



**UNIVERSITÀ
DEL SALENTO**

**SCHEDE INSEGNAMENTI
DIDATTICA PROGRAMMATA 2020/21**

L15 MANAGER DEL TURISMO



SCHEDA INSEGNAMENTO

ECONOMIA DELLE AZIENDE TURISTICHE

Pierluca Di Cagno

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

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



	Capacità di apprendimento (learning skills) - Capacità di apprendimento delle problematiche delle imprese turistico-ricettive
Metodi didattici	Convenzionale con lezioni frontali ed esercitazioni. <i>Per tutto il tempo in cui saranno attive le misure di contenimento del virus Covid-19, le lezioni si svolgeranno in modalità telematica mediante piattaforma Teams di Microsoft</i>
Modalità d'esame	Prova scritta. L'esame consisterà in una prova scritta, <i>con domande a risposta aperta.</i> <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> Per tutto il tempo in cui saranno attive le misure di contenimento del virus Covid-19, gli esami si svolgeranno in modalità telematica mediante piattaforma Teams di Microsoft.
Appelli d'esame	Si rimanda alla pagina www.economia.unisalento.it/536
Programma esteso	<ul style="list-style-type: none">- L'ATTIVITA' ECONOMICA;- SOGGETTO GIURIDICO E SOGGETTO ECONOMICO;- TIPOLOGIE DI SOCIETA';- ATTIVITA' TURISTICA;- IL BUSINESS PLAN;- GLI EQUILIBRI AZIENDALI;- I COSTI DELL'IMPRESA TURISTICA.
Testi di riferimento	In corso di pubblicazione.
Altre informazioni utili	



SCHEDA INSEGNAMENTO

DIRITTO PRIVATO DEL TURISMO

Francesco Giacomo Viterbo

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

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



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



	<p>Per la preparazione dell'esame, è <u>indispensabile</u> la consultazione del Codice civile e della legislazione speciale, in particolare del c.d. codice del turismo (d.lg. 23 maggio 2011, n. 79), in edizione aggiornata.</p> <p>Ad esempio:</p> <p>- G. PERLINGIERI – M. ANGELONE, Codice civile con Costituzione Trattati UE e TFUE Leggi complementari e Codici di settore, Edizioni Scientifiche Italiane, Napoli, 2020.</p> <p>Il "Codice civile con Leggi complementari" è una raccolta di testi normativi (Costituzione, Trattati, codice civile, "codice del turismo" ecc.) che è di ausilio allo studio del Manuale. Ciò significa che, quando si trovano nel Manuale i riferimenti ad articoli del codice civile o della Costituzione o di altre leggi, si potrà leggerne il testo attraverso la consultazione della "raccolta" denominata per l'appunto "Codice civile e leggi collegate (o complementari)". Le tematiche del Programma, difatti, hanno ad oggetto le questioni inerenti alla interpretazione ed applicazione delle disposizioni normative rilevanti in materia.</p>
Altre informazioni utili	L'apprendimento degli argomenti indicati nel programma dovrà essere <u>non mnemonico ma critico</u> , e dovrà denotare la capacità di proiettare le nozioni teoriche sul piano dell'applicazione pratica.



SCHEDA INSEGNAMENTO

MUSEOLOGIA E CRITICA ARTISTICA

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

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



SCHEDA INSEGNAMENTO

ANTROPOLOGIA CULTURALE

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

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



SCHEDA INSEGNAMENTO

ECONOMIA DEL TURISMO

Luca Zamparini

Corso di studi di riferimento	Manager del turismo
Dipartimento di riferimento	Scienze dell'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
Lingua di erogazione	Italiano
Percorso	Percorsi comune

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



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



Testi di riferimento	Candela G. e P. Figini, Economia del turismo e delle destinazioni, McGraw-Hill, Milano, seconda edizione (2014).
Altre informazioni utili	Per il calendario degli appelli d'esame si rimanda alla pagina web del Settore Didattica del DSE: www.economia.unisalento.it/536



