti necessari per comprendere ulteriori modelli che si occupano di turismo
Metodi didattici	Lezioni frontali
Modalità d'esame	Esame orale coerente con gli argomenti affrontati durante il corso in modo da verificare il raggiungimento degli obiettivi previsti dal corso.
Programma esteso	Capitolo 1 "Definizioni e contenuti". Tutto. Capitolo 3 "Economia delle destinazioni". Esclusi i sottoparagrafi 3.3.1 e 3.3.2 e paragrafo 3.4. 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. Capitolo 5 "Alcuni approfondimenti della teoria del turista-consumatore". Escluso paragrafo 5.2 e sottoparagrafo 5.7.3. Capitolo 6 "La produzione nel turismo". Escluse le formule di pag. 209 ed i relativi commenti. Capitolo 7 "Le imprese di produzione e distribuzione della vacanza: tour operator e agenzie di viaggio". Escluso il sottoparagrafo 7.2.3. Capitolo 8 "Le imprese di produzione di servizi: la ricettività, i trasporti, le attrazioni". Tutto. Capitolo 9 "I mercati turistici". Tutto.



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

Economia delle aziende turistiche

Prof. 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	
Anno di corso	2018/2019
Semestre	PRIMO
Lingua di erogazione	ITALIANO
Percorso	COMUNE/GENERICO

Prerequisiti	NESSUN PREREQUISITO RICHIESTO
Contenuti	fornire le conoscenze relative all'azienda ed in particolare al settore turistico
Obiettivi formativi	obiettivo del corso è di far comprendere il significato di azienda ed in particolare dell'azienda nel settore turistico. importanza notevole rivestono i concetti di persone - mezzi ed organizzazione nonché il concetto di offerta turistica e gli strumenti incentivanti per la realizzazione dell'impresa turistica
Metodi didattici	lezioni + interventi di imprenditori del settore
Modalità d'esame	<i>ESAME ORALE</i>
Programma esteso	<ol style="list-style-type: none"> 1. L'azienda e le sue componenti 2. La componente personale 3. La componente mezzi 4. La componente organizzativa 5. La fase istitutiva delle imprese 6. L'offerta turistica 7. Il Business Plan
Testi di riferimento	Confalonieri Marco: ECONOMIA, STRATEGIE E MANAGEMENT DELLE AZIENDE DI PRODUZIONE SCIENTIFICA - GIAPPICHELLI EDITORE TORINO
Altre informazioni utili	

Geografia del turismo I

Prof.ssa Anna Trono

Corso di studi di riferimento	Corso di laurea triennale in Manager del Turismo
Dipartimento di riferimento	Dipartimento di Scienze dell'Economia
Settore Scientifico Disciplinare	M-GGR/02
Crediti Formativi Universitari	8 CFU
Ore di attività frontale	64
Ore di studio individuale	150
Anno di corso	Primo
Semestre	Secondo
Lingua di erogazione	Italiano
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) 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. 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. Sono previsti field work e attività seminariali che impegnino gli studenti nell'elaborazione di idee progettuali 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	Lo scopo ultimo è di informare gli studenti sulle occasioni di valorizzazione dei prodotti turistici competitivi in una logica di innovazione, creatività e nel rispetto della tutela ambientale e dello sviluppo economico durevole nel tempo.
Metodi didattici	Lezioni frontali per un totale di 64 ore: la frequenza è obbligatoria e si ritiene assolta con la partecipazione ad almeno il 70% delle lezioni.
Modalità d'esame	<p>Esame orale finale.</p> <p>Relazioni scritte sui lavori prodotti nel corso delle lezioni su campo</p> <p>Presentazione delle Idee progettuali di gruppo.</p> <p>Il giudizio sarà espresso con voto in trentesimi assegnati secondo i criteri esplicitati nella tabella dettagliata del Syllabus dell'insegnamento</p>



Programma esteso	<p>Il programma didattico del corso si sviluppa in tre sezioni (moduli)</p> <p>Modulo A (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>Modulo 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>Modulo C (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 (vd. sotto) dovranno aggiungere un certo numero di testi compensativi:</p> <p>Frequentanti:</p> <p>Modulo A Saggi di approfondimento delle tematiche sviluppate a lezione Modulo B Dispense e materiale di studio a cura della docente; Appunti dalle lezioni; Testi e letture suggerite dalla docente nel corso delle lezioni Modulo C Manuale Bagnoli L., <i>Manuale dei Geografia del turismo. Dal Grand Tour ai sistemi turistici</i>, UTET, 2014</p> <p>II. Non frequentanti: Ai testi di studio indicati per gli studenti frequentanti si aggiungeranno, secondo le indicazioni della docente, le seguenti letture: Modulo A: Bagnoli L., <i>Manuale dei Geografia del turismo. Dal Grand Tour ai sistemi turistici</i>, UTET, 2014</p> <p>Modulo B: JP Lozato Giotart, <i>Geografia del turismo</i>. Ed italiana a cura di Fiorella Dallari, Milano Hoepli, 2008</p> <p>Modulo C: Stesura di un'idea progettuale concordate con la docente su tematiche legate ai turismi</p>
Altre informazioni utili	<p>Il corso è a frequenza obbligatoria. Gli studenti lavoratori o quelli che per comprovati seri motivi ritengono di non poter frequentare dovranno contattare la docente per mettere a punto un programma integrativo della parte del corso (lezioni frontali) loro mancante.</p>

