



**UNIVERSITÀ
DEL SALENTO**

**SCHEDE INSEGNAMENTI
DIDATTICA PROGRAMMATA 2020/21**

LM49 GESTIONE DELLE ATTIVITÀ TURISTICHE E CULTURALI



SCHEDA INSEGNAMENTO

ENGLISH FOR ECONOMICS AND INTERNATIONAL RELATIONS

Antonella Calogiuri

Corso di studio di riferimento	GESTIONE DELLE ATTIVITÀ TURISTICHE E CULTURALI – LM49
Dipartimento di riferimento	Scienze dell'Economia
Settore Scientifico Disciplinare	L-LIN/12
Crediti Formativi Universitari	8
Ore di attività frontale	48
Ore di studio individuale	102
Anno di corso	1
Semestre	Primo
Lingua di erogazione	italiano
Percorso	Comune

Prerequisiti	Conoscenza grammaticale di base.
Contenuti	<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>Il corso mira anche ad affinare le abilità degli studenti in relazione a study skills, quali prendere appunti, riassumere un testo, uso del dizionario sia monolingue che bilingue, utilizzo di pertinenti risorse elettroniche.</p> <ul style="list-style-type: none">- attività per lo sviluppo e il consolidamento delle strutture e delle funzioni principali della lingua- attività per l'ampliamento e il consolidamento del lessico economico e finanziario inglese- Communication Skills: Telephoning, Managing a conversation, Negotiating, Presenting information, Presenting figures, Describing trends, Social interaction, Meetings- Writing Practice: Letters and emails, Reports, Presentations, Descriptions- Listening Practice: Telephoning, Presentations, Interviews with business people, Meetings
Obiettivi formativi	<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.

Risultati attesi in termini dei descrittori di Dublino:

Conoscenze e comprensione (Knowledge and understanding):

- sviluppo e consolidamento delle strutture e delle funzioni principali della lingua;
- 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.

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 di Business English, quali presentations, relazioni, conversazioni telefoniche, discussioni, dibattiti, meetings, colloqui di lavoro;
- capacità di comunicare e interagire in modo efficace e appropriato in contesti e situazioni tipiche dell'ambito professionale, quali business presentations, meetings, negotiations, telephoning, interviews.

Abilità di comprensione e produzione scritta:

- capacità di comprendere testi scritti, sia di carattere generale, sia appartenenti ai diversi registri e generi testuali tipici di Business English, quali i vari tipi di business reports e di corrispondenza formale e commerciale, il linguaggio degli articoli accademici di argomento economico e finanziario, il linguaggio economico giornalistico;
- capacità di produrre testi scritti appartenenti ai diversi generi testuali tipici di Business English, con particolare attenzione ai vari tipi di business reports e di corrispondenza formale e commerciale.

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 dell'inglese economico, finanziario e commerciale;
- abilità di autocorrezione e autovalutazione.



	<p><u>Abità comunicative (Communication skills):</u></p> <p>Strettamente collegate alle “Capacità di applicare conoscenze e comprensione” sopraindicate.</p> <p><u>Capacità di apprendimento (Learning skills):</u></p> <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>
Metodi didattici	<p>Lezioni frontali, esercitazioni, attività di laboratorio, lavoro di gruppo.</p> <p>Modalità telematica per il periodo di emergenza epidemiologica.</p> <p>Durante il Corso sarà svolto un ciclo di esercitazioni realizzate mediante suddivisione in gruppi.</p>
Modalità d'esame	<p>Prova scritta.</p> <p>La prova scritta verte su una verifica sia grammaticale che lessicale, e sulla capacità di produrre testi efficaci e appropriati dal punto di vista sia grammaticale e lessicale che di struttura retorica e organizzazione testuale.</p> <p>La prova orale consente di verificare la capacità di produrre testi orali efficaci e appropriati dal punto di vista sia grammaticale e lessicale che di struttura retorica e organizzazione testuale.</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). <p>È possibile reperire un prototipo della prova scritta nel link Materiale Didattico.</p> <p>Per quanto riguarda la prova orale:</p> <ul style="list-style-type: none">- se la laurea triennale dello studente non è in materie economiche, la prova orale comprende 20 Units a scelta dello studente dal libro <i>Business Vocabulary Builder</i> di Paul Emmerson, casa editrice Macmillan;- se la laurea triennale dello studente è in materie economiche, per la prova orale lo studente può scegliere tra:<ul style="list-style-type: none">• una Presentation in lingua inglese su un argomento a scelta dello studente attinente al suo Corso di Studio;• 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 stesura e consegna dei seguenti tipi di testo:</p> <ul style="list-style-type: none">- una <i>covering letter</i>, 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;- un report, che, oltre ad essere affrontato in classe, come il resto del Programma, si avvale anche del materiale presente sulla Bachecca Elettronica della dott.ssa Maria Grazia Ungaro;