SCHEDA INSEGNAMENTO

GEOGRAFIA DEL TURISMO I

Anna Trono

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

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



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



	<p>Integrazione Disabili dell'Università del Salento all'indirizzo paola.martino@unisalento.it"</p> <p>Sono previste differenze in termini di programma, testi e modalità d'esame tra studenti frequentanti e non frequentanti.</p> <p>Commissione di esame: Trono Anna (presidente); Frigino Diego (componente); Rупpi Francesca (componente).</p> <p>Per gli appelli d'esame si rimanda a: www.economia.unisalento.it/536</p>
Programma esteso	<p>Il programma didattico del corso si sviluppa in tre sezioni (moduli):</p> <ul style="list-style-type: none">- 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.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.Modulo C (24 ore) lezioni su campo, incontri e seminari con gli stakeholder pubblici e privati e stesura di idee progettuali.
Testi di riferimento	<p>Nel corso delle lezioni saranno suggeriti saggi di approfondimento. L'indicazione dei testi per lo studio prende in considerazione in primo luogo la tipologia standard dello studente frequentante; eventuali studenti impossibilitati a seguire le lezioni (vedi sotto) dovranno aggiungere un certo numero di testi compensativi.</p> <p>I. Frequentanti:</p> <p><u>Modulo A</u> Saggi di approfondimento delle tematiche sviluppate a lezione</p> <p><u>Modulo B</u> Dispense e materiale di studio a cura della docente; Appunti dalle lezioni; testi e letture suggerite dalla docente nel corso delle lezioni.</p> <p><u>Modulo C:</u> Stesura di un'idea progettuale concordate con la docente su tematiche legate ai turismi</p> <p>Manuale Bagnoli L., <i>Manuale dei Geografia del turismo. Dal Grand Tour ai sistemi turistici</i>, UTET, 2017 La frequenza alle lezioni, sebbene non sia obbligatoria, è vivamente consigliata. È obbligatoria la frequenza ai seminari, alle lezioni su campo e la presentazione di un'idea progettuale di gruppo su percorsi/itinerari tematici.</p> <p>II. Non frequentanti: Gli studenti lavoratori o quelli che per comprovati seri motivi ritengono di non poter frequentare sono inviati, comunque, a contattare la docente per mettere a punto un programma integrativo della parte del corso (lezioni frontali) loro mancante.</p>



	<p>Testi d'esame: Bagnoli L., <i>Manuale dei Geografia del turismo. Dal Grand Tour ai sistemi turistici</i>, UTET, 2017 JP Lozato Giotart, <i>Geografia del turismo</i>. Ed italiana a cura di Fiorella Dallari, Milano Hoepli, 2008</p>
Altre informazioni utili	<p>-Gli studenti che si prenotano sul portale studenti.unisalento.it per sostenere la prova d'esame sono tenuti a verificare che la prenotazione sia andata a buon fine, mediante la stampa della ricevuta della prenotazione. In caso di problematiche tecniche occorre segnalare il problema almeno 7 giorni prima della data d'esame.</p> <p>-Le richieste di rinvio dell'esame, inviate per posta elettronica al docente, devono essere inoltrate entro e non oltre due giorni prima della data d'esame. In assenza di tale comunicazione, il rinvio può essere richiesto esclusivamente in sede d'esame. Si precisa inoltre che la richiesta di rinvio può essere reiterata al massimo per un anno accademico.</p> <p>- La prova orale in modalità telematica per emergenza COVID-19 si svolgerà seguendo le indicazioni previste dal DR 197/2020 e le relative linee guida pubblicate su www.unisalento.it. Gli studenti iscritti all'esame sono invitati a registrarsi alla piattaforma Microsoft Teams, secondo le indicazioni pubblicate alla pagina https://www.unisalento.it/lezioni-online (Documentazione: Guida a Microsoft Teams per lo studente).</p>



