

A.A. 2018/19

Corso di Laurea Magistrale in Gestione delle attività turistiche e culturali LM49

Diritto dell'ambiente e della cultura	2
Diritto regionale	4
Economia e gestione delle imprese turistiche	6
English for Economics and International Relations	9
Lingua francese	11
Lingua spagnola.....	13
Marketing territoriale	16
Programmazione e controllo delle imprese turistico-ricettive (modulo I).....	18
Programmazione e controllo delle imprese turistico-ricettive (modulo II).....	21
Geografia del turismo	23
Management delle aziende culturali	25
Storia economica del turismo	27
Tecnologia risorse e ambiente (modulo I)	30
Tecnologia risorse e ambiente (modulo II)	31

Diritto dell'ambiente e della cultura

Prof. Saverio Sticchi Damiani

Corso di studi di riferimento	LM49 Gestione delle attività turistiche e culturali
Dipartimento di riferimento	Scienze dell'Economia
Settore Scientifico Disciplinare	IUS/10
Crediti Formativi Universitari	8
Ore di attività frontale	64
Ore di studio individuale	136
Anno di corso	Primo
Semestre	II
Lingua di erogazione	Italiano
Percorso	Comune

Prerequisiti	Elementi di diritto a livello di scuola secondaria superiore.
Contenuti	Analisi della normativa ambientale europea e nazionale, con particolare riferimento alle varie tipologie di inquinamento ed agli aspetti penali connessi. Casi di studio pratici.
Obiettivi formativi	<p>Il corso si propone il raggiungimento dei seguenti obiettivi formativi:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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; <p>Risultati attesi secondo i descrittori di Dublino:</p> <p>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;</p> <p>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;</p> <p>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, lo Studente acquisisce flessibilità di pensiero, capacità di confronto, attitudine al <i>problem solving</i>.</p> <p>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.</p>



	<p>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 dell'insegnamento 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 garantirgli a ulteriori approfondimenti teorico-pratici.</p>
Metodi didattici	Lezioni frontali, Seminari
Modalità d'esame	<p>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.</p> <p>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.</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>Vi sono previste differenze in termini di programma, testi e modalità d'esame fra studenti frequentanti e non frequentanti.</p>
Programma esteso	<p>DIRITTO DELL'AMBIENTE E DELLA CULTURA:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 <p>PARTE SPECIALE</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tutela delle acque e ambiente - Inquinamento atmosferico e clima - Inquinamento elettromagnetico - Rifiuti e fonti energetiche rinnovabili - Normativa penale di settore
Testi di riferimento	Diritto dell'ambiente, a cura di Giampaolo ROSSI, Giappichelli Editore, ultima edizione. Dispense di diritto penale ambientale.
Altre informazioni utili	<p>La frequenza alle lezioni, sebbene non sia obbligatoria, è vivamente consigliata.</p> <p>Calendario appelli: https://easytest.unisalento.it/Calendario/Dipartimento_di_Scienze_dellEconomia/1267/ttTotalHtml.html</p>

Diritto regionale

Prof. Piermassimo Chirulli

Corso di studi di riferimento	Corso di laurea magistrale in Gestione delle attività turistiche e culturali (LM-49)
Dipartimento di riferimento	Dipartimento di Scienze dell'Economia
Settore Scientifico Disciplinare	IUS/09
Crediti Formativi Universitari	8
Ore di attività frontale	64
Ore di studio individuale	136
Anno di corso	I
Semestre	II
Lingua di erogazione	Italiano
Percorso	comune

Prerequisiti	Nessuno
Contenuti	<p>Il corso offrirà preliminarmente una rapida panoramica della generale disciplina costituzionale.</p> <p>Successivamente, si affronterà il tema dell'organizzazione del sistema regionale italiano e in particolare dei suoi rapporti con l'organizzazione statale.</p> <p>Inoltre sarà oggetto di approfondimento il sistema delle fonti del diritto regionale e della loro interazione con quelle statali e sovranazionali.</p> <p>Saranno costantemente considerate le peculiarità del Corso di Laurea e, dunque, verranno affrontate partitamente le prerogative regionali in materia di turismo e attività culturali, anche alla luce della giurisprudenza costituzionale.</p>
Obiettivi formativi	<p><u>Obiettivi formativi:</u></p> <p>Il corso si prefigge l'obiettivo di una conoscenza dell'organizzazione del sistema regionale italiano e in particolare dei suoi rapporti con l'organizzazione statale. Della conoscenza del riparto di competenze tra Stato e regioni, con particolare attenzione alle materie del turismo e delle attività culturali.</p> <p><u>Risultati attesi secondo i descrittori di Dublino:</u></p> <p>Conoscenza e capacità di comprensione (<i>knowledge and understanding</i>):</p> <p>Gli studenti saranno condotti a comprendere l'organizzazione regionale e l'interazione tra i vari organi; l'interazione della Regione con l'apparato statale; il riparto di competenze legislative tra Stato e regioni; le specifiche prerogative regionali in materia di turismo e di attività culturali.</p> <p><u>Capacità di applicare conoscenza e comprensione (<i>applying knowledge and understanding</i>)</u></p> <p>Gli studenti frequentanti utilizzeranno la conoscenza degli elementi teorici ed applicativi inerenti il sistema delle autonomie territoriali dell'ordinamento italiano per l'analisi di fattispecie concrete sottoposte alla loro attenzione dal docente. Per il raggiungimento di tali obiettivi sarà essenziale il costante riferimento alla legislazione, statale e regionale, e alla giurisprudenza costituzionale.</p> <p><u>Autonomia di giudizio (<i>making judgements</i>)</u></p> <p>Gli studenti dovranno dimostrare capacità di indagare, sulla scorta degli strumenti conoscitivi acquisiti, gli esiti applicativi delle riforme costituzionali del sistema delle autonomie italiano e di elaborare autonomamente al riguardo una valutazione critica,</p>