	<p>- una lettera di Complaint o Reply to Complaint, che oltre ad essere affrontata in classe, come il resto del Programma, si avvale anche della Dispensa sulle lettere di Complaint e Replies to Complaints presente sulla Bachecca Elettronica del docente, al link Materiale Didattico.</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> <p>Non sono previste differenze in termini di programma, testi e modalità d’esame fra studenti frequentanti e non frequentanti. Le modalità d’esame potranno variare in seguito delle misure di distanziamento sociale legate all’emergenza Covid-19.</p>
Programma	<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.
Testi di riferimento	<ul style="list-style-type: none">- Emmerson, P., <i>Business Vocabulary Builder</i>, Macmillan.- Emmerson, P., <i>Business Grammar Builder</i>, Macmillan.- Strutt, P., <i>Market Leader: Business Grammar and Usage</i>, Longman.- Testi e dispense messi a disposizione dalla docente durante il corso e/o già presenti sulle Bacheche Elettroniche sopra indicate.
Altre informazioni utili	Per gli appelli d’esame si rimanda alla pagina www.economia.unisalento.it/536



SCHEDA INSEGNAMENTO

LINGUA FRANCESE
Venanzia Annese

Corso di studi di riferimento	GESTIONE DELLE ATTIVITA' TURISTICHE E CULTURALI - LM49
Dipartimento di riferimento	DIPARTIMENTO DI SCIENZE DELL'ECONOMIA
Settore Scientifico Disciplinare	L-LIN/04
Crediti Formativi Universitari	6
Ore di attività frontale	48
Ore di studio individuale	102
Anno di corso	1
Semestre	Primo
Lingua di erogazione	Italiano / Francese
Percorso	PERCORSO COMUNE

Prerequisiti	Conoscenza lingua livello A1.
Breve descrizione del corso	L'insegnamento di lingua francese si presenta come una novità nell'ambito della "langue de spécialité "del turismo: esso s'ispira a nuove riflessioni metodologico-didattiche
Obiettivi formativi	<p>I 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: 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): 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): Capacità di valutazioni derivanti da documenti autentici e professionali</p> <p>Abilità comunicative (communications skills): Molteplici attività, che vanno da quelle di ricezione a quelle di produzione</p> <p>Capacità di apprendimento (learning skills): Tutti gli argomenti e i documenti proposti forniscono una base per un lavoro, di osservazione, riflessione e composizione.</p>
Metodi didattici	<p>Lezioni e esercitazioni frontali.</p> <p>Le modalità di lezioni ed esami potrebbero, tuttavia, subire variazioni a seguito covid-19.</p>



Modalità d'esame	<p>Prova scritta e orale a conclusione del ciclo di lezioni frontali (verifica delle nozioni acquisite mediante lo sviluppo di elaborati scritti per la parte inerente al lessico e alle strutture linguistiche proprie del settore del turismo e prova orale a valutare taluni aspetti legati alla professionalità nel campo turistico, in linea con i descrittori di Dublino).</p> <p>Successivamente viene redatto apposito verbale, sottoscritto dal Presidente e dai membri della commissione e dallo studente esaminato. Il superamento dell'esame presuppone il conferimento di un voto non inferiore ai diciotto/trentesimi (con eventuale assegnazione della lode) e prevede l'attribuzione dei corrispondenti CFU.</p> <p>La modalità d'esame potrà variare a seguito delle misure di distanziamento sociale legate all'emergenza Covid-19.</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>
Appelli d'esame	<p>Per gli appelli d'esame si rimanda alla pagina web del Settore Didattica del DSE: www.economia.unisalento.it/536</p>
Altre informazioni utili	<p>La frequenza alle lezioni, sebbene non sia obbligatoria, è vivamente consigliata</p> <p>Le modalità di lezioni ed esami potrebbero, tuttavia, subire variazioni a seguito covid-19.</p> <p>Commissione di esame: Venanzia Annese (Presidente), Maria Immacolata Spagna (componente), Betty Devynck (componente)</p>
Programma esteso	<p>Les entreprises, l'organisation de l'entreprise, les canaux pour la recherche d'un emploi, les contrats de travail, le commerce, les commerçants, la franchise, la lettre commerciale, Les sociétés, le bilan, les opérations de la vente, le marketing, le tourisme</p> <p>le marketing touristique, la lettre publicitaire, les banques, le règlement, la facture, la livraison, les transports, la logistique, la bourse, le recrutement et la formation, les assurances, l'exportation et l'importation, la douane</p>
Testi di riferimento	<p>Atouts commerce, Domitille Hatuel, ELI Editions + materiale docente</p>