SCHEDA INSEGNAMENTO

STATISTICA DEL TURISMO

Sabrina Maggio

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

Prerequisiti	Elementi di algebra lineare a livello di scuola secondaria di secondo grado
Contenuti	L'insegnamento di Statistica del turismo fornisce agli studenti le basi teoriche per affrontare con rigore e metodo scientifico un'indagine statistica e propone lo studio di indicatori statistici fondamentali per l'analisi descrittiva di variabili quali-quantitative tipiche del settore turistico.
Obiettivi formativi	<p>Il corso si propone il raggiungimento dei seguenti obiettivi formativi:</p> <ul style="list-style-type: none">- 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 e internazionale (ISTAT, Uffici di Statistica del Ministero delle Attività Culturali e del Turismo, Ente Nazionale per il Turismo, Osservatorio Nazionale per il Turismo, Organizzazione Mondiale per il Turismo-United Nations World Tourism Organization, Ministero per i beni e le attività culturali) per il reperimento dei dati,- 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 sintetizzare numericamente, presentare e quindi interpretare le osservazioni relative ai fenomeni collettivi di natura economico-aziendale e sociale inerenti la cultura, l'ambiente e il turismo.- Conoscenza delle Fonti statistiche ufficiali più utilizzate a livello nazionale e internazionale (ISTAT, Uffici di Statistica del Ministero delle Attività Culturali e del Turismo, Ente Nazionale per il Turismo, Osservatorio Nazionale per il Turismo, Organizzazione Mondiale per il Turismo-United Nations World Tourism Organization, Ministero per i beni e le attività culturali) per il reperimento dei dati. <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 (makingjudgements)</u></p> <p>Capacità di valutazione dei risultati derivanti dal calcolo di indicatori statistici e definizione dei metodi più idonei per il raggiungimento dei risultati.</p> <p><u>Abilità comunicative (communicationskills)</u></p> <p>Capacità di presentare con chiarezza i risultati delle analisi statistiche effettuate e dello schema di campionamento scelto.</p> <p><u>Capacità di apprendimento (learningskills)</u></p> <p>Capacità di apprendimento delle varie fasi per la realizzazione di un'indagine statistica.</p>
Metodi didattici	<p>Lezioni in presenza: modalità di erogazione delle lezioni frontale, con uso di supporti audiovisivi, esercitazioni in aula</p> <p>Lezioni in modalità telematica per emergenza COVID-19: modalità di erogazione delle lezioni online, mediante l'utilizzo della piattaforma Microsoft Teams</p>
Modalità d'esame	<p>Svolgimento dell'esame in presenza</p> <p>L'esame in presenza è caratterizzato da una prova scritta della durata massima di 90 minuti e di una prova orale alla quale si accede previo superamento della prova scritta.</p> <p>Svolgimento dell'esame in modalità telematica per emergenza COVID-19</p> <p>L'esame in modalità telematica consiste in una prova orale con domande riguardanti aspetti teorici ed esercizi.</p> <p>In seguito allo svolgimento della prova orale in presenza, viene redatto apposito verbale, sottoscritto dal Presidente e dai membri della commissione, nonché dallo studente esaminato. Nel caso di prova orale in modalità telematica, il verbale viene firmato digitalmente dal Presidente della commissione.</p> <p>Il superamento dell'esame presuppone il conferimento di un voto non inferiore ai diciotto/trentesimi (con eventuale assegnazione della lode) e prevede l'attribuzione dei corrispondenti CFU. Le nozioni acquisite conferiscono allo studente conoscenze e comprensione, capacità di applicare conoscenze e comprensione, autonomia di giudizio, abilità comunicative e capacità di apprendimento in linea con i descrittori di Dublino).</p> <p>"Lo studente, disabile e/o con DSA, che intende usufruire di un intervento individualizzato per lo svolgimento della prova d'esame deve contattare l'ufficio Integrazione Disabili dell'Università del Salento all'indirizzo paola.martino@unisalento.it"</p>



	<p>Non sono previste differenze in termini di programma, testi e modalità d'esame tra studenti frequentanti e non frequentanti.</p> <p>Commissione di esame:</p> <p>Maggio Sabrina (presidente); Posa Donato (componente); De Iaco Sandra (componente); Palma Monica (componente), Pellegrino Daniela (componente); Claudia Cappello (componente); Giuseppina Giungato (componente), Distefano Veronica (componente)</p>
Programma esteso	<ol style="list-style-type: none">1. Concetti introduttivi e definizioni fondamentali. Definizione e campi di applicazione della statistica. L'indagine statistica. Fonti di rilevazione statistica. Tecniche di campionamento. Caratteri e modalità. Il formalismo statistico.2. Tabelle statistiche e rappresentazioni grafiche. Le distribuzioni statistiche. Le rappresentazioni grafiche.3. Indici di posizione. Le medie analitiche. Le medie lasche. Il diagramma a scatola e baffi.4. Indici di variabilità. Gli indici di variabilità assoluta. Indici di dispersione. Indici di disuguaglianza. Intervalli di variazione. Scomposizione della devianza. Gli indici di variabilità relativa5. Rapporti statistici e numeri indici6. Indicatori del turismo7. Analisi della regressione. Indice di determinazione8. La valutazione della qualità dei servizi. Aspetti introduttivi sulla qualità del servizio. Gap tra aspettative e percezioni. Modello ServQual. Modello ServPerf. Analisi delle decisioni. Altri modelli per la valutazione della qualità.9. Analisi dell'interdipendenza. Aspetti della correlazione. Codevarianza. Coefficiente di correlazione lineare. La cograduazione.10. Overbooking11. Casi di studio riguardanti gli indicatori turistici.12. Casi di studio riguardanti l'analisi della soddisfazione nel settore turistico.
Testi di riferimento	<ul style="list-style-type: none">- Statistica descrittiva: elementi ed esercizi (D. Posa, S. De Iaco, M. Palma), Giappichelli Editore, 2007- Modelli statistici di customer satisfaction. Alcune applicazioni (De Iaco, S.; Maggio S.; Palma, M.; Posa, D.), Giappichelli editore, 2019.- Dispense del docente disponibili nella pagina personale in corrispondenza della sezione "Materiale didattico".
Altre informazioni utili	<ul style="list-style-type: none">-La frequenza alle lezioni, sebbene non sia obbligatoria, è vivamente consigliata.-Gli studenti che si prenotano sul portale studenti.unisalento.it per sostenere la prova d'esame sono tenuti a verificare che la prenotazione sia andata a buon fine, mediante la stampa della ricevuta della prenotazione.In caso di problematiche tecniche occorre segnalare il problema almeno 7 giorni prima della data d'esame.-Le richieste di rinvio dell'esame, inviate per posta elettronica al docente, devono essere inoltrate entro e non oltre due giorni prima della data d'esame. In assenza di tale comunicazione, il rinvio può essere richiesto esclusivamente in



sede d'esame. Si precisa inoltre che la richiesta di rinvio può essere reiterata al massimo per un anno accademico.