	<p>giuridicamente supportata; dovranno dimostrare di saper individuare il corretto riparto di competenze legislative tra Stato e regioni.</p> <p><u>Abilità comunicative (<i>communication skills</i>)</u></p> <p>La costante interazione con il docente consentirà agli studenti frequentanti la possibilità di migliorare la propria capacità di esposizione articolata ed organica degli elementi acquisiti, nonché di comunicazione chiara delle personali riflessioni maturate; specifica attenzione sarà appuntata al commento delle sentenze della Corte costituzionale.</p> <p><u>Capacità di apprendimento (<i>learning skills</i>)</u></p> <p>Gli studenti frequentanti che si confronteranno con l'analisi di fondamentali pronunce del Giudice costituzionale sul riparto di competenze fra Stato e Regioni, avranno l'occasione di verificare in concreto ed in itinere le competenze acquisite o implementate durante il corso, i propri punti di forza e di debolezza, sì da intervenire tempestivamente, anche con l'aiuto del docente, a colmare eventuali lacune nella propria preparazione di base.</p>
Metodi didattici	Lezioni frontali ed esercitazioni
Modalità d'esame	<p>Modalità di esame: esame orale</p> <p>Modalità di accertamento: L'accertamento della conoscenza e della capacità di comprensione avviene tramite una prova orale attraverso la quale si verifica la conoscenza degli argomenti del programma, anche con riferimento alle interazioni tra loro.</p> <p><i>"Lo Studente, disabile e/o con DSA, che intende usufruire di un intervento individualizzato per lo svolgimento della prova d'esame deve contattare l'ufficio Integrazione Disabili dell'Università del Salento all'indirizzo paola.martino@unisalento.it"</i></p>
Appelli d'esame	Si rimanda alla pagina: http://www.economia.unisalento.it/536
Programma esteso	<p>Il Programma affronterà i seguenti argomenti:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Concetti generali: Principi fondamentali della Costituzione repubblicana e assetto istituzionale della Repubblica italiana. Pluralismo istituzionale: l'autonomia regionale. 2. L'evoluzione del regionalismo italiano dal modello costituente alla "riforma" del titolo V della parte II della Costituzione. 3. Unità della Repubblica e pluralismo istituzionale. L'autonomia costituzionale di regioni, province e comuni. 4. La forma di governo regionale: modello costituzionale e varianti regionali. 5. Gli organi regionali fondamentali. Il Presidente della regione, il Consiglio regionale, la Giunta regionale, il Consiglio delle autonomie. 6. Le fonti normative. Gli statuti regionali. La potestà legislativa statale e regionale. Le potestà regolamentari. 7. La pubblica amministrazione regionale: organizzazione e funzioni (cenni) 8. I rapporti istituzionali. Stato, regioni e Unione europea. Stato, regioni e enti locali. 9. Autonomia finanziaria e c.d. federalismo fiscale. 10. Gli strumenti di garanzia costituzionale: il regionalismo davanti alla Corte costituzionale. 11. Art. 116 Cost. e regionalismo differenziato
Testi di riferimento	<p>Un Manuale a scelta tra i seguenti:</p> <ul style="list-style-type: none"> - A. D'Atena, <i>Diritto regionale</i>, Giappichelli, Torino, ult. ed. disp. - R. Bin - G. Falcon, <i>Diritto regionale</i>, Il Mulino, Bologna, ult. ed. disp. - B. Caravita-F. Fabrizzi-A. Sterpa, <i>Lineamenti di Diritto costituzionale delle Regioni e degli Enti locali</i>, Giappichelli, Torino, ult. ed. disp. <p>È indispensabile la consultazione del testo della Costituzione repubblicana.</p>
Altre informazioni utili	Il prof. Chirulli riceve le studentesse e gli studenti alla fine della lezione.

Economia e gestione delle imprese turistiche

Prof. Pierfelice Rosato

Corso di studi di riferimento	Gestione dell'attività turistiche e culturali LM49
Dipartimento di riferimento	Scienze dell'Economia
Settore Scientifico Disciplinare	SECS-P/08
Crediti Formativi Universitari	10
Ore di attività frontale	80
Ore di studio individuale	170
Anno di corso	Primo
Semestre	Annuale
Lingua di erogazione	Italiano
Percorso	Comune

Prerequisiti	Elementi di base di gestione d'impresa e marketing
Contenuti	L'insegnamento di Economia e Gestione delle Imprese turistiche fornisce agli studenti gli strumenti manageriali utili per affrontare i temi del management e del marketing con riferimento alle imprese e alle destinazioni turistiche. In particolare, fornisce metodologia e strumenti operativi per affrontare le sfide della gestione d'impresa e delle destinazioni turistiche.
Obiettivi formativi	<p>Il corso si propone il raggiungimento dei seguenti obiettivi formativi:</p> <p>conoscere e affrontare le specificità associate alle imprese appartenenti al settore del turismo;</p> <p>acquisire i principali strumenti di analisi settoriale in ambito turistico</p> <p>acquisire un metodo di analisi alle problematiche di tipo economico - manageriale</p> <p>Conoscere ed utilizzare gli strumenti a supporto delle scelte strategiche ed operative necessarie in termini di management delle imprese e delle destinazioni turistiche.</p> <p>Risultati attesi secondo i descrittori di Dublino:</p> <p><u>Capacità di applicare conoscenza e comprensione (applying knowledge and understanding)</u></p> <p>Capacità di raccogliere dati, analizzarli e presentarli in modo chiaro e comprensibile:</p> <p>Capacità di utilizzare i principali strumenti di analisi di settore applicati al turismo</p> <p>Capacità di utilizzare i principali strumenti manageriali a supporto delle scelte di management e marketing delle imprese e delle destinazioni turistiche</p> <p><u>Autonomia di giudizio (making judgements)</u></p> <p>Capacità di valutazione dei risultati delle analisi effettuate attraverso i diversi strumenti manageriali</p> <p>Capacità di assumere decisioni di tipo manageriale ed operativo</p> <p><u>Abilità comunicative (communications skills)</u></p> <p>Capacità di presentare i risultati delle proprie analisi attraverso un processo comunicativo chiaro ed organico.</p> <p>Capacità di sostenere le decisioni che si ritiene vadano adottate in relazione alle riflessioni e analisi condotte.</p> <p><u>Capacità di apprendimento (learning skills)</u></p> <p><u>Capacità di apprendimento dei modelli di analisi manageriali e degli strumenti a supporto delle decisioni d'impresa in ambito turistico</u></p>
Metodi didattici	Lezioni/esercitazioni frontali con un elevato grado d'interazione dello studente



Modalità d'esame	<p>Prova Orale.</p> <p>A conclusione del ciclo di lezioni frontali l'esame sarà orale attraverso la formulazione di domande in grado di verificare la comprensione e l'apprendimento di quanto previsto nel programma in linea con i descrittori di Dublino.</p> <p>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>
Programma esteso	<p>Parte I: Il settore turistico.</p> <p>Vengono presentati i concetti e gli aspetti di base per impostare lo studio del turismo da un punto di vista economico – manageriale. Nello specifico, partendo dalla concezione generale di “viaggi e turismo” vengono forniti gli elementi per definire e analizzare in modo coerente le diverse tipologie di domanda turistica, i caratteri fondamentali che la caratterizzano, le tipologie di turismo, i diversi attori (clienti – utilizzatori). Vengono inoltre definiti e discussi i concetti e i riferimenti teorici attraverso cui identificare e analizzare i diversi tipi di prodotto turistico attraverso un percorso di analisi che consideri la definizione del concetto di “fattore d’attrattiva”, del prodotto turistico globale, dei sistemi di offerta, del prodotto turistico specifico.</p> <p>Vengono inoltre proposti i principali modelli di analisi settoriale evidenziando le specificità dell’ambito turistico.</p> <p>Parte II: Aspetti economico – gestionali delle imprese turistiche.</p> <p>Vengono analizzate le principali specificità economico – manageriali delle imprese che compongono il settore turistico. Si sofferma l’attenzione in special modo sulle scelte strategiche, di marketing ed operative delle seguenti tipologie di imprese turistiche: tour operator, agenzie di viaggi, imprese crocieristiche, imprese di trasporto (in special modo del trasporto aereo con una specifica attenzione per le compagnie low cost), attori del turismo congressuali. Si dedicherà una parte monografica del corso alle principali scelte strategiche e gestionali delle imprese alberghiere.</p> <p>Parte III: Internet e turismo</p> <p>In tale parte del corso si sofferma l’attenzione sul ruolo che le ICT assumono nella definizione dei modelli di business delle imprese turistiche. In particolar modo si analizzano i processi di disintermediazione e reintermediazione all’interno della filiera turistica in virtù del diffondersi dell’e-commerce turistico e della nascita di nuovi intermediari virtuali.</p> <p>Inoltre, vengono analizzati e studiati i modelli di business associati allo sviluppo dell’e-tourism, il ruolo del social media marketing in ambito turistico e della web reputation.</p> <p>Parte IV: Il Destination Management.</p> <p>L’ultima parte del corso è dedicata allo studio del Destination Management. Si riconosce come un livello di competizione evidente in ambito turistico sia non soltanto quello tra diverse imprese bensì anche tra destinazioni turistiche alternative.</p>