SCHEDA INSEGNAMENTO

LINGUA SPAGNOLA

Corso di studi di riferimento	GESTIONE DELLE ATTIVITÀ TURISTICHE E CULTURALI - LM49
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	1
Semestre	PRIMO
Lingua di erogazione	ITALIANO
Percorso	COMUNE

Prerequisiti	
Contenuti	Principali aspetti della fonetica, grammatica e sintassi della Lingua spagnola. Cenni di Storia moderna e contemporanea della Spagna e Geografia fisica e politica.
Obiettivi formativi	<p>Il corso si propone di sviluppare le competenze linguistiche e comunicative necessarie per consentire allo studente di comunicare e interagire in modo efficace e appropriato in contesti e situazioni specifiche del suo ambito professionale, nonché di sviluppare e consolidare le strutture e le funzioni principali della lingua. Il corso si propone, inoltre, di fornire nozioni di Storia e Geografia della Spagna, nonché elementi fondamentali dell'economia e del commercio spagnoli.</p> <p>Verranno particolarmente curate le quattro abilità, come anche le abilità integrate, con attività di comprensione e produzione scritta mirate, e specifiche attività di ascolto e produzione orale, che si avvarranno del supporto degli strumenti multimediali e dei sussidi audiovisivi.</p> <p>Obiettivi specifici del corso sono in particolare i seguenti:</p> <ul style="list-style-type: none">- 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. <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 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.

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

Abilità di comprensione e produzione orale:

- capacità di comprendere testi orali, sia di carattere generale, sia rappresentativi dei diversi generi testuali caratteristici dell'ambito professionale e lavorativo degli utenti;

- capacità di comunicare e interagire in modo efficace e appropriato in contesti e situazioni specifiche dell'ambito professionale degli utenti.

Abilità di comprensione e produzione scritta:

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

Autonomia di giudizio (Making judgements):

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

- abilità di autocorrezione e autovalutazione.

Abilità comunicative (Communication skills):

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

Capacità di apprendimento (Learning skills):

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

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

- ampliamento e consolidamento del lessico economico e commerciale spagnolo;

- sviluppo delle abilità di lettura sia globale, che analitica, attraverso l'uso, accompagnato da attività di comprensione mirate, di una varietà di testi autentici rappresentativi dei diversi generi testuali tipici dell'ambito professionale e lavorativo degli utenti;



	<ul style="list-style-type: none">- 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 e commerciale.
Metodi didattici	
Modalità d'esame	
Programma esteso	
Testi di riferimento	
Altre informazioni utili	



SCHEDA INSEGNAMENTO

DIRITTO DELL'AMBIENTE E DELLA CULTURA
Saverio Sticchi Damiani

Corso di studi di riferimento	GESTIONE DELLE ATTIVITÀ TURISTICHE E CULTURALI – LM49
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	1
Semestre	SECONDO
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	Il corso si propone il raggiungimento dei seguenti obiettivi formativi: - acquisizione degli strumenti del diritto dell'ambiente e della cultura; - conoscenza delle fonti del diritto dell'ambiente e della cultura sia nazionali che internazionali; - apprendimento delle fonti normative che regolamentano i settori specifici della materia, con particolare riferimento alle tipologie di inquinamento ed al diritto penale dell'ambiente; - acquisizione delle conoscenze relativamente ai processi amministrativi connessi alla tematica ambientale;
Metodi didattici	Lezioni frontali, Seminari. <i>La modalità di erogazione della didattica potrà variare a seguito delle misure di distanziamento sociale legate all'emergenza Covid-19.</i>
Modalità d'esame	Prova orale a conclusione del ciclo di lezioni frontali (verifica delle nozioni acquisite attraverso quesiti orali volti a valutare l'apprendimento delle nozioni teoriche). Del suo svolgimento viene redatto apposito verbale, sottoscritto dal Presidente e dai membri della commissione e dallo studente esaminato. Il superamento dell'esame presuppone il conferimento di un voto non inferiore ai diciotto/trentesimi (con eventuale assegnazione della lode) e prevede l'attribuzione dei corrispondenti CFU. <i>La modalità d'esame potrà variare a seguito delle misure di distanziamento sociale legate all'emergenza Covid-19.</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> Vi sono previste differenze in termini di programma, testi e modalità d'esame



	fra studenti frequentanti e non frequentanti. Gli studenti frequentanti possono sostenere l'esame sulla base degli appunti.
Appelli d'esame	Per gli appelli di esame si rimanda al seguente link: http://www.economia.unisalento.it/536
Programma esteso	PARTE GENERALE <ul style="list-style-type: none">- La "materializzazione" dell'interesse ambientale- Le fonti- Funzioni e organizzazione- Funzioni e procedimenti- Situazioni giuridiche soggettive, danni e tutele- Il ruolo della giurisprudenza nell'emersione del Diritto ambientale- Le competenze normative e la distribuzione delle funzioni normative- La valutazione del rischio ambientale- Le certificazioni ambientali- La pianificazione territoriale con finalità di tutela ambientale PARTE SPECIALE <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	