Inglese per il Turismo

Prof.ssa Antonella Calogiuri

Corso di laurea: MANAGER DEL TURISMO
Dipartimento di riferimento: Dipartimento di Scienze dell'Economia
Settore Scientifico Disciplinare: L-LIN/12
Crediti formativi universitari: 12
Ore attività frontale: 96
Ore di studio individuale: 204
Anno di corso: 1
Semestre: ANNUALE
Lingua di erogazione: INGLESE
Percorso: COMUNE

Prerequisiti	nessuno
Contenuti	Si veda il Programma esteso
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.</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"> - ampliamento e consolidamento del lessico economico e finanziario inglese; - sviluppo delle abilità comunicative orali, sulla base di attività coinvolgenti gli studenti in contesti e situazioni comunicative frequenti nei loro ambiti professionali, con particolare riferimento allo sviluppo delle abilità comunicative e delle funzioni e strutture linguistiche associate ai seguenti contesti: business presentations, meetings, negotiations, telephoning; - sviluppo delle abilità di produzione scritta, sulla base di una ampia gamma di attività dapprima guidate e via via sempre più autonome, e attraverso sistematica osservazione e analisi delle caratteristiche lessicali, sintattiche, testuali e retoriche dei diversi generi testuali tipici dell'inglese economico, finanziario e commerciale, con particolare attenzione ai vari tipi di business reports e di corrispondenza formale e commerciale.
Metodi didattici	<p>Lezioni frontali, esercitazioni, attività di laboratorio, lavoro di gruppo.</p> <p>Durante il Corso sarà svolto un ciclo di esercitazioni realizzate mediante suddivisione in gruppi.</p>
Modalità d'esame	<p>Modalità d'esame: scritto e orale</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 paola.martino@unisalento.it"</p> <p>La prova scritta è così articolata:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Completamento di un dialogo con il tempo giusto dei verbi dati nel testo all'infinito (Section A); - Traduzione di alcune frasi dall'italiano all'inglese (Section B); - Stesura a scelta o di un report o di una lettera di complaint o reply to complaint (Section C). <p>È possibile reperire un prototipo della prova scritta nel link Materiale Didattico.</p>



	<p>Dalla Bachecca Elettronica della dott.ssa Calogiuri, dal link Materiale Didattico, si può scaricare una dispensa sulle lettere di Complaint e Replies to Complaints, che saranno, come il resto del Programma, affrontate durante le lezioni e le esercitazioni.</p> <p>Dalla Bachecca Elettronica della dott.ssa Maria Grazia Ungaro, dalla sezione Risorse Correlate, si può scaricare molto del materiale messo a disposizione e affrontato durante le esercitazioni.</p> <p>Per quanto riguarda la prova orale:</p> <p>- se la laurea triennale dello studente non è in materie economiche, la prova orale comprende:</p> <ul style="list-style-type: none"> • una Presentation in lingua inglese su un argomento a scelta dello studente attinente al suo Corso di Studio, e: • 10 Units a scelta dello studente dal libro Business Vocabulary Builder di Paul Emmerson, casa editrice Macmillan; <p>- se la laurea triennale dello studente è in materie economiche, la prova orale comprende:</p> <ul style="list-style-type: none"> • una Presentation in lingua inglese su un argomento a scelta dello studente attinente al suo Corso di Studio, e: • il riassunto, sempre in inglese, di un articolo a scelta dello studente su un argomento attinente al suo Corso di Studio. L'articolo originale deve essere lungo almeno 6 pagine. <p>L'esame è completato dalla consegna di una covering letter, che, oltre ad essere affrontata in classe, come il resto del Programma, si avvale anche della Dispensa A presente sulla Bachecca Elettronica della dott.ssa Calogiuri, al link Materiale Didattico.</p> <p>Non sono previste differenze fra studenti frequentanti e non frequentanti.</p>
Programma esteso	<p>- attività per lo sviluppo e il consolidamento delle strutture e delle le funzioni principali della lingua</p> <p>- attività per l'ampliamento e il consolidamento del lessico economico e finanziario inglese</p> <p>- Communication Skills: Telephoning, Managing a conversation, Negotiating, Presenting information, Presenting figures, Describing trends, Social interaction, Meetings</p> <p>- Writing Practice: Letters and emails, Reports, Presentations, Descriptions</p> <p>- Listening Practice: Telephoning, Presentations, Interviews with business people, Meetings.</p>
Testi di riferimento	<p>- Emmerson, P., <i>Business Vocabulary Builder</i>, Macmillan.</p> <p>- Emmerson, P., <i>Business Grammar Builder</i>, Macmillan.</p> <p>- Strutt, P., <i>Market Leader: Business Grammar and Usage</i>, Longman.</p> <p>- Testi e dispense messi a disposizione dalla docente durante il corso e/o già presenti sulle Bacheche Elettroniche sopra indicate.</p>
Altre informazioni utili	

Storia Contemporanea

Prof. Vittorio De Marco

Corso di studi di riferimento	Manager del Turismo
Dipartimento di riferimento	Dipartimento di Scienze dell'Economia
Settore Scientifico Disciplinare	MSTO-04
Crediti Formativi Universitari	8
Ore di attività frontale	64
Ore di studio individuale	136
Anno di corso	Primo
Semestre	Primo
Lingua di erogazione	Italiano
Percorso	Percorsi comune/generico