	In tale contesto si definisce il concetto di “destinazione turistica”, si affrontano i problemi di governance della destinazione, della definizione dei rapporti tra i soggetti economici che compongono la destinazione, delle politiche atte ad utilizzare strumenti di management per valorizzare la destinazione e, in particolare, gli strumenti e le attività di destination marketing.
Testi di riferimento	V. Della Corte "Imprese e sistemi turistici", Ed. Egea (capitoli 4,6,8,9, esclusi); M. Franch (a cura di) "Marketing delle destinazioni turistiche" Mc Graw-Hill, 2010 (capitoli 4,7,8 esclusi).
Altre informazioni utili	La frequenza alle lezioni, sebbene non sia obbligatoria, è vivamente consigliata. Commissione d'esame: Pierfelice Rosato (Presidente), Antonio Iazzi (Componente), Amedeo Maizza (Componente), Paola Scorrano (Componente), Oronzo Trio (Componente)

English for Economics and International Relations

Prof.ssa Antonella Calogiuri

Corso di laurea in Gestione delle attività turistiche e culturali LM49
Dipartimento di riferimento: Dipartimento di Scienze dell'Economia
Settore Scientifico Disciplinare: L-LIN/12
Crediti formativi universitari: 8.0
Ore attività frontale: 64
Ore di studio individuale: 136
Anno di corso: 1
Semestre: Primo Semestre
Lingua di erogazione: INGLESE
Percorso: COMUNE

Prerequisiti	Conoscenza grammaticale di base
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	

Lingua francese

Prof.ssa Venanzia Annese

Corso di studi di riferimento: GESTIONE DELLE ATTIVITA' TURISTICHE E CULTURALI
Dipartimento di riferimento: Scienze dell'Economia
Settore Scientifico Disciplinare: L-LIN/04
Crediti: 6.0
Ore Attività frontale: 48
Ore di studio individuale: 102
Anno di corso: 1
Semestre: Primo Semestre
Lingua: ITALIANO
Percorso: PERCORSO GENERICOMUNO (PDS0-2010)
Sede: Lecce

Prerequisiti	conoscenza della lingua livello A1
Contenuti	Introdurre il discente nel mondo della comunicazione nell'ambito economico-finanziario e manageriale.
Obiettivi formativi	<p>Il corso si propone il raggiungimento dei seguenti obiettivi formativi:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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 <p>Risultati attesi secondo i descrittori di Dublino:</p> <p>Conoscenza e capacità di comprensione (knowledge and understanding):</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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. <p>Capacità di applicare conoscenza e comprensione (applying knowledge and understanding):</p> <p>Repérage, ricomposizione di lettere date en vrac o à trous, con le recharges o senza di redazione di lettere a partire da un enunciato</p> <p>Autonomia di giudizio (making judgements):</p> <p>Capacità di valutazioni derivanti da documenti autentici e professionali</p> <p>Abilità comunicative (communications skills):</p> <p>Molteplici attività, che vanno da quelle di ricezione a quelle di produzione</p> <p>Capacità di apprendimento (learning skills):</p>



	Tutti gli argomenti e i documenti proposti forniscono una base per un lavoro, di osservazione, riflessione e composizione.
Metodi didattici	Convenzionale, lezioni frontali, esercitazioni, Seminari
Modalità d'esame	<p>Prova scritta e orale a conclusione del ciclo di lezioni frontali (verifica delle nozioni acquisite mediante lo sviluppo di elaborati scritti per la parte inerente al lessico e alle strutture linguistiche proprie del settore del turismo e prova orale a valutare taluni aspetti legati alla professionalità nel campo turistico, in linea con i descrittori di Dublino).</p> <p>Successivamente viene redatto apposito verbale, sottoscritto dal Presidente e dai membri della commissione e dallo studente esaminato. Il superamento dell'esame presuppone il conferimento di un voto non inferiore ai diciotto/trentesimi (con eventuale assegnazione della lode) e prevede l'attribuzione dei corrispondenti CFU.</p> <p>"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>
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	Commerce en atelier Simonelli/Cambria, SEI Edizione + materiale del docente
Altre informazioni utili	<p>La frequenza alle lezioni, sebbene non sia obbligatoria, è vivamente consigliata.</p> <p>Commissione di esame: Venanzia Annese (Presidente) - Betty Devynck (componente)</p>

Lingua spagnola

Prof. Gennaro Loiotine

Corso di studi di riferimento	GESTIONE DELLE ATTIVITA' TURISTICHE E CULTURALI
Dipartimento di riferimento	SCIENZE DELL'ECONOMIA
Settore Scientifico Disciplinare	L-LIN/07
Crediti Formativi Universitari	6
Ore di attività frontale	48
Ore di studio individuale	102
Anno di corso	PRIMO
Semestre	I
Lingua di erogazione	ITALIANO
Percorso	

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



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

Abilità di comprensione e produzione orale:

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

Abilità di comprensione e produzione scritta:

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

Autonomia di giudizio (Making judgements):

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

Abilità comunicative (Communication skills):

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

Capacità di apprendimento (Learning skills):

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

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

- ampliamento e consolidamento del lessico economico, commerciale e turistico spagnolo;
- sviluppo delle abilità di lettura sia globale, che analitica, attraverso l'uso, accompagnato da attività di comprensione mirate, di una varietà di testi autentici rappresentativi dei diversi generi testuali tipici dell'ambito professionale e lavorativo degli utenti;
- sviluppo della capacità di comprendere testi orali rappresentativi dei diversi generi testuali caratteristici dell'ambito professionale e lavorativo degli utenti;
- sviluppo della capacità di comunicare e interagire in modo efficace e appropriato in contesti e situazioni specifiche dell'ambito professionale degli utenti;