SCHEDA INSEGNAMENTO

DIRITTO REGIONALE

Vincenzo Tondi della Mura

Corso di studio di riferimento	GESTIONE DELLE ATTIVITA' TURISTICHE E CULTURALI - LM49
Dipartimento di riferimento	SCIENZE DELL'ECONOMIA
Settore Scientifico Disciplinare	IUS/09
Crediti Formativi Universitari	8 CFU
Ore di attività frontale	64 ORE
Ore di studio individuale	136
Anno di corso	1
Semestre	SECONDO
Lingua di erogazione	ITALIANO
Percorso	GENERICO/COMUNE

Prerequisiti	Non sono richiesti particolari prerequisiti di accesso, se non la tendenziale conoscenza degli istituti fondamentali del diritto, soprattutto sul piano delle fonti.
Contenuti	Il Corso prevede lo studio e l'approfondimento del sistema costituzionale regionale italiano in ogni sua parte e fornisce gli strumenti per comprenderne il funzionamento l'organizzazione.
Obiettivi formativi	<p>1. Conoscenze e comprensione</p> <p>Lo studente apprenderà le conoscenze storiche relative alla genesi e alla previsione delle Regioni in occasione dell'Assemblea costituente, nonché il sistema delle garanzie e dei principi connessi. Apprenderà anche tutto ciò che concerne l'organizzazione costituzionale dello Stato.</p> <p>2. Capacità di applicare conoscenze e comprensione</p> <p>Si mira a favorire l'acquisizione dei profili applicativi della materia, in connessione con un consapevole uso degli strumenti critici tipici della disciplina; in particolare una parte del corso è rivolta alla giustizia costituzionale e alle tecniche attraverso cui la Corte costituzionale interviene nella risoluzione dei conflitti di attribuzione fra Stato e Regioni. In tal modo lo studente acquisirà la capacità di affrontare e risolvere problemi con gli strumenti del diritto costituzionale e del diritto regionale.</p> <p>3. Autonomia di giudizio</p> <p>Con lo studio del diritto regionale lo studente assumerà una capacità di riflessione sul sistema costituzionale nel suo insieme, attraverso il fondamentale strumento dell'interpretazione, la quale agisce su tre momenti: a) il dato positivo (processo logico, teleologico, analogico); b) il dato giuridico (diritto scritto e regole non scritte, prassi, precedenti, convenzioni, usi, materiali in genere variamente chiamati a porsi in rapporto con la scrittura); c) il dato politico-istituzionale (il sistema regionale dei partiti, la cultura politica, la differenza e le interconnessioni fra regionalismo e federalismo, la forma di governo).</p> <p>Inoltre, assumerà una capacità di riflessione anche sulla dimensione comunitaria ed internazionale del diritto e sulla interazione tra fonti appartenenti a sistemi interagenti.</p> <p>4. Abilità comunicative</p>