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



OBIETTIVI FORMATIVI E PROGRAMMI DI MASSIMA PER INSEGNAMENTI DEL II E DEL III ANNO

DIRITTO DELL'IMPRESA TURISTICA

Obiettivi formativi

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.

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.

c) Autonomia di giudizio: Attraverso lo studio articolato in lezioni frontali che prevedono un *question time*, 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 *problem solving* e capacità di valutazione di possibili soluzioni.

d) Abilità comunicative: Il *question time* 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.

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.

Programma di massima

Imprenditore turistico e impresa turistica – Nozione pubblicistica e disciplina generale – Contratto di società e Srl – Attività turistiche – Professioni turistiche – Tipologie speciali di turismo – L'uso turistico del demanio marittimo



GEOGRAFIA DEL TURISMO II

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:

- 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;
- 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.

Programma di massima

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:

- 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.



STATISTICA DEL TURISMO

Obiettivi formativi

Il corso si propone il raggiungimento dei seguenti obiettivi formativi:

- 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 e internazionale (ISTAT, Uffici di Statistica del Ministero delle Attività Culturali e del Turismo, Ente Nazionale per il Turismo, Osservatorio Nazionale per il Turismo, Organizzazione Mondiale per il Turismo-United Nations World Tourism Organization, Ministero per i beni e le attività culturali) per il reperimento dei dati,
- capacità di presentare con chiarezza i risultati delle analisi statistiche effettuate.

Risultati attesi secondo i descrittori di Dublino:

Conoscenza e capacità di comprensione (knowledge and understanding):

- Acquisizione degli strumenti della Statistica descrittiva al fine di sintetizzare numericamente, presentare e quindi interpretare le osservazioni relative ai fenomeni collettivi di natura economico-aziendale e sociale inerenti la cultura, l'ambiente e il turismo.
- Conoscenza delle Fonti statistiche ufficiali più utilizzate a livello nazionale e internazionale (ISTAT, Uffici di Statistica del Ministero delle Attività Culturali e del Turismo, Ente Nazionale per il Turismo, Osservatorio Nazionale per il Turismo, Organizzazione Mondiale per il Turismo-United Nations World Tourism Organization, Ministero per i beni e le attività culturali) per il reperimento dei dati.

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

- 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.

Autonomia di giudizio (making judgements)

Capacità di valutazione dei risultati derivanti dal calcolo di indicatori statistici e definizione dei metodi più idonei per il raggiungimento dei risultati.

Abilità comunicative (communications skills)

Capacità di presentare con chiarezza i risultati delle analisi statistiche effettuate e dello schema di campionamento scelto.

Capacità di apprendimento (learning skills)

Capacità di apprendimento delle varie fasi per la realizzazione di un'indagine statistica.

Programma di massima

L'insegnamento di Statistica del turismo fornisce agli studenti le basi teoriche per affrontare con rigore e metodo scientifico un'indagine statistica e propone lo studio di indicatori statistici fondamentali per l'analisi descrittiva di variabili quali-quantitative tipiche del settore turistico.



CONTABILITÀ E BILANCIO DELLE AZIENDE TURISTICHE

Obiettivi formativi

I contenuti didattici previsti mirano a raggiungere specificamente i seguenti risultati di apprendimento attesi.

Conoscenze e comprensione

- Conoscenza e comprensione della dinamica economico-gestionale delle aziende operanti nel settore turistico;
- Conoscenza e comprensione delle condizioni di funzionamento aziendale;
- Conoscenza e comprensione degli strumenti di rilevazione contabile e di rendicontazione esterna.

Capacità di applicare conoscenze e comprensione

- Capacità di leggere ed interpretare i documenti di sintesi della funzionalità aziendale;
- Capacità di individuare le determinanti della funzionalità aziendale al fine di predisporre idonee analisi del profilo economico della strategia aziendale.

Autonomia di giudizio

Il corso contribuirà ad aumentare l'autonomia di giudizio degli studenti nello scegliere, contestualizzare e pianificare le strategie di sviluppo turistico di un territorio.

Alla fine del corso lo studente avrà acquisito, in particolare, la capacità di valutare criticamente l'efficacia delle strategie aziendali.

Programma di massima

Il corso si propone di fornire agli studenti conoscenze e competenze in tema di profili economico-contabili e di bilancio delle aziende turistiche, con specifica applicazione alle imprese alberghiere.