	- sviluppo delle abilità di produzione scritta, con riferimento a testi di carattere economico, commerciale e turistico.
Metodi didattici	Lezioni frontali, esercitazioni, attività di laboratorio, lavoro di gruppo. Le lezioni del Docente sono coadiuvate dalla collaborazione della Lettrice per il perfezionamento della lingua scritta e orale.
Modalità d'esame	Prova scritta propedeutica alla prova orale, a conclusione del ciclo di lezioni frontali (<u>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, che conferiranno conoscenze e comprensione, capacità di applicare conoscenze e comprensione, autonomia di giudizio, abilità comunicative e capacità di apprendimento in linea con in descrittori di Dublino</u>). La prova scritta è così articolata: un esercizio sull'applicazione di dei modi e tempi verbali. Un secondo esercizio sull'uso delle preposizioni. Un terzo esercizio riguardante la traduzione dall'italiano allo spagnolo di una lettera commerciale attinente ai contenuti del programma svolto. Il colloquio orale si compone di due parti: la prima da effettuare con la Lettrice circa la conversazione e conoscenze storico-geografiche della Spagna; la seconda parte riguardante il commercio e il settore relativo al settore commerciale e turistico con il Docente di riferimento. “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”
Programma esteso	Principali aspetti della fonetica, grammatica e sintassi della Lingua spagnola. Cenni di Storia moderna e contemporanea della Spagna e Geografia fisica e politica.
Testi di riferimento	Grammatica pratica della Lingua spagnola, G. Liotine, Editrice Milella Bari Via Rápida Libro del alumno, Editorial Difusión Barcelona. Appunti del docente e facsimili di prove scritte
Altre informazioni utili	

Marketing territoriale

Prof. Oronzo Trio

Corso di studi di riferimento	LM49 Gestione della attività turistiche e culturali
Dipartimento di riferimento	Dipartimento di Scienze dell'Economia
Settore Scientifico Disciplinare	SECS P/08
Crediti Formativi Universitari	10
Ore di attività frontale	80
Ore di studio individuale	170
Anno di corso	I
Semestre	Annuale
Lingua di erogazione	Italiano
Percorso	Comune

Prerequisiti	Nessun prerequisito richiesto.
Contenuti	<p>Il programma tratta in primo luogo i fondamenti del marketing aziendale e le principali componenti delle attività di analisi e studio dei mercati attraverso le quali conoscere il cliente potenziale, analizzarne i bisogni ed i comportamenti d'acquisto, decidere le azioni da intraprendere per avvicinarlo al prodotto. In questa parte si evidenzia inoltre il ruolo del brand e delle leve del <i>marketing mix</i>.</p> <p>Successivamente viene analizzato il prodotto territoriale e le sue componenti, ponendo in risalto la particolarità delle risorse materiali ed immateriali che concorrono a definirlo ed il complesso di attori e relazioni che ne costituiscono l'elemento essenziale per la realizzazione delle finalità di sviluppo. Queste ultime sono rappresentate attraverso due specifici percorsi, tra loro complementari per la competitività territoriale: l'attrazione degli investimenti e l'attrattività turistica.</p> <p>Viene analizzato il modo in cui il marketing possa essere utilizzato nelle problematiche dello sviluppo economico locale, evidenziando alcuni limiti concettuali e, quindi, il perimetro entro cui tale disciplina può trovare concreta applicazione.</p> <p>I contenuti del marketing sono presentati e interpretati nel quadro più ampio della pianificazione dello sviluppo economico locale, cercando di cogliere le valenze che essi esercitano sull'impostazione e sui contenuti del piano strategico.</p> <p>Sul piano operativo vengono approfondite la strategia di sviluppo dell'offerta e la strategia di comunicazione. Il primo tema chiarisce le modalità operative attraverso cui è possibile sviluppare un'offerta territoriale, intervenendo sulle componenti del sistema locale e raccordando gli attori che ne hanno il controllo materiale e individuando opportune modalità di presentazione dell'offerta ai suoi potenziali "acquirenti".</p> <p>Infine, si illustrano le particolari problematiche della comunicazione del territorio, con riferimento, tra l'altro, agli obiettivi, agli attori coinvolti, ai suoi possibili effetti, alla configurazione degli strumenti del mix di comunicazione</p>
Obiettivi formativi	<p>Il corso si propone di fornire gli strumenti necessari per definire ed attuare strategie di rafforzamento della "competitività sostenibile" di un'area geografica e per collegare in modo efficace l'offerta territoriale alla sua domanda potenziale.</p> <p>Vengono preliminarmente forniti agli studenti concetti e strumenti teorici ed applicativi del marketing aziendale: da un lato presentando gli elementi di base della disciplina, dall'altro declinandoli in strategie e attività attuate dai <i>policy maker</i> nella loro azione di governo del territorio.</p> <p>L'obiettivo fissato non consiste nella semplice trasposizione alla gestione territoriale delle tecniche di marketing sviluppate per le aziende e le organizzazioni in genere, quanto piuttosto nella rivisitazione dei tradizionali strumenti e nella loro declinazione rispetto al territorio, visto quest'ultimo come "sistema" che compete per disporre delle risorse necessarie al suo sviluppo sostenibile.</p>
Metodi didattici	Lezioni frontali, Seminari e Project Work



Modalità d'esame	L'esame consiste in una prova orale sugli argomenti del corso eventualmente integrata da un facoltativo lavoro di ricerca – anche di gruppo - su un tema concordato preliminarmente con il docente. Per gli Appelli si rimanda al seguente link: https://easytest.unisalento.it/Calendario/Dipartimento_di_Scienze_dellEconomia/index.html
Programma esteso	<ul style="list-style-type: none">• Fondamenti di marketing aziendale• Elementi di marketing territoriale• Il territorio come sistema competitivo• L'applicazione del marketing al territorio• L'analisi della domanda• L'analisi dell'offerta• Strategia e pianificazione dello sviluppo economico territoriale• Il governo dello sviluppo economico territoriale• La strategia di offerta• La strategia di comunicazione
Testi di riferimento	Oronzo Trio (a cura di): "Strumenti e percorsi di marketing aziendale e del territorio" (cap. 1 e 2). Franco Angeli, 2014 Matteo Caroli - Matteo G. Caroli: " <i>Il marketing per la gestione competitiva del territorio</i> ". Franco Angeli, 2014. Dispense distribuite dal docente durante il corso
Altre informazioni utili	E' attiva una pagina facebook raggiungibile all'indirizzo https://www.facebook.com/groups/199663357615074/ riservata agli studenti del corso nella quale sarà inserito materiale di interesse e di discussione durante le lezioni. Le slide del corso saranno rese disponibili – previa registrazione – nella pagina riservata del sito http://www.imagineunisalento.com/

Programmazione e controllo delle imprese turistico-ricettive (modulo I)

Prof. Paolo Leoci

Corso di studi di riferimento	Corso di Laurea Magistrale in Gestione delle Attività Turistiche e Culturali (Classe LM 49)
Dipartimento di riferimento	Dipartimento di Scienze dell'Economia
Settore Scientifico Disciplinare	SECS-P/07
Crediti Formativi Universitari	5
Ore di attività frontale	40
Ore di studio individuale	85
Anno di corso	Primo
Semestre	I
Lingua di erogazione	Italiano