	<p>Lo studente, attraverso il corso, apprenderà a comunicare in forma scritta e orale informazioni, idee, problemi e soluzioni inerenti il diritto regionale. Le capacità comunicative in oggetto saranno stimulate attraverso lezioni frontali, comprendenti il coinvolgimento degli studenti al termine di ognuna, nonché alla saltuaria lettura ed al commento dei principali quotidiani, al fine di fare emergere impressioni personali e stimolare la capacità di sostenere una discussione problematica sui problemi inerenti il diritto regionale.</p> <p>5. Capacità di apprendimento</p> <p>Attraverso il corso, lo studente approfondirà la comprensione di regole e istituti fondamentali del diritto regionale, nonché delle intime connessioni fra gli stessi, e dei problemi tuttora aperti in seno alla disciplina. Su tale base lo studente acquisirà competenze e capacità critiche idonee a garantirgli l'accesso a ulteriori approfondimenti teorico-pratici, nonché a sostenere i successivi esami di diritto con un bagaglio culturale e tecnico-scientifico idoneo.</p>
Metodi didattici	<p>Il metodo didattico si svilupperà mediante:</p> <ul style="list-style-type: none">- Lezioni frontali, in cui verranno affrontati gli argomenti del corso;- Lettura e discussione delle sentenze della Corte costituzionale, onde valorizzare l'evoluzione interpretativa di alcuni istituti e alcuni diritti della nostra Costituzione;- Seminari interni, in cui si approfondiranno i principali snodi problematici, anche di attualità, degli argomenti scelti fra quelli considerati più importanti;- Seminari esterni (anche a carattere interdisciplinare) con ospiti provenienti da altri atenei, in cui verrà focalizzata l'attenzione su specifici argomenti di particolare interesse, al termine dei quali si lascerà spazio agli interventi e alle questioni sollevate dagli studenti. <p><i>N. B. La modalità di erogazione della didattica potrà variare a seguito delle misure di distanziamento sociale legate all'emergenza Covid-19</i></p>
Modalità d'esame	<p>L'esame si svolge in forma orale.</p> <p>L'esame orale si articolerà su tre livelli di verifica: (i) conoscenza delle nozioni di parte generale; (ii) conoscenza delle nozioni delle parti di approfondimento; (iii) padronanza del lessico proprio della disciplina e capacità di argomentazione.</p> <p>Il giudizio è formulato in base alla sottoposizione di alcuni quesiti al candidato, anche considerando la capacità di esposizione appropriata alla materia.</p> <p><i>N. B. La modalità d'esame potrà variare a seguito delle misure di distanziamento sociale legate all'emergenza Covid-19.</i></p>
Programma	<p>Forma di Stato unitaria, composita, federale, regionale; l'art. 5 Cost: genesi e portata costituzionale; il regionalismo nell'assemblea costituente; primo regionalismo; le riforme degli anni Novanta e il principio di sussidiarietà; il secondo regionalismo; la giurisprudenza costituzionale sul Titolo V prima e dopo la riforma del 2001; la decentralizzazione delle competenze; il principio di sussidiarietà dopo la riforma: i nuovi art. 117 e 118; il principio di pari dignità costituzionale di cui all'art. 114; la riforma del 1999 sulla forma di governo regionale (presidenzializzazione, meccanismo di scioglimento, ecc..)</p>
Testi di riferimento	<p>A. D'Atena, Diritto regionale, Giappichelli, ult. ed., o, in alternativa, P. Caretti – G. Tarli Barbieri, Diritto regionale, Giappichelli, ult. ed.</p>
Altre informazioni utili	<p>Per gli appelli di esame si rimanda alla pagina: www.economia.unisalento.it/536</p>



SCHEDA INSEGNAMENTO

MANAGEMENT DELLE AZIENDE CULTURALI
Francesca Imperiale

Corso di studi di riferimento	GESTIONE DELLE ATTIVITÀ TURISTICHE E CULTURALI – LM49
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	1
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 orale. La prova orale avrà durata di circa 20 minuti e avrà ad oggetto la verifica, mediante 4 domande, della conoscenza delle specificità del



	<p>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.</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> <p>Non si prevedono differenze tra studenti frequentanti e studenti non frequentanti in termini tanto di programma e testi di riferimento quanto di modalità di esame.</p> <p><u>Per gli appelli che si svolgeranno in modalità telematica l'esame prevede solo domande orali.</u></p>
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> <ul style="list-style-type: none">• Le aziende culturali: aspetti definitori• Gli assetti istituzionali delle aziende culturali• L'ambiente esterno e il sistema competitivo delle aziende culturali• Il sistema di prodotto delle aziende culturali• 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> <ul style="list-style-type: none">• Beni culturali, tutela e valorizzazione: inquadramento giuridico ed economico-aziendale• Le forme e le prospettive di gestione: gestione integrata, collaborazione pubblico-privato, community engagement• 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	<p>Per gli appelli di esame si rimanda alla pagina: www.economia.unisalento.it/536</p>



SCHEDA INSEGNAMENTO

MANAGEMENT STRATEGICO DELLE IMPRESE TURISTICHE

Pierfelice Rosato

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/08
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	COMUNE

Prerequisiti	<p>Avere conoscenze di base in tema di dinamiche di sviluppo del settore del turismo e in tema di management del turismo.</p> <p>Conoscere le nozioni di base di management, strategie e marketing associate allo studio del turismo</p>
Contenuti	<p>Il corso affronterà le tematiche inerenti la gestione strategica delle imprese del turismo attraverso l'approfondimento di logiche, modelli e strumenti utili a supportare i processi di crescita delle imprese del settore del turismo.</p> <p>Dopo una prima parte dedicata ad omogeneizzare le competenze dell'aula, il corso approfondirà lo studio delle principali scelte strategiche ed operative delle imprese del turismo con particolare evidenza per i processi di yield management e di social media marketing.</p> <p>Verrà dedicata particolare attenzione a tematiche inerenti le nuove tecnologie e le dinamiche digitali associate al turismo.</p> <p>Inoltre, una parte del corso verrà dedicata al tema dell'imprenditorialità e dell'auto imprenditorialità in ambito turistico anche al fine di valorizzare la capacità di leggere il contesto di riferimento e immaginare soluzioni e modelli di business innovativi.</p> <p>Inoltre, verrà affrontato il tema del turismo sostenibile attraverso la presentazione di logiche e modelli di riferimento per garantire, anche in ragione di una crescente attenzione del turista per queste tematiche, processi di crescita delle imprese turistiche che sappiano coniugare competitività e sostenibilità.</p> <p>La parte conclusiva del corso sarà dedicata a sviluppare riflessioni sul "turismo del post Covid19" con l'obiettivo di immaginare come i modelli di fruizione turistica possano cambiare e, contestualmente, rappresentare una sfida per le imprese del turismo.</p>
Obiettivi formativi	<p>Obiettivi formativi: Lo studente dovrà essere in grado di padroneggiare logica e strumenti associati al management delle imprese turistiche con adeguata capacità critica. In particolare, conoscere ed interpretare i modelli di analisi settoriale applicati al turismo, le strategie competitive, gli strumenti di yield management, gli strumenti di social media marketing e le logiche e gli strumenti in tema di turismo sostenibile.</p> <p>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.</p> <p>Capacità di applicare conoscenza e comprensione (applying knowledge and understanding): Capacità di identificare e proporre modelli di analisi del</p>