CONOSCENZA E CONSERVAZIONE DEL PATRIMONIO ARCHEOLOGICO

Obiettivi formativi

Il corso si propone il raggiungimento dei seguenti obiettivi formativi:

- Conoscenze di base sui principali parchi archeologici/Musei italiani e siti archeologici della Puglia, con particolare riferimento al loro stato di conservazione e di fruizione.
- Capacità di analizzare i siti archeologici nell'ambito del contesto storico, culturale e territoriale; di identificare il valore culturale e le problematiche di tutela del patrimonio archeologico; di impostare delle strategie di valorizzazione e di fruizione adeguate.
- Capacità di esporre con chiarezza le caratteristiche dei contesti e dei monumenti archeologici

Risultati attesi secondo i descrittori di Dublino:

Conoscenze e comprensione

- Conoscenza e comprensione degli aspetti relativi alla conservazione e alla tutela del patrimonio archeologico attraverso la valutazione storico-critica di contesti particolarmente significativi
- Conoscenze di metodo per lo studio dei contesti archeologici e capacità di analisi del patrimonio archeologico, come fondamento della ricostruzione storica.

Capacità di applicare conoscenze e comprensione

- Capacità di applicare le informazioni ed abilità acquisite attraverso una corretta lettura delle testimonianze archeologiche e un'adeguata collocazione storica e geografica
- Capacità di applicare le conoscenze acquisite attraverso la stesura di idee progettuali per la valorizzazione del patrimonio archeologico

Autonomia di giudizio

- Capacità di interpretare criticamente il valore culturale di siti e monumenti archeologici nell'ambito del loro contesto territoriale
- Capacità di evidenziare le capacità di offerta del patrimonio archeologico per lo sviluppo del turismo, nel rispetto del territorio e delle comunità locali

Abilità comunicative

- Capacità di presentare le caratteristiche di siti e monumenti archeologici e di suggerire nuove strategie per la loro gestione e valorizzazione a fini turistici

Capacità di apprendimento

- Capacità di apprendimento dei metodi per lo studio delle testimonianze archeologiche e delle strategie di conservazione e di fruizione, anche attraverso l'applicazione di strumenti innovativi ed interattivi

Programma di massima

Il corso intende presentare in una prospettiva storica i contenuti e gli strumenti metodologici fondamentali per la conoscenza e la tutela del patrimonio archeologico italiano, con particolare riferimento al contesto della Puglia meridionale. L'obiettivo finale è lo sviluppo di senso critico da parte degli studenti nella valorizzazione e nella fruizione, a vari livelli, del patrimonio archeologico del territorio per la promozione di attività imprenditoriali economiche e turistiche.



INGLESE PER IL TURISMO

Obiettivi formativi

Gli obiettivi principali del corso sono quello di sviluppare e consolidare le strutture e le funzioni principali della lingua e quello di portare gli studenti ad acquisire competenze comunicative e familiarità con i vari testi e contesti dei linguaggi dell'economia e in particolare del Settore turistico. Ciò verrà effettuato essenzialmente attraverso attività di comprensione e produzione scritta mirate, specifiche attività di ascolto e produzione orale, e sistematica revisione delle strutture linguistiche.

Più in particolare, il corso si propone di far acquisire una conoscenza della lingua inglese sufficiente da permettere di leggere e comprendere testi scritti appartenenti ai diversi generi testuali tipici di Business English; di comprendere testi orali, sia di carattere generale, sia rappresentativi dei generi testuali caratteristici di Business English (quali presentations, conversazioni telefoniche, discussioni, dibattiti, meetings, colloqui di lavoro); produrre testi scritti nell'ambito di generi testuali tipici dell'inglese commerciale (quali emails, lettere commerciali, brevi relazioni); comunicare e interagire in contesti e situazioni tipiche dell'ambito professionale (es. brevi presentazioni, conversazioni telefoniche, colloqui di lavoro, discussioni, meetings turistici).

Programma di massima

- Attività per lo sviluppo e il consolidamento delle strutture e delle funzioni principali della lingua
- Attività per lo sviluppo del lessico turistico e commerciale inglese
- Communication Skills: Telephoning, Managing a conversation, Presenting information, Presenting figures, Describing trends, Social interaction, Meetings
- Writing Practice: Letters and emails, short Reports, short Presentations, Descriptions
- Listening Practice: Telephoning, Presentations, Interviews with business people, Meetings.



ICT E NUOVE TECNOLOGIE

Obiettivi formativi

Lezioni frontali sono intervallate da esercitazioni pratiche al computer. La continua interazione con il docente favorisce la comprensione e la capacità di applicazione degli argomenti teorico pratici trattati.

L'accertamento della conoscenza avviene attraverso una prova nella quale lo studente risponde a domande inerenti tutti gli argomenti trattati durante il corso.

L'autonomia di giudizio viene inoltre valutata attraverso una prova progettuale da cui emerge la capacità di valutazione della scelta dei metodi e delle soluzioni adottate per la progettazione e l'implementazione al computer di un database relazionale.