Prerequisiti	Nessuno, tuttavia la conoscenza dell'Economia Aziendale agevola lo studio.
Contenuti	<p>Il corso si propone di sviluppare le capacità di analisi dei contesti operativi aziendali e di impiego delle metodologie quantitative che costituiscono il presupposto dei sistemi di controllo direzionale.</p> <p>Il corso consente inoltre di sviluppare competenze in grado di collegare il fabbisogno informativo alla base delle decisioni manageriali alla tipologia di informazioni a supporto, dando enfasi alla fase di produzione, organizzazione di informazioni gestionali e impiego nei diversi processi decisionali dell'impresa.</p>
Obiettivi formativi	<p>Il corso si propone il raggiungimento dei seguenti obiettivi formativi:</p> <ul style="list-style-type: none"> • conoscenze dei processi di programmazione e controllo delle imprese turistico-ricettive, con particolare riferimento al caso delle imprese alberghiere e di intermediazione turistica. • Conoscenza degli strumenti e modelli manageriali applicati nelle organizzazioni turistiche. • Conoscenza delle tecniche operative di controllo, basate sullo sviluppo di modelli decisionali associati al processo di programmazione operativa e budgeting, consente di orientare e supportare i processi manageriali, gestire il sistema di responsabilizzazione e governare i meccanismi di gestione per obiettivi. <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 di programmazione e controllo al fine di presentare e quindi interpretare le osservazioni relative ai fenomeni collettivi di natura economico-aziendale e sociale inerenti la gestione delle imprese del settore turistico. <p><u>Capacità di applicare conoscenza e comprensione (applying-knowledge and understanding)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacità di lettura e valutazione dei risultati dell'analisi di bilancio e di riclassificazione. <p><u>Autonomia di giudizio (making judgements)</u></p>



	<ul style="list-style-type: none"> • Capacità di valutazione dei risultati derivanti dall'analisi dell'attività di programmazione e gestione delle imprese del settore turistico <p><u>Abilità comunicative (communicationskills)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacità di presentare con chiarezza i risultati delle analisi effettuate e dell'attività di trasferimento dei dati e delle successive decisioni verso le risorse umane operanti a livello esecutivo. <p><u>Capacità di apprendimento (learningskills)</u></p> <p>Capacità di apprendimento delle varie fasi per la realizzazione di un piano strategico di gestione dell'impresa.</p>
Metodi didattici	Convenzionale, lezioni ed esercitazioni in aula. Utilizzo di supporti visivi in formato PowerPoint.
Modalità d'esame	<p>Prova orale a conclusione del ciclo di lezioni frontali.</p> <p>L'esame mira ad accertare il grado di conoscenza dello studente sugli aspetti sia pratici, sia teorici della disciplina. In particolare, l'obiettivo è quello di valutare: il grado di assimilazione dei contenuti della disciplina, la capacità di operare gli opportuni collegamenti tra i vari temi trattati, la capacità di esprimere in maniera chiara ed esaustiva gli argomenti richiesti, di applicare le conoscenze, l'autonomia di giudizio, abilità comunicative e capacità di apprendimento in linea con in descrittori di Dublino).</p> <p>Il corso è diviso in 2 moduli erogati rispettivamente nel primo e nel secondo semestre. Al termine del primo modulo gli studenti possono sostenere un esonero parziale, con determinazione di un voto di profitto. L'esonero viene verbalizzato come prova intermedia.</p> <p>Al termine del secondo modulo (secondo semestre), gli studenti dovranno superare l'esame orale il cui voto finale corrisponderà al valore della media aritmetica tra i voti ottenuti nell'esonero e all'appello alla fine del secondo modulo.</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>
Programma esteso	<p>1° parte</p> <ul style="list-style-type: none"> • L'attività economica in forma d'impresa • Il sistema aziendale. • Aspetto oggettivo ed aspetto soggettivo • Le tipologie di aziende • La componente personale • La componente mezzi • La componente organizzativa • La funzione di pianificazione e controllo <p>2° parte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Introduzione al controllo di gestione



	<ul style="list-style-type: none">• Analisi dei costi delle imprese turistiche• Analisi dei costi lungo la catena del valore delle imprese turistiche• Analisi costi, volumi, risultati
Testi di riferimento	Di Cagno N. - Adamo S.- Giaccari F., - Lineamenti di Economia Aziendale , Cacucci, Bari, 2011 (Parte prima: Cap. I, II, III, IV.) Anna Lia Scannerini, Miriam Berretta - Strumenti di controllo per le imprese turistiche , Angeli, Milano 2014 Anna Maria Arcari - Programmazione e controllo , McGraw-Hill Education, 2019 ISBN: 9788838694813
Altre informazioni utili	Si raccomanda la frequenza del corso pur non obbligatoria. Per i frequentanti, ai fini della valutazione finale, si terrà conto anche della partecipazione in aula, alla discussione dei casi aziendali e alle testimonianze. Si consiglia di consultare la bacheca online sul sito docente sia per eventuali comunicazioni, sia per eventuali variazioni delle date di appello, qualora, per ragioni di segreteria, queste dovessero verificarsi.

Programmazione e controllo delle imprese turistico-ricettive (modulo II)

Prof. Stefano Adamo

Corso di studi di riferimento	Corso di Laurea in Gestione delle attività turistiche e culturali LM49
Dipartimento di riferimento	Dipartimento di Scienze dell'Economia
Settore Scientifico Disciplinare	SECS-P/07 Economia Aziendale
Crediti Formativi Universitari	5 cfu
Ore di attività frontale	40 ore
Ore di studio individuale	85 ore
Anno di corso	Primo
Semestre	II semestre
Lingua di erogazione	Italiano
Percorso	

Prerequisiti	Superamento prova intermedia modulo I
Contenuti	La contabilità direzionale nelle imprese turistiche Le attività e gli strumenti di programmazione e controllo nelle imprese turistiche
Obiettivi formativi	<p>Obiettivi formativi:</p> <p>Il corso intende fornire gli approfondimenti delle principali tecniche di programmazione e controllo delle imprese turistiche</p> <p>Apprendimento degli strumenti di contabilità direzionale.</p> <p>Risultati attesi secondo i descrittori di Dublino:</p> <p>Conoscenza e capacità di comprensione (<i>knowledge and understanding</i>):</p> <ul style="list-style-type: none"> - Acquisizione delle principali tecniche di programmazione e controllo - Conoscenza degli aspetti gestionali e del controllo di gestione caratterizzanti le imprese turistico-ricettive. <p>Capacità di applicare conoscenza e comprensione (<i>applying knowledge and understanding</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Capacità di utilizzo degli strumenti di contabilità direzionale nei processi decisionali delle imprese - Capacità di utilizzo delle conoscenze della dinamica gestionale caratterizzanti le imprese turistico-ricettive nell'applicazione delle tecniche di programmazione e nel controllo delle imprese turistiche. <p>Autonomia di giudizio (<i>making judgements</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> -Capacità di valutazione dei risultati derivanti dall'applicazione degli strumenti di contabilità direzionale. <p>Abilità comunicative (<i>communication skills</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> -Capacità di presentare con chiarezza le conoscenze acquisite in relazione agli obiettivi formativi con utilizzo di terminologia e linguaggio economico-aziendale appropriati per la descrizione della dinamica e delle tecniche di programmazione e controllo. <p>Capacità di apprendimento (<i>learning skills</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> -Capacità di apprendimento delle problematiche delle imprese turistico-ricettive e dell'utilità del controllo di gestione per il conseguimento delle finalità aziendali.
Metodi didattici	Convenzionale con lezioni frontali ed esercitazioni