Prerequisiti	È sufficiente che lo studente abbia una buona conoscenza della storia del Novecento appresa durante l'ultimo anno delle scuole medie superiori.
Contenuti	Il corso, nella prima parte di carattere istituzionale, approfondisce le tematiche della storia contemporanea relativamente al secondo dopoguerra in una visione geopolitica internazionale e in riferimento ai principali problemi economici tra il 1945 e gli inizi del XXI secolo. Sono analizzati temi e aspetti generali e particolari legati alla guerra fredda e alla relativa contrapposizione tra società capitalistica e società collettivistica. Particolare attenzione è data ai processi di decolonizzazione, al complesso nodo arabo-israeliano, al Terzo Mondo, al sottosviluppo e ai principali problemi economici fino ad arrivare alla new economy. Nella seconda parte, molto più contenuta rispetto alla prima di carattere monografico, brevi cenni su come nella società italiana fra '800 e '900 si inserisce il crescente fenomeno di massa del turismo.
Obiettivi formativi	Essendo una disciplina del primo anno, di carattere generale, si tende ad abituare lo studente ad una capacità di analisi e sintesi dei più importanti avvenimenti internazionali, soprattutto approfondendo quei nodi strutturali della storia degli ultimi decenni che sono ancora presenti nel XXI secolo sia in campo politico che in campo economico e sociale.
Metodi didattici	Nella lezione frontale si privilegia molto l'utilizzo del powerpoint con numerose slide di carattere geopolitico, statistico-economico e sociale oltre che proiezione di filmati in lingua italiana e in lingua inglese.
Modalità d'esame	L'esame è orale in quanto si vuole privilegiare la comunicazione diretta e perché, secondo il giudizio del docente, lo studente meglio può esprimere i contenuti del suo studio e valorizzare la sua preparazione complessiva.
Programma esteso	La costruzione di un nuovo sistema internazionale (1945-49): il bilancio di una guerra; il nuovo sistema monetario; le Nazioni Unite; le sfere di influenza; i trattati di pace; la dottrina Truman e il Piano Marshall; la formazione di due blocchi e l'inizio della guerra fredda; il blocco di Berlino; il Patto Atlantico. La prima fase della decolonizzazione (1945-1950): crisi degli imperi coloniali; i movimenti nazionalisti; Indonesia e India; guerra civile in Cina; il nodo della Palestina; paesi arabi e identità nazionale; la prima guerra arabo israeliana. Il consolidamento del bipolarismo (1949-1960): le armi e le ideologie della guerra fredda; la Cina comunista; aspetti interni della guerra fredda negli Usa e nell'Urss; estensione all'Asia della guerra fredda; la guerra di Corea; l'Europa occidentale nel primo decennio postbellico; il welfare e l'economia internazionale negli anni '50; il processo di integrazione europeo: aspetti politici ed economici.



	<p>Terzo mondo e non allineamento (1950-65): la questione petrolifera; il ruolo crescente del petrolio nelle strategie economiche e politiche internazionali; i paesi non allineati; la seconda decolonizzazione; i problemi economici del continente africano.</p> <p>Gli anni dello sviluppo economico (1960-1973): crescita nei paesi ad economia capitalista; la crisi economica del 1973 in relazione alla terza guerra arabo-israeliana; le fonti di energia e la strategia delle "sette sorelle"; la società dei consumi e l'età dell'elettronica; lo sviluppo economico nei paesi orientali; problemi del Terzo mondo e sottosviluppo.</p> <p>Coesistenza e competizione: Kennedy, Kruschiov; la contestazione giovanile; gli anni '70; il terzomondismo rivoluzionario; la corsa agli armamenti; gli anni di Reagan e l'avvento di Gorbacev.</p> <p>La dissoluzione dell'URSS, le guerre balcaniche; medio oriente sempre in fermento dalla Palestina all'Iraq.</p> <p>Globalizzazione e new economy; disindustrializzazione, rivoluzione informatica e capitalismo globale; prime riflessioni sul XXI secolo.</p>
Testi di riferimento	<p>S. Guarracino, <i>Storia degli ultimi settant'anni. Dal XX al XXI secolo</i>, Bruno Mondadori Editore, Milano 2010;</p> <p>A. Berrino, <i>Storia del turismo in Italia</i>, il Mulino, Bologna 2011.</p>
Altre informazioni utili	

Antropologia culturale

Prof. Donato Martucci

Corso di studi di riferimento	Manager del turismo
Dipartimento di riferimento	Dipartimento di Economia
Settore Scientifico Disciplinare	M-DEA/01 - Discipline demotnoantropologiche
Crediti Formativi Universitari	6
Ore di attività frontale	48
Ore di studio individuale	102
Anno di corso	secondo
Semestre	secondo
Lingua di erogazione	italiano
Percorso	comune

Prerequisiti	La disciplina è nuova, rispetto all'iter scolastico consueto; sarebbero utili almeno alcune informazioni essenziali di storia del pensiero filosofico e storia moderna e contemporanea.
Contenuti	Il corso si propone di fornire elementi di base per la conoscenza della disciplina, la discussione dei problemi e dell'approccio metodologico.
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.
Metodi didattici	Didattica frontale, con andamento, dove possibile, seminariale.
Modalità d'esame	L'esame sarà orale. Eccezionalmente potrà essere prevista una prova scritta (test a risposta multipla) quale opzione facoltativa per gli studenti.
Programma esteso	Il concetto antropologico di cultura; Etnocentrismo; Relativismo; Il metodo etnografico; Linguaggi e processi cognitivi; Sensorialità; Razionalità e sistemi di credenze; Forme delle relazioni sociali; Sistemi politici; Strutture di parentela. Particolare rilievo verrà dato ai processi di costruzione delle tradizioni.
Testi di riferimento	<ul style="list-style-type: none"> • C.P. Kottak, Antropologia culturale, McGraw-Hill, Milano; <p>più un testo a scelta tra i seguenti:</p> <ul style="list-style-type: none"> • E. Imbriani, I vestiti di Cenerentola e altre confezioni in antropologia, Edizioni di pagina, Bari; • M. Montanari, Il cibo come cultura, Laterza, Bari; • D. Martucci, Sangue, vergini e vampiri. Antropologia della cultura albanese, Progedit, Bari.
Altre informazioni utili	