Le abilità comunicative vengono accertate anche attraverso la presentazione del progetto con l'esposizione della motivazione delle scelte adottate in fase di progettazione e dei risultati finali ottenuti.

Programma di massima

Nozioni informatiche di base per la comprensione dell'architettura e del funzionamento degli elaboratori. Dal concetto di informazione alla sua elaborazione, attraverso la comprensione del ruolo e del funzionamento dei dispositivi principali presenti in un elaboratore. L'informazione in rete: comunicazione, ricerca e sicurezza. Il foglio elettronico: funzioni di base e strumenti di analisi. Disegno e implementazione di Database.



MARKETING DELLE DESTINAZIONI TURISTICHE

Obiettivi formativi

Gli studenti acquisiranno le conoscenze disciplinari di base e i principali strumenti teorici e operativi per: a) analizzare la situazione attuale, sotto forma di potenzialità e limiti, che caratterizzano le destinazioni turistiche; b) pianificare una strategia di marketing e c) valutarne l'efficacia. Le conoscenze e le abilità acquisite saranno utili per la formazione di manager e professionisti in grado di elaborare, implementare e valutare strategie di marketing per lo sviluppo sostenibile dei sistemi turistici locali.

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.

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).

Programma di massima

L'insegnamento di *Marketing delle destinazioni turistiche* intende fornire agli studenti i concetti di base del marketing, in generale, e del *marketing delle destinazioni turistiche*, 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 *prima parte*, che verte sui concetti di base riguardanti il turismo e il suo ruolo nello sviluppo delle destinazioni turistiche, intese come *sistemi territoriali locali* dotati di una vacanza turistica; una *seconda parte*, che riguarda le fasi tipiche del processo di pianificazione strategica; e una *terza parte*, incentrata sulle azioni volte ad attuare le scelte strategiche e monitorarne gli effetti di marketing.



SOCIOLOGIA DEI PROCESSI CULTURALI E COMUNICATIVI

Obiettivi formativi

Al termine del corso gli studenti avranno sviluppato: Conoscenza e comprensione del funzionamento delle dinamiche comunicative. Conoscenza e comprensione delle teorie sugli effetti dei media. Conoscenza e competenze rispetto ad ambiti applicativi delle teorie delle comunicazioni quali l'analisi delle audience, attori, processi e dinamiche del consumo culturale, metodologie di segmentazione dei pubblici dei vari media. Autonomia di giudizio, abilità comunicative e capacità di apprendimento verranno sviluppate attraverso lavori di gruppo svolto dagli studenti. L'esame finale mira a verificare i risultati di apprendimento attesi in relazione alle dinamiche di conoscenza e comprensione, di presentazione critica di concetti, prospettive teoriche, ambiti di discussione e di ricerca empirica riguardanti il tema della sociologia della comunicazione e della sociologia dei media digitali.

Programma di massima

Coerentemente con gli obiettivi generali del Corso di Laurea in cui è inserito, il corso di Sociologia dei processi culturali e comunicativi ha lo scopo di fornire strumenti di conoscenza e di competenza sociologica rispetto alla comunicazione come strumento di una molteplicità di relazioni sociali nella società contemporanea. Il corso verterà sui principali orientamenti dell'approccio sociologico allo studio della comunicazione anche negli ambienti digitali. In particolare, saranno trattati i seguenti temi:

- Il concetto di comunicazione
- Teorie della comunicazione di massa con particolare attenzione agli effetti dei media
- I media digitali



MANAGEMENT TURISTICO

Obiettivi formativi

Lo studente dovrà essere in grado di comprendere logica e strumenti associati al management delle imprese turistiche. In particolare, padroneggiare i modelli di analisi settoriale applicate al turismo, le strategie competitive e le diverse scelte di marketing con riferimento alle diverse tipologie d'impresa operanti in ambito turistico.

Risultati attesi secondo i descrittori di Dublino:

Conoscenza e capacità di comprensione (knowledge and understanding): Conoscenza e comprensione dei processi strategici e decisionali delle imprese.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione (applying knowledge and understanding): Capacità di identificare e proporre modelli di analisi del settore turistico e interpretativi delle dinamiche di mercato, individuare strategie competitive per il vantaggio competitivo e di marketing che la letteratura manageriale presenta.

Autonomia di giudizio (making judgements) Capacità di interpretare e valutare le potenzialità competitive delle imprese anche alla luce dei processi di globalizzazione dei mercati e dell'evoluzione tecnologica in atto.

Abilità comunicative (communication skills) Capacità di presentare i risultati raggiunti dalle imprese attraverso i modelli della letteratura manageriale e dell'evoluzione tecnologica.

Capacità di apprendimento (learning skills) Capacità di apprendimento delle dinamiche manifestate dalle imprese turistiche e delle strategie competitive adottate.