	<p>settore turistico e interpretativi delle dinamiche di mercato, individuare strategie competitive per il vantaggio competitivo e di marketing che la letteratura manageriale presenta.</p> <p>Autonomia di giudizio (making judgements) Capacità di interpretare e valutare le potenzialità competitive delle imprese anche alla luce dei processi di globalizzazione dei mercati e dell'evoluzione tecnologica in atto.</p> <p>Abilità comunicative (communication skills) Capacità di presentare i risultati raggiunti dalle imprese attraverso i modelli della letteratura manageriale e dell'evoluzione tecnologica.</p> <p>Capacità di apprendimento (learning skills) Capacità di apprendimento delle dinamiche manifestate dalle imprese turistiche e delle strategie competitive adottate.</p>
Metodi didattici	Lezioni frontali. Utilizzo di casi aziendali per approfondire e utilizzare concetti e strumenti acquisiti. Project work e seminari con Imprenditori e Manager.
Modalità d'esame	<p>Prova orale, finalizzata alla verifica della comprensione, della padronanza e della capacità di trattazione dei temi affrontati.</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>
Programma	<p>Il settore del turismo</p> <p>Le strategie delle imprese turistiche</p> <p>Le principali scelte di marketing delle imprese turistiche</p> <p>Analisi del comportamento del turista</p> <p>Imprenditorialità e autoimprenditorialità nel turismo</p> <p>I modelli innovativi di ricettività e ospitalità nel turismo</p> <p>Turismo e nuove tecnologie</p> <p>Intelligenza artificiale e turismo</p> <p>Il social media marketing in ambito turistico: teoria e analisi di casi</p> <p>Lo yield Management</p> <p>La sostenibilità nel turismo: teorie e analisi di casi</p> <p>Sustainable Development Goals (SDG's) e turismo</p> <p>Il turismo del post Covid19. Riflessioni e sfide aperte</p>
Testi di riferimento	Il materiale didattico verrà comunicato dal docente all'inizio del corso
Altre informazioni utili	



SCHEDA INSEGNAMENTO

MARKETING TERRITORIALE
Alessandro Maria Peluso

Corso di studio di riferimento	GESTIONE DELLE ATTIVITÀ TURISTICHE E CULTURALI - LM 49
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	1
Semestre	ANNUALE
Lingua di erogazione	ITALIANO
Percorso	COMUNE

Prerequisiti	Nessuno
Contenuti	Il benessere delle comunità nazionali deriva sempre più dalle interazioni tra Sistemi Territoriali Locali (STL) di medie dimensioni (città, distretti, regioni), che ne costituiscono il tessuto economico, sociale e ambientale. Il <i>marketing territoriale</i> è un approccio finalizzato a indurre i fruitori di questi STL – residenti, turisti, imprese locali o esterne – a collaborare al loro sviluppo sostenibile.
Obiettivi formativi	<p>Il corso intende fornire agli studenti gli strumenti teorici e operativi per attuare un piano di marketing territoriale finalizzato allo sviluppo (sociale, economico e spaziale) di un STL, considerando le peculiarità e la natura multi-vendita del prodotto «territorio».</p> <p>Gli studenti acquisiranno le conoscenze disciplinari di base e i principali strumenti teorici e operativi di marketing territoriale. Le conoscenze e le abilità acquisite saranno utili per la formazione di manager e professionisti in grado di analizzare il contesto in cui operano i sistemi territoriali locali, nonché di elaborare, implementare e valutare strategie di marketing orientate allo sviluppo sostenibile.</p> <p>In termini di capacità di applicazione delle conoscenze, gli studenti saranno capaci di elaborare un piano di marketing territoriale. In termini di autonomia di giudizio, saranno in grado di valutare l'adeguatezza e l'efficacia dei diversi strumenti analitici e decisionali. In termini di abilità comunicative, sapranno padroneggiare le fasi dello sviluppo di un piano e le tipiche leve di marketing territoriale. In termini di capacità di apprendimento, saranno in grado di acquisire gli elementi teorici e operativi della disciplina e sapranno approfondire argomenti specifici in autonomia.</p> <p>Per quanto riguarda le competenze trasversali, a fine corso gli studenti avranno la capacità di: a) applicare quanto appreso a situazioni reali; b) formulare giudizi in autonomia (ad esempio, in merito all'efficacia di una strategia di sviluppo locale); 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.</p>
Metodi didattici	Il corso propone un metodo originale e integrato per predisporre strategie di successo basate sulla piena conoscenza dei STL. Oltre allo studio del modello teorico, verrà implementata una vera pianificazione di marketing territoriale