Conoscenza e Conservazione del Patrimonio Archeologico

Prof. Francesco Meo

Corso di studi di riferimento	CdL in Manager del turismo - L15
Dipartimento di riferimento	Dipartimento di Scienze dell'Economia
Settore Scientifico Disciplinare	L-ANT/07
Crediti Formativi Universitari	8
Ore di attività frontale	64
Ore di studio individuale	---
Anno di corso	2
Semestre	Secondo
Lingua di erogazione	Italiano
Percorso	Comune

Prerequisiti	Non necessari.
Contenuti	<p>Nel corso delle lezioni verranno presi i siti archeologici della Puglia meridionale (Messapia).</p> <p>Si procederà a una presentazione dello stato delle ricerche e contestualmente si avvierà a un'analisi dello stato di tutela, fruizione, valorizzazione e promozione dei contesti attraverso la creazione di gruppi di lavoro.</p> <p>I risultati verranno messi a confronto per proporre percorsi turistico-culturali del territorio e per fare una più ampia riflessione sul grado di conoscenza del territorio stesso.</p> <p>Obiettivi: Fornire gli strumenti per una conoscenza critica dei siti presenti sul territorio al fine di promuovere il patrimonio archeologico e la sua conservazione attraverso forme di gestione dal basso e fruizione.</p>
Obiettivi formativi	<p>Conoscenze relative ai principali insediamenti antichi della Puglia meridionale e al loro stato di conservazione e fruizione. Competenze trasversali: capacità di analizzare e sintetizzare le informazioni, di formulare giudizi in autonomia e di comunicare efficacemente.</p> <p>Obiettivi: Fornire gli strumenti per una conoscenza critica dei siti presenti sul territorio al fine di promuovere il patrimonio archeologico e la sua conservazione attraverso forme di gestione dal basso e fruizione.</p>
Metodi didattici	<p>Lezioni frontali con il supporto di sussidi multimediali. Attività seminariale.</p> <p>Creazione di gruppi di lavoro.</p> <p>La frequenza delle lezioni è obbligatoria.</p>
Modalità d'esame	<p>Prova orale.</p> <p>Lo studente dovrà presentare i risultati del proprio gruppo di lavoro e i contenuti enucleati nel corso attraverso una presentazione in powerpoint, secondo le indicazioni fornite a lezione.</p> <p>Lo studente verrà valutato in base ai contenuti esposti e alle competenze acquisite (peso numerico attribuito 18/30), alla correttezza formale (peso numerico attribuito 6/30), alla capacità di argomentare le proprie tesi (peso numerico attribuito 6/30).</p>
Programma esteso	<p>Presentazione e obiettivi del corso</p> <p>Nel corso delle lezioni verranno presi i siti archeologici della Puglia meridionale (Messapia).</p>



	<p>Si procederà a una presentazione dello stato delle ricerche e contestualmente si avvierà a un'analisi dello stato di tutela, fruizione, valorizzazione e promozione dei contesti attraverso la creazione di gruppi di lavoro.</p> <p>I risultati verranno messi a confronto per proporre percorsi turistico-culturali del territorio e per fare una più ampia riflessione sul grado di conoscenza del territorio stesso.</p> <p>La frequenza è obbligatoria.</p> <p>Modalità di prenotazione dell'esame e date degli appelli</p> <p>Gli studenti possono prenotarsi per la verbalizzazione esclusivamente utilizzando le modalità previste dal sistema VOL.</p>
Testi di riferimento	<p>L. Solima, <i>Culture e Territori. I consumi culturali in provincia di Lecce</i>, Roma 2007, pp. 11-126.</p> <p>G. Volpe, <i>Alcune brevi riflessioni su archeologia, territori, contesti, persone</i>, in <i>Scienze del Territorio</i> 5, 2017, pp. 26-30.</p> <p>M. Carta, <i>L'armatura culturale del territorio. Il patrimonio culturale come matrice di identità e strumento di sviluppo</i>, Milano 1999, pp. 28-143.</p> <p><i>Convenzione quadro del Consiglio d'Europa sul valore dell'eredità culturale per la società</i>, Faro 2005.</p> <p>Ulteriore materiale sui siti archeologici presi in esame verrà fornito nel corso delle lezioni.</p>
Altre informazioni utili	<p>Per ulteriori informazioni visitare la pagina docente alla voce 'Risorse correlate' o contattare via e-mail il docente all'indirizzo: francesco.meo@unisalento.it</p>