Programma di massima

Il corso affronterà le tematiche inerenti la gestione delle imprese turistiche. Nello specifico verrà fornita una prospettiva manageriale al tema del turismo attraverso lo studio del meta settore del turismo e delle dinamiche di sviluppo delle imprese che vi operano. Oggetto del corso è il tema del management delle imprese turistiche con riferimento alle specificità delle diverse imprese che in tale ambito vi operano: imprese turistico – ricettive, tour operator, agenzie di viaggi, imprese crocieristiche, del trasporto aereo, dell'organizzazione di eventi e congressi.

Con riferimento a tali imprese saranno analizzate, in particolar modo, le scelte strategiche orientate al conseguimento del vantaggio competitivo e le principali scelte associate alla definizione di una relazione duratura con il cliente/turista in una prospettiva di marketing.

In considerazione della rilevanza di internet nel turismo, una parte del corso sarà dedicata al ruolo che la rete assume nel trasformare i modelli di business delle imprese e nel favorire la nascita e lo sviluppo di nuove realtà imprenditoriali.



RETI, SISTEMI E FILIERE TURISTICHE

Obiettivi formativi

Il corso si propone di raggiungere i seguenti obiettivi formativi:

- introdurre gli studenti alla conoscenza e comprensione delle dinamiche di co-creazione di valore caratterizzanti il settore turistico;
- sviluppare capacità di applicare ai fenomeni turistici conoscenza e comprensione dei diversi assetti economico-aziendali e giuridici delle reti di impresa e dei principali aspetti di management e di controllo implicati,
- sviluppare competenze inerenti all'analisi e valutazione di una strategia di rete nel settore turistico.

Risultati attesi secondo i descrittori di Dublino:

Conoscenza e capacità di comprensione (*knowledge and understanding*):

Alla fine del corso gli studenti saranno in grado di comprendere le motivazioni e le forme della collaborazione interaziendale nel settore turistico, tanto a livello di singola tipologia aziendale quanto a livello di destinazione per l'emersione e la gestione strategica di prodotti turistici distintivi e sostenibili.

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

Alla fine del corso gli studenti avranno la capacità di applicare le conoscenze acquisite per l'analisi, la valutazione e l'implementazione di una strategia di rete nel settore turistico.

Autonomia di giudizio (*making judgements*)

Il corso contribuirà ad aumentare l'autonomia di giudizio degli studenti nello scegliere, contestualizzare e pianificare le strategie di sviluppo turistico di un territorio.

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

- capacità di formulare giudizi in autonomia (interpretare le informazioni con senso critico e decidere di conseguenza)
- capacità di lavorare in gruppo (sapersi coordinare con altri integrandone e competenze)

Programma di massima

Il corso affronta il tema dei processi aggregativi aziendali nel settore turistico, proponendosi di sviluppare conoscenze e competenze utili all'amministrazione e al controllo di reti e sistemi di offerta turistica.



LINGUA SPAGNOLA

Obiettivi formativi

Obiettivi specifici del corso sono in particolare i seguenti:

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

Programma di massima

Principali aspetti della fonetica, grammatica e sintassi della Lingua spagnola. Cenni di Storia moderna e contemporanea della Spagna e Geografia fisica e politica.

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.

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.



LINGUA FRANCESE

Obiettivi formativi

Il corso si propone il raggiungimento dei seguenti obiettivi formativi:

- Acquisizione di competenze scritte e orali nella comunicazione turistica con capacità di leggere e redigere documenti turistici di vario genere e conoscere gli iter turistici più comuni e relative norme.
- Conoscenza di aspetti caratterizzanti della cultura francese in un contesto europeo e mondiale
- sviluppo di capacità interculturali

Risultati attesi secondo i descrittori di Dublino:

Conoscenza e capacità di comprensione (knowledge and understanding):

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

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

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

Autonomia di giudizio (making judgements):

Capacità di valutazioni derivanti da documenti autentici e professionali

Abilità comunicative (communications skills):

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

Capacità di apprendimento (learning skills):

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

Programma di massima

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



**UNIVERSITÀ
DEL SALENTO**

LINGUA TEDESCA

Obiettivi formativi

Il corso vuole introdurre lo studente principiante alle conoscenze basilari della lingua tedesca e la sua grammatica.

Programma di massima

Il corso vuole sviluppare la comprensione orale e scritta basilare e cioè il parlato (interazione e espressione orale), l'espressione scritta che corrispondono al livello A1 del quadro comune europeo.