	<p>mediante l'applicazione del modello strategico al caso dei STL salentini. Il processo di apprendimento è <i>multidisciplinare, problem-oriented e interattivo</i>: intende sviluppare la conoscenza attraverso esperienze e attività formative differenti (come seminari, attività laboratoriali sotto forma di esercitazioni individuali e lavori di gruppo). Ogni singola fase della pianificazione è presentata con l'ausilio di dati reali e attraverso l'apprendimento dei comandi di diversi software statistici, al fine di definire: i confini dei STL, la loro vocazione, il network dominante, le aree strategiche d'affari, il confronto tra identità e percezione dell'offerta, le strategie di adattamento conseguenti e, infine, il grado di sviluppo realizzato.</p> <p>NOTA #1: Le modalità di erogazione delle lezioni – in presenza oppure in via telematica - saranno definite in funzione dell'evoluzione dell'attuale emergenza sanitaria da COVID-19.</p>
Modalità d'esame	<p>L'esame si compone di due parti.</p> <p>1) La <i>Prima Parte</i> dell'esame è comune a <i>tutti</i> gli studenti (sia frequentanti sia non-frequentanti). Essa ha per oggetto la prima parte del testo di riferimento (Capp. 1-5) e sarà svolta in forma scritta (6 domande aperte in 1 ora di tempo).</p> <p>2) La <i>Seconda Parte</i> dell'esame è rivolta <i>esclusivamente</i> agli studenti non-frequentanti. Essa ha per oggetto la seconda parte del testo di riferimento (Capp. 6-12) e sarà svolta in forma scritta (6 domande aperte in 1 ora di tempo).</p> <p>Sono considerati <i>studenti frequentanti</i> esclusivamente coloro i quali partecipano, con esito positivo, a <i>tutte</i> le esercitazioni assegnate in classe sull'applicazione del modello di pianificazione ai STL salentini. In ragione di queste esercitazioni gli studenti frequentanti non devono sostenere la <i>Seconda Parte</i> dell'esame.</p> <p>Gli studenti <i>non frequentanti</i> possono scegliere se sostenere le due parti dell'esame nello stesso appello oppure in appelli separati, senza alcun vincolo di ordine tra le due parti.</p> <p>In sintesi:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Gli <i>studenti frequentanti</i> sono tenuti a superare la <i>Prima Parte</i> dell'esame (6 domande sui Capp. 1-5 del testo di riferimento) e svolgere con esito positivo <i>tutte</i> le esercitazioni assegnate in classe;2. Gli <i>studenti non frequentanti</i> sono tenuti a superare sia la <i>Prima Parte</i> dell'esame (6 domande sui Capp. 1-5 del testo di riferimento) sia la <i>Seconda Parte</i> dell'esame (6 domande sui Capp. 6-12 del testo di riferimento). <p>Il voto finale è dato dalla <i>media aritmetica</i> del voto conseguito sulla <i>Prima Parte</i> dell'esame e del voto medio conseguito sulle esercitazioni (per gli <i>studenti frequentanti</i>), ovvero dei voti conseguiti sulle due parti dell'esame (per gli <i>studenti non frequentanti</i>). Gli studenti che non riportino una votazione superiore a 18/30 o che non vogliano accettare un voto, possono risostenere anche solo una parte dell'esame in un qualsiasi appello successivo. Il voto finale è l'unico ad essere verbalizzato, a condizione che i voti parziali, ottenuti sulle singole parti, siano almeno pari a 18/30. In tal caso, occorrerà iscriversi sul portale studenti.unisalento.it per la verbalizzazione nella data fissata dal docente. Se si supera una sola parte o se non si vuole accettare un voto, non ci</p>