Diritto dell'Impresa Turistica

Prof.ssa Serenella Luchena

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

Prerequisiti	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. E' consigliato aver sostenuto l'esame di diritto privato
Contenuti	Impresa e imprenditore in generale – Impresa turistica – Attività turistiche – Contratti turistici
Obiettivi formativi	<p>a) Conoscenza e comprensione: 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) Capacità di applicare conoscenze e comprensione: 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>c) Autonomia di giudizio: 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>d) Abilità comunicative: 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>e) Capacità di apprendimento: 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: a) a lezione attraverso il coinvolgimento dello studente con la presentazione di teorie controverse così da stimolare un dibattito; b) lasciando uno spazio apposito al termine della lezione, il <i>question time</i> ; c) durante l'esercitazione quando, di fronte al caso concreto lo studente dovrà applicare le nozioni teoriche che ha appreso a lezione; d) 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>Prima parte: accertamento della preparazione di base del diritto dell'impresa. 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>Seconda parte: 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>
Programma esteso	<ul style="list-style-type: none"> • Impresa e categorie di imprenditori • L'acquisto della qualità di imprenditore: Imputazione dell'attività d'impresa, Inizio e fine dell'attività d'impresa, Capacità e impresa • Lo statuto dell'imprenditore commerciale: La pubblicità legale, Le scritture contabili, La rappresentanza commerciale • L'azienda • Il turismo nella dimensione normativa • L'impresa turistica • Le attività turistiche • Le professioni turistiche • I contratti del turista
Testi di riferimento	<p>G. F. Campobasso, Diritto Commerciale 1. Diritto dell'impresa, Utet giuridica, (Ultima ed.)</p> <p>G. Grisi – S. Mazzamuto, Diritto del turismo, Giappichelli Editore, 2017</p>
Altre informazioni utili	<p>Per i frequentanti sarà previsto un esonero da concordare direttamente durante il corso</p>

Geografia del Turismo II

Prof. Fabio Pollice

Corso di studi di riferimento	Manager del Turismo [LB41]
Dipartimento di riferimento	Storia, Società e Studi sull'Uomo
Settore Scientifico Disciplinare	M-GGR/02 Geografia Economico-Politica
Crediti Formativi Universitari	6.0
Ore di attività frontale	48
Ore di studio individuale	
Anno di corso	2018/2019
Semestre	II
Lingua di erogazione	Italiano
Percorso	Generico

Prerequisiti	Per accedere al corso e sostenere l'esame lo studente deve dimostrare di conoscere i fondamenti della Geografia del Turismo. Propedeuticità: per sostenere l'esame di Geografia del Turismo II lo studente deve aver già superato l'esame di Geografia del Turismo I.
Contenuti	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: <ul style="list-style-type: none"> - il turismo nell'economia mondiale; - turismo e globalizzazione; - l'organizzazione dello spazio turistico dalle configurazioni sistemiche a quelle reticolari; - l'analisi strategica dello spazio turistico; - forme e modelli di coinvolgimento delle comunità locali; - la pianificazione dello spazio turistico: teoria e metodi; - la qualità sostenibile nel turismo; - Marketing e Branding territoriale; - il Placetelling come metodo di narrazione identitaria; - misurare l'attrattività turistica. 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.
Obiettivi formativi	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. I risultati di apprendimento attesi in coerenza con i Descrittori di Dublino, possono essere così declinati: <ul style="list-style-type: none"> - Conoscenze e comprensione degli spazi turistici nelle loro diverse configurazioni; - Conoscenze e comprensione dei flussi turistici nelle loro caratteristiche quantitative, qualitative, tipologiche ed evolutive; - Conoscenze e comprensione dei principi e delle metodologie che presiedono alla pianificazione turistica del territorio;

	<ul style="list-style-type: none"> - Conoscenze e comprensione dei principi e degli strumenti per promuovere la valorizzazione turistica del territorio; - Capacità di applicare conoscenze e comprensione all'analisi e pianificazione dei territori turistici nelle loro diverse configurazioni; - Autonomia di giudizio nella valutazione dei fenomeni turistici siano essi relativi alla domanda o all'offerta; - Autonomia di giudizio nella valutazione e selezioni delle opzioni strategiche ed operative in termini di pianificazione turistica; - Abilità comunicative relative alla capacità di interloquire con soggetti e professionalità che operano nel settore turistico e nei settori ad esso funzionalmente collegati; - Abilità comunicative relative alla capacità di coinvolgere i propri interlocutori; - Capacità di apprendimento in contesti dinamici ed estremamente complessi.
Metodi didattici	<p>Nell'ambito del corso saranno utilizzati i seguenti metodi didattici:</p> <ul style="list-style-type: none"> - lezione frontale; - testimonianze di operatori del settore turistico; - simulazioni; - esercitazioni; - elaborazione di project work sotto la supervisione scientifica del docente
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"> - Valutazione delle conoscenze apprese (30%); - Valutazione della capacità di tradurre queste conoscenze nelle risoluzioni di problemi concreti (40%); - Valutazione delle capacità argomentative (30%).
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	

ICT e Nuove Tecnologie

Prof. Lucio Tommaso De Paolis

Corso di studi di riferimento	Manager del Turismo
Dipartimento di riferimento	Economia
Settore Scientifico Disciplinare	ING-INF/05
Crediti Formativi Universitari	8
Ore di attività frontale	64
Ore di studio individuale	136
Anno di corso	II
Semestre	II
Lingua di erogazione	italiano
Percorso	