Modalità d'esame	<p>Modalità di esame: orale</p> <p>Modalità di accertamento: L'accertamento della conoscenza e della capacità di comprensione avviene tramite una prova orale attraverso la quale si verifica 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.</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>Le modalità di esame e i testi di riferimento indicati valgono sia per gli studenti frequentanti sia per gli studenti non frequentanti.</p>
Programma esteso	<p>La contabilità direzionale nelle imprese turistiche</p> <p>Le attività e gli strumenti di programmazione e controllo nelle imprese turistiche</p> <ul style="list-style-type: none">* Tecniche di <i>pricing</i>.* Il <i>Revenue Management</i>* Il budget* L'analisi di funzionalità
Testi di riferimento	<p>Scannerini A.L.-Berretta M., <i>Strumenti di controllo per le imprese turistiche</i>, F. Angeli, Milano, 2014 (capp. 5,6,7 e 8)</p>
Altre informazioni utili	<p>Gli appelli d'esame del II modulo di Programmazione e Controllo delle Imprese Turistico-Ricettive in quanto insegnamento previsto nel II semestre si terranno a partire da giugno 2019.</p>

Geografia del turismo

Prof. Stefano De Rubertis

Corso di studi di riferimento	Gestione delle attività turistiche e culturali
Dipartimento di riferimento	Scienze dell'Economia
Settore Scientifico Disciplinare	M-GGR/02
Crediti Formativi Universitari	8
Ore di attività frontale	64
Ore di studio individuale	
Anno di corso	II
Semestre	I
Lingua di erogazione	Italiano
Percorso	Percorso generico/comune (pds0-2010)

Prerequisiti	<i>nessuno</i>
Contenuti	<p>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, fattori di sviluppo, geografia. Turismo attivo e passivo. Circolazione turistica. Documentazione statistica e sua rappresentazione grafica e cartografica. Paradigmi recenti e modelli. Principali tendenze del turismo nazionale e internazionale. Le qualità delle destinazioni.</p> <p>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 all'applicazione a casi di studio, a ricerche (individuali e di gruppo) degli strumenti acquisiti.</p>
Obiettivi /formativi	<p>Risultati attesi: conoscenza delle principali dinamiche territoriali del turismo internazionale e italiano e capacità di utilizzare e analizzare criticamente le statistiche di settore; comprensione delle connessioni intersettoriali; conoscenza del potenziale impatto del turismo sullo sviluppo territoriale; saper analizzare il fenomeno a scale differenti; saper interpretare e rappresentare il fenomeno utilizzando fonti primarie e secondarie; saper comunicare efficacemente utilizzando il linguaggio della geo-graficità.</p>
Metodi didattici	<p>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 saranno raggiunti attraverso un processo di ricerca-scoperta.</p>
Modalità d'esame	<p>L'accertamento dell'acquisizione delle competenze previste dal Corso avviene tramite una prova orale durante la quale si valutano la qualità delle conoscenze acquisite e la capacità di riorganizzare criticamente i contenuti del programma. Per gli studenti frequentanti la valutazione terrà conto dei risultati di una prova intermedia e dei risultati delle prove da sostenere alla fine del corso.</p>
Programma esteso	<p>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, fattori di sviluppo, geografia. Turismo attivo e passivo. Circolazione turistica. Documentazione statistica e sua rappresentazione grafica e cartografica. Paradigmi recenti e modelli. Principali tendenze del turismo nazionale e internazionale. Le qualità delle destinazioni.</p> <p>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</p>



	<p>dedicata all'applicazione a casi di studio, a ricerche (individuali e di gruppo) degli strumenti acquisiti.</p> <p>Testi di riferimento a.a. 2014-2015</p> <p>- Lozato-Giotart J.-P., Geografia del turismo. Dallo spazio consumato allo spazio gestito, Hoepli, 2008.</p> <p>-Osservatorio Nazionale del Turismo, Rapporto sul turismo 2012 (scaricabile gratuitamente dal sito http://www.ontit.it/opencms/opencms/ont/it/documenti/02992?category=documenti/ricerche_ONT). Sono consigliati i capitoli: 1. Il turismo internazionale, 2. Il turismo nelle strutture ricettive italiane, 3. Il turismo dei residenti nel 2012, 4. La spesa turistica degli stranieri in Italia, 5. Il sistema delle imprese e gli occupati nel turismo. Possono considerarsi esclusi dal programma gli altri capitoli.</p> <p>Testi di riferimento dall'a.a. 2015-2016</p> <p>- Piero Innocenti, Geografia del Turismo, Carocci, 2014 (Tutti i capitoli).</p> <p>-Osservatorio Nazionale del Turismo, Rapporto sul turismo 2012 (scaricabile gratuitamente dal sito http://www.ontit.it/opencms/opencms/ont/it/documenti/02992?category=documenti/ricerche_ONT). Sono consigliati i capitoli: 1. Il turismo internazionale, 2. Il turismo nelle strutture ricettive italiane, 3. Il turismo dei residenti nel 2012, 4. La spesa turistica degli stranieri in Italia, 5. Il sistema delle imprese e gli occupati nel turismo. Possono considerarsi esclusi dal programma gli altri capitoli.</p> <p>Modalità d'esame. L'accertamento dell'acquisizione delle competenze previste dal Corso avviene tramite una prova orale durante la quale si valutano la qualità delle conoscenze acquisite e la capacità di riorganizzare criticamente i contenuti del programma. Per gli studenti frequentanti la valutazione terrà conto dei risultati di una prova intermedia e dei risultati delle prove da sostenere alla fine del corso.</p> <p>Commissione d'esame: De Rubertis S., Salento A., Labianca M.</p> <p>Giorni e Orario di ricevimento: Mercoledì ore 10-11 (Ecotekne, Lecce) o, nel periodo di svolgimento del Corso, dopo la lezione.</p> <p>La frequenza è facoltativa. L'attività didattica prevede lezioni frontali ed esercitazioni e si svolge in lingua italiana. Sede: Ecotekne. Aula: Laboratorio informatico. Prerequisiti: nessuno. Propedeuticità: nessuna.</p> <p>Risultati attesi: conoscenza delle principali dinamiche territoriali del turismo internazionale e italiano e capacità di utilizzare e analizzare criticamente le statistiche di settore.</p>
<p>Testi di riferimento</p>	<p>- Piero Innocenti, Geografia del Turismo, Carocci, 2014 (Tutti i capitoli).</p> <p>-Osservatorio Nazionale del Turismo, Rapporto sul turismo 2012 (scaricabile gratuitamente dal sito http://www.ontit.it/opencms/opencms/ont/it/documenti/02992?category=documenti/ricerche_ONT). Sono consigliati i capitoli: 1. Il turismo internazionale, 2. Il turismo nelle strutture ricettive italiane, 3. Il turismo dei residenti nel 2012, 4. La spesa turistica degli stranieri in Italia, 5. Il sistema delle imprese e gli occupati nel turismo. Possono considerarsi esclusi dal programma gli altri capitoli.</p>
<p>Altre informazioni utili</p>	<p>Giorni e Orario di ricevimento: mercoledì ore 10-11 (Ecotekne, Lecce) o, nel periodo di svolgimento del Corso, dopo la lezione.</p> <p>La frequenza è facoltativa. L'attività didattica prevede lezioni frontali ed esercitazioni e si svolge in lingua italiana. Sede: Ecotekne. Aula: Laboratorio informatico.</p>