TECNICHE DI PARTECIPAZIONE

Obiettivi formativi

Gli obiettivi formativi del corso sono i seguenti:

- far acquisire i principi fondamentali della psico-sociologia della partecipazione
- promuovere la capacità di comprensione delle conoscenze e lo sviluppo di elaborazione o applicazione delle idee in un contesto professionale;
- sostenere la competenza ideativa e argomentativa dello studente, nonché la sua capacità di trasferire e applicare in modo professionale le conoscenze acquisite all'analisi dei contesti di intervento e all'intervento stesso;
- rafforzare la capacità di raccolta e analisi di informazioni e dati necessari alla comprensione dei contesti di intervento;
- rafforzare l'autonomia di giudizio e la capacità di analisi critica, inclusa la riflessione su temi di ordine scientifico, sociale ed etico/deontologico;
- sviluppare le abilità di progettazione e comunicazione, riuscendo a trasferire in maniera appropriata informazioni, concetti e problemi ad interlocutori caratterizzati da diversi livelli di expertise;
- potenziare i meccanismi di apprendimento attraverso la consapevolezza dei processi cognitivi e affettivi sottostanti, così da sviluppare un alto grado di autonomia nello studio.

Programma di massima

Il corso intende fornire le basi teoriche e metodologiche per l'applicazione di alcune tecniche partecipative rivolte alla cittadinanza e/o agli stakeholder

Il corso, inoltre, intende presentare agli studenti un quadro delle dinamiche psicosociali sottostanti i processi partecipativi, e proporre strumenti concettuali, metodologici e operativi per la progettazione, la gestione e la valutazione degli stessi.



FINANZIAMENTI AL SETTORE TURISTICO

Obiettivi formativi

Il corso si propone l'**obiettivo** di fornire agli studenti un quadro concettuale e metodologico per la predisposizione della modellistica per il reperimento dei finanziamenti in conto interesse ed in conto capitale per le aziende del settore turistico.

Risultati attesi secondo i descrittori di Dublino:

Conoscenza e capacità di comprensione (*knowledge and understanding*):

- Modelli e tecniche di presentazione aziendale
- Obiettivi e modalità operative di accesso alla finanza ordinaria e straordinaria d'azienda

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

- Analisi dei fabbisogni delle aziende turistiche
- Stima della redditività attesa dagli investimenti;
- individuazione delle fonti di valore legate alla struttura finanziaria di impresa;

Autonomia di giudizio (*making judgements*)

- Individuare e costruire le fonti informative finalizzate all'analisi delle dinamiche gestionali d'impresa
- Sviluppare autonome analisi, valutazioni e riflessioni su tematiche relative all'accesso ai finanziamenti di aziende turistiche

Programma di massima

Il corso ha per **oggetto** l'analisi dei fondamentali prospettici dell'azienda in funzione dell'accesso ai finanziamenti nel settore turistico. In riferimento a questa metodologia, vengono presentati i principi guida per la redazione dei business plan funzionali all'accesso alle misure comunitarie di agevolazione.



RISORSE, SOSTENIBILITÀ E SVILUPPO TURISTICO

Obiettivi formativi

Lo studente comprenderà quali sono i principi fondamentali che regolano il rapporto tra attività umane, uso di risorse naturali ed ambientali in un'ottica di sostenibilità, chiave di un approccio imprenditoriale che possa rappresentare un'opportunità per gli operatori turistici e per lo sviluppo del territorio. Il corso fornirà anche conoscenze riguardanti i vari strumenti per la gestione sostenibile delle attività turistiche.

Programma di massima

Il corso si prefigge di fornire agli studenti un'appropriata conoscenza della rilevanza territoriale ed ambientale delle risorse naturali che forniscono input al settore turistico. Il turismo infatti si sviluppa e si relaziona all'ambiente, lo influenza e da questo è influenzato.



NATURA NEL TURISMO E MUSEOLOGIA NATURALISTICA

Obiettivi formativi

il manager turistico che si intende formare deve acquisire la consapevolezza che proposte, soluzioni, e meccanismi di comunicazione, si basano anche (se non spesso) sulla naturalità intrinseca e istintiva del singolo componente del pubblico: biofilia, curiosità, e psicologia del collezionismo sono alla base del successo delle proposte di turismo naturalistiche, come gioco e coinvolgimento partecipativo sono alla base dell'apprendimento dei messaggi educativi che la proposta turistica naturalistica sempre contiene. Conoscenze: rassegna di tutte le tipologie di ambiente naturale protetto e fruibile. Comprensione del valore economico ed ecosistemico elevato dell'ambiente naturale. Il corso stimolerà gli studenti a pianificare brevi idee progettuali in cui inserire i concetti appresi. Il risultato finale di tali brevi progetti comporterà l'acquisizione di padronanza nella cattura dell'attenzione del pubblico e nella comunicazione in generale.

Programma di massima

L'insegnamento offre la possibilità di interpretare il fenomeno turistico partendo dal punto di vista dell'attrattività spontanea che l'uomo prova verso i paesaggi e le situazioni naturali, e giunge ad esaminare nel dettaglio le grandi imprese museali che si rivolgono ad un pubblico di milioni di persone/anno.