Prerequisiti	nessuno
Contenuti	Architettura degli elaboratori Sistemi operativi e software applicativi Problematiche di sicurezza Fondamenti di networking Applicazioni multimediali Tecnologie della Realtà Virtuale e della Realtà Aumentata
Obiettivi formativi	Fornire una conoscenza di base delle tecnologie ICT e di quelle tecnologie emergenti capaci di favorire la fruizione e la valorizzazione delle risorse territoriali, con particolare riferimento alle risorse naturali, archeologiche, culturali tipiche, avendo come obiettivo la crescita dell'attrattività turistica.
Metodi didattici	Lezioni frontali e in laboratorio
Modalità d'esame	Esame orale e presentazione di un progetto concordato con il docente
Programma esteso	Architettura degli elaboratori conoscenza dei componenti di un calcolatore processore, memoria, dispositivi di I/O prestazioni di un calcolatore Sistemi operativi e software applicativi sistema operativo software applicativi programmazione e algoritmi Problematiche di sicurezza controllo degli accessi virus e minacce da Internet sicurezza dei dati transazioni economiche in rete e aspetti legali Fondamenti di networking topologie di rete reti locali e geografiche Internet cloud computing servizi su Internet Applicazioni multimediali formato dei file (immagini, video, audio) esempi di applicazioni multimediali Introduzione alle tecnologie della Realtà Virtuale e Aumentata introduzione alla tecnologia della realtà virtuale introduzione alla tecnologia della realtà aumentata dispositivi di visualizzazione



	rendering grafico interazione nell'ambiente virtuale (con e senza feedback di forza) applicazioni di Realtà Aumentata marker-based e markerless utilizzo di cardboard Realtà virtuale e aumentata per i beni culturali realtà virtuale nei beni culturali realtà aumentata nei beni culturali applicazioni di realtà aumentata su dispositivi mobili realtà aumentata spaziale
Testi di riferimento	Curtin, Foley, Sen, Morin – Informatica di base - McGraw-Hill Materiale fornito dal docente
Altre informazioni utili	

Marketing delle destinazioni turistiche

Prof. Alessandro Maria Peluso

Corso di studi di riferimento	Manager del Turismo (L15)
Dipartimento di riferimento	Scienze dell'Economia
Settore Scientifico Disciplinare	SECS-P/08 - Economia e Gestione delle Imprese
Crediti Formativi Universitari	8
Ore di attività frontale	64
Ore di studio individuale	136
Anno di corso	Secondo
Semestre	Primo
Lingua di erogazione	Italiano
Percorso	Comune

Prerequisiti	Nessuno in particolare
Contenuti	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. Il corso prevede anche il coinvolgimento degli studenti in applicazioni pratiche dei concetti, sotto forma di casi di studio e lavori di gruppo.
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 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	Lezioni frontali, con discussione di casi pratici, attività seminariale, esercitazioni individuali e/o di gruppo.
Modalità d'esame	Per gli studenti FREQUENTANTI



	<p>– Prima parte dell'esame sotto forma di lavori di gruppo (peso 50%) – durante i quali si verificherà la capacità degli studenti di lavorare in team, valutare autonomamente e risolvere problemi concreti, applicando le conoscenze acquisite durante le lezioni frontali, nel rispetto delle indicazioni e delle scadenze fornite dal docente. Ciascun lavoro di gruppo sarà valutato in 30esimi; la media dei voti presi su detti lavori costituirà il voto della cosiddetta <i>Prima Parte</i> dell'esame.</p> <p>– Seconda parte dell'esame sotto forma di prova scritta (peso 50%) – durante la quale si verificherà la capacità di apprendimento degli elementi teorici e pratici della disciplina. Tale verifica avverrà mediante sei quesiti a risposta aperta riguardanti nozioni teoriche e problemi pratici. In tal modo, si consentirà agli studenti di dimostrare le conoscenze disciplinari e le competenze acquisite. La prova scritta permetterà altresì agli studenti di dimostrare la capacità di argomentare, in modo schematico e strutturato, propri giudizi, valutazioni, idee e piani d'azione. Questa prova avrà la durata di 45 minuti; il voto sarà espresso in 30esimi e costituirà la cosiddetta <i>Seconda Parte</i> dell'esame.</p> <p>Per gli studenti NON FREQUENTANTI</p> <p>– Prima parte dell'esame sotto forma di prova scritta (peso 50%) – in sostituzione dei lavori di gruppo, gli studenti non frequentanti dovranno svolgere una prova scritta <i>ad hoc</i>, della durata di 45 minuti, che costituirà la <i>Prima Parte</i> dell'esame. Sarà sotto forma di sei quesiti a risposta aperta riguardanti gli argomenti affrontati nel materiale didattico indicato dal docente per questa specifica prova d'esame e fornito tramite la piattaforma online di Ateneo <i>formazioneonline.unisalento.it</i>. Questo materiale fornirà almeno parte delle informazioni e degli strumenti utilizzati durante i lavori di gruppo.</p> <p>– Seconda parte dell'esame sotto forma di prova scritta (peso 50%) – la quale riguarderà nozioni teoriche e problemi pratici e sarà comune a quella prevista per gli studenti frequentanti.</p> <p>Il voto finale deriva dalla media aritmetica dei voti conseguiti sulle due parti d'esame, a condizione che entrambi siano almeno pari a 18/30esimi. Il voto acquisito su una delle due parti si mantiene a ogni appello successivo.</p>
<p>Programma esteso</p>	<p>L'insegnamento si articola nei seguenti tre moduli:</p> <p>1. Prima parte: introduzione e concetti di base – 1.1 Il turismo nella prospettiva dello sviluppo sostenibile; 1.2 Il territorio come destinazione turistica; 1.3 Destination management e governo del territorio.</p> <p>2. Seconda parte: pianificazione di marketing – 2.1 Analisi della situazione e dell'ambiente di riferimento; 2.2 Analisi delle risorse esistenti e dell'offerta turistica; 2.3 Analisi del mercato e della domanda turistica; 2.4 Elaborazione della strategia di marketing della destinazione turistica: 2.4.1 Definizione degli obiettivi di marketing; 2.4.2 Segmentazione e <i>targeting</i>; 2.4.3 Posizionamento e strategie di <i>branding</i>.</p> <p>3. Terza parte: marketing operativo – 3.1 Azioni di sul prodotto e sull'esperienza turistica; 3.2 Azioni di <i>pricing</i>; 3.3 Azioni sulla distribuzione; 3.4 Azioni sulla comunicazione.</p>
<p>Testi di riferimento</p>	<p>Materiale didattico per gli studenti FREQUENTANTI</p> <p>– Materiale per la Seconda Parte dell'esame – Avendo svolto tutti i lavori di gruppo assegnati dal docente, gli studenti frequentanti dovranno preparare la <i>Seconda Parte</i> dell'esame studiando il seguente materiale:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Dispense delle lezioni schematizzate sotto forma di power point fornite tramite la piattaforma di Ateneo <i>formazioneonline.unisalento.it</i>; 2) Martini U. (2017), <i>Management e marketing delle destinazioni turistiche territoriali: metodi, approcci e strumenti</i>, Milano: McGraw-Hill – solamente i Capitoli 1, 2, 3, 6, 7,