Management delle aziende culturali

Prof.ssa Francesca Imperiale

Corso di studi di riferimento	LM49 Gestione delle attività turistiche e culturali
Dipartimento di riferimento	Dipartimento di Scienze dell'Economia
Settore Scientifico Disciplinare	SECS-P/07
Crediti Formativi Universitari	10
Ore di attività frontale	80
Ore di studio individuale	170
Anno di corso	II
Semestre	Annuale
Lingua di erogazione	italiano
Percorso	Comune

Prerequisiti	Nessuna
Contenuti	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.
Obiettivi formativi	<p>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.</p> <p>Si riepilogano di seguito i risultati di apprendimento attesi:</p> <p><u>Conoscenza e capacità di comprensione</u></p> <p>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</p> <p><u>Capacità di applicare conoscenza e comprensione</u></p> <p>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.</p> <p><u>Autonomia di giudizio</u></p> <p>Il corso contribuirà ad aumentare l'autonomia di giudizio degli studenti nello scegliere, contestualizzare e pianificare le strategie di sviluppo turistico di un territorio.</p> <p>Alla fine del corso lo studente avrà acquisito anche le seguenti competenze trasversali:</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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) – capacità di sviluppare idee, progettarne e organizzarne la realizzazione



Metodi didattici	Didattica frontale e lavori di gruppo.
Modalità d'esame	Prova scritta ed orale. La prova scritta avrà durata di circa 1 ora e avrà ad oggetto la verifica, mediante 4 quesiti, della capacità di affrontare e risolvere problemi inerenti al management di organizzazioni culturali operanti nel Settore Heritage. La prova si intende superata se il candidato è in grado di rispondere sufficientemente ad almeno 3 quesiti. Il superamento della prova scritta consente l'accesso alla prova orale. La prova orale avrà durata di circa 20 minuti e avrà ad oggetto la verifica, mediante 4 domande, della conoscenza delle specificità del management del patrimonio storico-artistico e della metodologia per la costruzione di un sistema di valorizzazione turistico-culturale. Parametri oggetto di valutazione sono: la chiarezza espositiva; la capacità logica; la coerenza con il tema e la capacità di sintesi. La prova si intende superata se il candidato è in grado di rispondere sufficientemente ad almeno 3 domande.
Programma esteso	<p>Il programma è articolato in due moduli di apprendimento.</p> <p>Modulo I – Aziende culturali e modelli manageriali</p> <p>Il modulo si propone di fornire agli allievi le conoscenze di base necessarie per comprendere le specificità manageriali delle aziende operanti nel settore culturale. A tal fine le unità didattiche previste sono le seguenti:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Le aziende culturali: aspetti definatori 2. Gli 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 <p>I principali argomenti delle diverse unità didattiche saranno trattati e discussi prevalentemente in modalità tradizionale, attraverso lezioni frontali e approfondimenti basati su casi di studio e/o testimonianze.</p> <p>Modulo II – La valorizzazione turistico-culturale del patrimonio storico-artistico</p> <p>Il modulo si propone lo sviluppo di competenze relative alla progettazione di sistemi di gestione sostenibile di beni culturali pubblici anche a scopo turistico. Si prevedono a tal fine le seguenti unità didattiche:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Beni culturali, tutela e valorizzazione: inquadramento giuridico ed economico-aziendale <ol style="list-style-type: none"> 1. Le forme e le prospettive di gestione: gestione integrata, collaborazione pubblico-privato, community engagement 2. Metodologia per la costruzione di un sistema di valorizzazione turistico-culturale <p>Il modulo II verrà svolto in modalità laboratoriale.</p>
Testi di riferimento	<p>G. Magnani, Le aziende culturali. Modelli manageriali, Giappichelli, Torino, 2 ed. 2017.</p> <p>Dispense fornite dal docente durante le lezioni e disponibili in formato digitale nella bacheca online del docente.</p>
Altre informazioni utili	

Storia economica del turismo

Prof.ssa Alessandra Tessari

Corso di studi di riferimento	Gestione delle attività turistiche e culturali
Dipartimento di riferimento	Scienze dell'Economia
Settore Scientifico Disciplinare	SECS-P/12
Crediti Formativi Universitari	8.0
Ore di attività frontale	64
Ore di studio individuale	136
Anno di corso	II
Semestre	II
Lingua di erogazione	italiano
Percorso	Generico/comune

Prerequisiti	nessuno
Contenuti	Nel corso: 1) si descrive l'evoluzione nel lungo periodo del fenomeno turistico usando i criteri delle 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 fenomeno trova espressione.
Obiettivi formativi	<p>OBIETTIVI FORMATIVI: Il corso è incentrato sull'analisi delle diverse tipologie turistiche, inserite 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.</p> <p>Risultati attesi (in termini dei descrittori di Dublino)</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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</p>

	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>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 materia di eventi inerenti il fenomeno turistico e la sua evoluzione storica.</p>
Metodi didattici	Lezioni frontali, esercitazioni, casi di studio
Modalità d'esame	<p>la valutazione dello studente si basa su una prova scritta selettiva in lingua italiana.</p> <p>Descrizione del metodo di accertamento: la prova d'esame consta di due quesiti, uno per ciascuna delle parti trattate nel programma. I quesiti prevedono una risposta aperta e mirano ad accertare la conoscenza e la capacità di riorganizzare criticamente gli argomenti contenuti nel programma del corso, anche attraverso collegamenti opportuni tra gli stessi. Per superare l'esame è necessario ottenere la sufficienza in tutti i quesiti proposti.</p>
Programma esteso	<p><u>Parte generale:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • L'evoluzione dell'industria turistica fra tradizione e costante ricerca di novità • Il Grand Tour tra classicismo, desiderio di pittoresco e culto del sublime • l'alpinismo e la conquista del 'selvaggio': dall'impresa sull'Eiger del 'superuomo' Tony Kurz alle spedizioni commerciali sull'Everest di Rob Hall • rivoluzione nei trasporti e nuove tipologie di vacanza nell'epoca Vittoriana • il campeggio: da fuga romantica a pubblica istituzione a business privato • l'invenzione della Costa Azzurra: da Francis Scott Fitzgerald a Brigitte Bardot • crisi del '29, <i>Dust Bowl</i> e la nascita della <i>motel industry</i> • turismo e strumentalizzazione politica: il turismo sociale dei regimi totalitari tra le due guerre • Il Dopoguerra e <i>l'American way of life</i>: turismo <i>on the road</i> e il mito della Route 66 • imperialismo americano e pratica del surf: nasce la spiaggia globale • dai primi viaggi organizzati dei Mechanics' Institutes ai pacchetti turistici di Thomas Cook • "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 <i>Hippy</i> 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 • <u>Parte speciale: Media Tourism</u> • Analisi delle fonti: dai racconti di viaggio del Grand Tour al cinema contemporaneo • analisi dei luoghi • analisi delle motivazioni