	<p>8.</p> <p>Ovviamente, per lo svolgimento della <i>Prima Parte</i> dell'esame sotto forma di lavori di gruppo, gli studenti frequentanti potranno <i>volontariamente</i> consultare il materiale indicato dal docente per gli studenti non frequentanti.</p> <p>Materiale didattico per gli studenti NON FREQUENTANTI</p> <p>– Materiale per la Prima Parte dell'esame – Non avendo svolto i lavori di gruppo, tali studenti dovranno preparare la <i>Prima Parte</i> dell'esame studiando il seguente materiale, messo a disposizione dal docente tramite la piattaforma <i>formazioneonline.unisalento.it</i>:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Candelo E. (2009), <i>Destination branding: l'immagine della destinazione turistica come vantaggio competitivo</i>, Torino: Giappichelli – solamente i Capitoli 1 e 2; 2) Echtner C. M. e Ritchie J. R. B. (2003), "The meaning and measurement of destination image", <i>Journal of Tourism Studies</i>, 14 (1), 37-48. 3) Prayag G. (2011), "Visitors to Mauritius: using IPA to discern cultural differences in image perceptions", <i>Tourism Sensemaking: Strategies to Give Meaning to Experience. Advances in Culture, Tourism and Hospitality Research</i>, Vol. 5, 153-175. <p>Sempre ai fini della <i>Prima Parte</i> dell'esame, gli studenti non frequentanti dovranno studiare:</p> <ol style="list-style-type: none"> 4) Martini U. (2017), <i>Management e marketing delle destinazioni turistiche territoriali: metodi, approcci e strumenti</i>, Milano: McGraw-Hill – solamente il Capitolo 9 (sul cineturismo). <p>– Materiale per la Seconda Parte dell'esame – Essendo in comune, per preparare questa parte d'esame, gli studenti non frequentanti dovranno studiare lo stesso materiale indicato per gli studenti frequentanti.</p>
<p>Altre informazioni utili</p>	<p>Gli studenti possono prenotarsi per l'esame finale esclusivamente utilizzando le modalità previste dal sistema VOL tramite la piattaforma <i>studenti.unisalento.it</i>.</p>

Sociologia dei Processi Culturali e Comunicativi

Prof.ssa Sarah Siciliano

Corso di studi di riferimento	L15 Manager del Turismo
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	II
Semestre	II
Lingua di erogazione	Italiano
Percorso	Comune

Prerequisiti	Sarebbe utile la conoscenza della lingua inglese.
Contenuti	Il medium è il messaggio; comunicazione generativa; comunità e comunicazione; rivoluzione di paradigma dei nuovi media; rimediazione dei luoghi e architettura della vita sociale; web 2.0 come metafora; strategie e politiche d'intervento.
Obiettivi formativi	Al termine del corso lo studente dovrà: essere capace di comprendere e gestire criticamente il significato e il senso della rimediazione dei luoghi essere in grado di osservare e governare i fenomeni comunicativi da una prospettiva scientifica acquisire abilità comunicative e imparare ad applicare alcune tecniche di ricerca empirica, anche lavorando in gruppo.
Metodi didattici	Lezioni in aula, gruppi di lavoro (anche <i>on line</i>), attività di laboratorio, ricerche individuali. Tutti gli studenti che desiderano essere informati in tempo reale sulle attività del corso, tirocinanti e tesisti, possono consultare la bacheca <i>on line</i> di unisalento (https://www.dsssu.unisalento.it/scheda_personale/-/people/sarah.siciliano). È possibile contattare la prof.ssa Siciliano all'indirizzo di posta elettronica istituzionale (sarah.siciliano@unisalento.it). Inoltre, chi vuole aggiornarsi in tempo reale sulle <i>news</i> della cattedra o su temi di pubblico interesse, può seguire la pagina Lab.COM Laboratorio di Comunicazione ed Empowerment dei Luoghi attivata su <i>Facebook</i> .
Modalità d'esame	La valutazione prevede un esame orale a fine corso. Gli studenti frequentanti, se vogliono, possono fare alcuni esoneri durante, che consistono nella partecipazione ad una ricerca, in presentazioni in aula e <i>report</i> .
Programma esteso	Il corso si rivolge agli studenti che vogliono imparare a padroneggiare scientificamente la comunicazione strategica e la valorizzazione dei luoghi da una prospettiva sociologica, andando oltre gli stereotipi e il senso comune. In particolare, si analizzerà come è possibile ripensare l'architettura della vita sociale dei luoghi attraverso la loro ri-mediazione on line. A partire da un'esperienza sul campo, gli allievi potranno tradurre la teoria in pratiche quotidiane di azione.
Testi di riferimento	Marshall Mc Luhan, <i>Gli strumenti del comunicare</i> , Il Saggiatore 2015. Sarah Siciliano, <i>Ri-mediare i luoghi. Comunità e cambiamento sociale</i> , Milano, Franco Angeli 2018.
Altre informazioni utili	È consigliabile seguire le lezioni per comprendere e praticare pienamente il ruolo, l'importanza e la funzione che assume oggi la comunicazione generativa.

Statistica del Turismo

Prof.ssa 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 degli indici statistici fondamentali per la realizzazione dell'analisi descrittiva delle variabili quali-quantitative rilevate nell'ambito della stessa indagine.
Obiettivi formativi	<p>Il corso si propone il raggiungimento dei seguenti obiettivi formativi:</p> <ul style="list-style-type: none"> - acquisizione degli strumenti della Statistica descrittiva al fine di descrivere, sintetizzare numericamente, presentare e quindi interpretare le osservazioni relative ai fenomeni collettivi, - conoscenza delle fonti statistiche ufficiali più utilizzate a livello nazionale (ISTAT, ISMEA, ecc.) per il reperimento dei dati, - capacità di presentare con chiarezza i risultati delle analisi statistiche effettuate. <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"> - Acquisizione degli strumenti della Statistica descrittiva al fine di descrivere, sintetizzare numericamente, presentare e quindi interpretare le osservazioni relative ai fenomeni collettivi, anche in campo aziendale, economico e finanziario. - Conoscenza delle Fonti statistiche ufficiali più utilizzate a livello nazionale (ISTAT, ISMEA, ecc.) per il reperimento dei dati. <p><u>Capacità di applicare conoscenza e comprensione (applying knowledge and understanding)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Capacità di raccogliere dati, archivarli in database opportunamente definiti, elaborarli e presentare i risultati ottenuti. - Capacità di lettura e valutazione dei metadati che accompagnano le fonti statistiche. - Capacità di percezione dei problemi economici e della loro analisi attraverso il metodo statistico. <p><u>Autonomia di giudizio (making judgements)</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 (communications skills)</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 (learning skills)</u></p> <p>Capacità di apprendimento delle varie fasi per la realizzazione di un'indagine statistica.</p>
Metodi didattici	Lezioni/esercitazioni frontali

<p>Modalità d'esame</p>	<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 alle applicazioni statistiche e 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.</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 paola.martino@unisalento.it"</p> <p>Non sono previste differenze in termini di programma, testi e modalità d'esame fra studenti frequentanti e non frequentanti.</p>
<p>Programma esteso</p>	<p>1. Concetti introduttivi e formalismo. 1.1. Cenni storici. 1.2 Campi di applicazione della Statistica. 1.3. L'indagine statistica. 1.3. Fonti di rilevazione statistica. 1.4. Tecniche di campionamento. 1.5. Caratteri e modalità. 1.6. Il formalismo statistico. 2. Tabelle statistiche e rappresentazioni grafiche. 2.1. Le distribuzioni statistiche. 2.2. Le rappresentazioni grafiche. 3. Indici di posizione. 3.1. Le medie analitiche. 3.2. Le medie lasche. 3.3. Diagramma a scatola e baffi 4. Indici di variabilità. 4.1. Tipologie di indici di variabilità. 4.2. Indici di dispersione. 4.3. Indici di disuguaglianza. 4.4. Intervalli di variazione. 4.5. La variabilità relativa. 4.6. La concentrazione. 4.7. Scarti standardizzati. 5. Gli indici di forma. 5.1. Simmetria. 5.2. Curtosi. 6. I rapporti statistici. 6.1. Concetti generali. 6.2. Classi di rapporti statistici. 6.3. Numeri indici. 7. Analisi della dipendenza. 7.1. Indipendenza. 7.2. Analisi della regressione. 7.3. Indice di determinazione. 8. Analisi dell'interdipendenza. 8.1. Aspetti della correlazione. 8.2. Codevarianza. 8.3. Coefficiente di correlazione lineare. 8.4. La cograduazione. 9. Distribuzioni empiriche e curva normale. 9.1. Distribuzione empirica e distribuzione teorica. 9.2 Curva normale. 9.3. Disuguaglianza di Bienaymé-Chebyshev. 10. Casi di studio riguardanti gli indicatori turistici</p>
<p>Testi di riferimento</p>	<p>-D. Posa, S. De Iaco, M. Palma, Fondamenti di Statistica descrittiva: II edizione, Giappichelli Editore, 2008. -D. Posa, S. De Iaco, M. Palma, S. Maggio, Esercizi di statistica descrittiva, Giappichelli editore, 2006.</p>
<p>Altre informazioni utili</p>	<p>La frequenza alle lezioni, sebbene non sia obbligatoria, è vivamente consigliata.</p>