	<ul style="list-style-type: none"> • parchi letterari e festival culturali • casi di studio
Testi di riferimento	<p>Per la parte generale</p> <p>1) O. Lofgren, "Storia delle vacanze", Milano, Mondadori 2001 (esclusi paragrafo 1.3 "Racconti e resoconti" e paragrafo 3.3 "A caccia di turisti")</p> <p>2) E. G.E. Zuelow, "A History of Modern Tourism", London and NY, Palgrave 2016 (fare solo i capitoli 8-9-10)</p> <p>Per la parte speciale</p> <p>3) D. Light, "The Dracula Dilemma", London and New York, Routledge 2016 (fare solo il paragrafo 1.2 "Literature, Film and Tourism")</p> <p>4) N. van Es & Reijnders S., "Chasing sleuths and unravelling the metropolis analyzing the tourist experience of Sherlock Holmes' London, Philip Marlowe's Los Angeles and Lisbeth Salander's Stockholm", in <i>Annals of Tourism Research</i>, 57 (2016), pp. 113-125.</p> <p>5) D. Light, "Dracula Tourism in Romania. Cultural identity and the State", in <i>Annals of Tourism Research</i>, 34 (2007), pp. 746-765.</p> <p>6) M. Shackley, "The Legend of Robin Hood: Myth, Inauthenticity and Tourism Development in Nottingham, England", in V.L. Smith & M. Brent (co-ed.), "Hosts and Guests Revisited", NY, Cognizant Communication Corporation 2001, pp. 315-322.</p> <p>7) S.J. Squire, "The Cultural Values of Literary Tourism", in <i>Annals of Tourism Research</i>, 21 (1994), pp. 103-120.</p> <p>8) D. Herbert, "Literary Places, Tourism and the Heritage Experience", in <i>Annals of Tourism Research</i>, 28 (2001), pp. 312-333.</p> <p>- 9) S. Reijnders, "Places of the imagination. Media, tourism, culture", London and New York, Routledge 2016. [fare solo i capitoli 2 (pp. 17-20)-3-4-7-8].</p>
Altre informazioni utili	

Tecnologia risorse e ambiente (modulo I)

Prof. Federica De Leo

Corso di studi di riferimento	GESTIONE DELLE ATTIVITA' TURISTICHE E CULTURALI
Dipartimento di riferimento	SCIENZE DELL'ECONOMIA
Settore Scientifico Disciplinare	SECS-P13
Crediti Formativi Universitari	6
Ore di attività frontale	48
Ore di studio individuale	
Anno di corso	2018-2019
Semestre	Primo Semestre (dal 17/09/2018 al 31/12/2018)
Lingua di erogazione	ITALIANO
Percorso	GENERICO/COMUNE

Prerequisiti	NESSUNO
Contenuti	Rapporti tra turismo-ambiente-territorio-sviluppo
Obiettivi formativi	Il corso si prefigge di trasmettere le nozioni relative alle principali risorse naturali ed agli strumenti per la loro corretta gestione. Gli studenti ottengono conoscenze e capacità di interpretazione critica che consentono di dimostrare che, specialmente in momenti di crisi generale, la pianificazione e la disciplina delle attività turistiche, agricole e industriali possono essere un moltiplicatore di sviluppo e di ricchezza per il territorio
Metodi didattici	Lezioni frontali, seminari con ospiti esterni e visite didattiche presso aziende
Modalità d'esame	ORALE
Programma esteso	Parte 1: AMBIENTE E GESTIONE DEL TERRITORIO: Tecnologia, risorse, materie prime, produzione e problematiche ambientali. Ecosistemi e flussi di materia. Agricoltura e sostenibilità. Parte 2: ALIMENTI E PRODOTTI TIPICI: Fabbisogni e risorse alimentari. Tecnologie di trasformazione, condizionamento e conservazione. Etichettatura e tracciabilità. Frodi. Biotecnologie. Qualità degli alimenti. Prodotti tipici. Filiere del vino e dell'olio.
Testi di riferimento	<i>Libro di testo:</i> B. Leoci, <i>Cicli Produttivi e Mercati</i> , ARACNE EDITRICE, Roma, 2007 <u>Dispense delle lezioni</u> (scaricabili dalla piattaforma formazioneonline.unisalento.it) <u>Appunti di lezione</u>
Altre informazioni utili	

Tecnologia risorse e ambiente (modulo II)

Prof.ssa Stefania Massari

Corso di studi di riferimento	LM49
Dipartimento di riferimento	Scienze dell'Economia
Settore Scientifico Disciplinare	SECS-P/13
Crediti Formativi Universitari	6
Ore di attività frontale	48
Ore di studio individuale	102
Anno di corso	II
Semestre	II
Lingua di erogazione	italiano
Percorso	comune

Prerequisiti	Nessun prerequisito richiesto. Non sono necessarie conoscenze o competenze specifiche per comprendere gli argomenti del corso. È solo consigliato aver seguito il modulo I.
Contenuti	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.
Obiettivi formativi	Il corso si prefigge di fornire agli studenti le conoscenze necessarie a comprendere le complesse dinamiche alla base dello 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. Risultati di apprendimento attesi: lo studente imparerà i principi fondamentali che regolano il rapporto tra attività umane, uso di risorse naturali ed ambiente. 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. Grazie alle discussioni ed alle presentazioni orali effettuate in aula sui temi di studio, gli studenti sviluppano abilità comunicative ed autonomia di giudizio su temi complessi ed attuali.
Metodi didattici	lezioni frontali e seminari con esponenti del mondo del lavoro.
Modalità d'esame	l'esame si svolge mediante colloquio orale.
Programma esteso	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. Accreditamento e certificazione. Sistemi di Gestione Ambientale ISO14001, EMAS.



DIPARTIMENTO DI SCIENZE DELL'ECONOMIA
SETTORE DIDATTICA

Corso di Laurea Magistrale in
Gestione delle Attività Turistiche e Culturali LM49

	<p>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. Efficienza e risparmio energetico in edilizia e nel settore alberghiero.</p>
Testi di riferimento	Dispense delle lezioni disponibili sulla piattaforma: formazioneonline.unisalento.it
Altre informazioni utili	Si raccomanda la frequenza alle lezioni e soprattutto ai seminari