	<p>si deve iscrivere alla verbalizzazione (né è necessario darne comunicazione al docente).</p> <p>NOTA #1: Un prototipo di prova d'esame, per ciascuna delle due parti, sarà messo a disposizione di tutti gli studenti sulla piattaforma online di Ateneo https://formazioneonline.unisalento.it/.</p> <p>NOTA #2: Gli studenti disabili e/o con DSA che intendono usufruire di un intervento individualizzato per lo svolgimento della prova d'esame devono contattare l'Ufficio Disabili dell'Università del Salento all'indirizzo paola.martino@unisalento.it.</p> <p>Nota #3: Le modalità d'esame possono comunque subire modifiche in ragione dell'evoluzione dell'attuale situazione di emergenza sanitaria da COVID-19.</p>
Appelli d'esame	Per gli appelli di esame si rimanda alla pagina: www.economia.unisalento.it/536
Programma	<p>Dopo aver definito l'unità d'analisi (il STL), in un'ottica statica (regione, sistema di produzione locale, area-sistema) e dinamica (<i>milieu innovateur</i>, reti), il corso propone un modello interpretativo delle dinamiche evolutive dell'economia territoriale fondato su un approccio strategico di marketing territoriale. Il nuovo modello si articola in quattro fasi:</p> <p><i>1) Definizione degli elementi-base della strategia:</i> a) Identificazione dell'ambito strategico (vocazione industriale-esportatrice o turistica-residenziale); b) Identificazione del soggetto strategico prevalente (a seconda della razionalità dominante: attore pubblico e attore privato); c) Identificazione delle risorse strategiche interne (infrastrutture, fattori di localizzazione, economie di agglomerazione, e settoriali), o esterne (esportazioni ed economie di rete); d) Identificazione dell'oggetto strategico: vantaggi di costo relativo (economie esterne e incentivi), vantaggi di differenziazione (derivanti dalla distintività dell'immagine), o vantaggi di specializzazione (industriale o turistica).</p> <p><i>2) Analisi relazionale e strategica del sistema territoriale locale:</i> a) Analisi relazionale: strumenti tecnici, indici locali e indici globali; b) Analisi strategica della clientela, in due fasi: riconoscimento dei segmenti di mercato, e determinazione della posizione di potere; c) Analisi strategica della capacità concorrenziale, in fasi: definizione dei fattori competitivi dell'offerta e valutazione dei fattori competitivi del sistema produttivo; d) Analisi strategica della tecnologia, in due fasi: analisi della composizione del patrimonio tecnologico, e dello sviluppo del patrimonio tecnologico; e) Analisi strategica del potenziale di sviluppo del sistema: SWOT Analysis; f) Identificazione delle Unità Prodotto-Mercato di un STL.</p> <p><i>3) Analisi competitiva e formulazione delle strategie di sviluppo locale:</i> a) Confronto tra identità e immagine di un sistema: significato d'identità vs. immagine, tipologia di offerta di un STL, livello di coinvolgimento degli utenti, matrice del posizionamento strategico; b) Strategie di sviluppo produttivo: identificazione dei fabbisogni strategici, determinazione della leva strategica, individuazione delle strategie di sviluppo produttivo; c) Strategie di marketing induzionale: identificazione delle determinanti della soddisfazione, determinazione delle fasi dell'esperienza di fruizione dei STL, individuazione delle strategie di marketing induzionale.</p> <p><i>4) Controllo strategico:</i> a) Attuazione delle strategie di sviluppo locale:</p>



	<p>determinazione delle politiche gestionali, criteri che guidano l'implementazione delle strategie di sviluppo locale; b) Valutazione del livello di sviluppo sostenibile: controllo delle dimensioni dello sviluppo sostenibile, e adozione della <i>fuzzy logic</i> nella misurazione del livello di sviluppo sostenibile.</p>
Testi di riferimento	<ul style="list-style-type: none">• Guido G. e Pino G. (2019), <i>Il Marketing Territoriale: Pianificazione e Ricerche</i>, Bologna: Il Mulino. <p>A questo testo è associato un volume ancillare:</p> <ul style="list-style-type: none">• Guido G. (2019), <i>Lezioni di Marketing Territoriale</i>, che è acquistabile, al prezzo di costo, solo presso questo sito: http://www.lulu.com/spotlight/marketing_territoriale. Il volume ancillare contiene tutte le diapositive delle lezioni del testo di riferimento, più gli esercizi, le istruzioni per la conduzione degli esoneri e il facsimile dei compiti finali. I file necessari per la conduzione delle esercitazioni saranno resi disponibili in classe oppure sono scaricabili dalla piattaforma online di Ateneo https://formazioneonline.unisalento.it/.
Altre informazioni utili	<p>Modalità di prenotazione dell'esame</p> <p>Gli studenti possono prenotarsi per l'esame finale esclusivamente utilizzando le modalità previste dal sistema VOL tramite la piattaforma <i>studenti.unisalento.it</i>.</p>



OBIETTIVI FORMATIVI E PROGRAMMI DI MASSIMA DEL II ANNO

STORIA ECONOMICA DEL TURISMO

Obiettivi formativi

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

Risultati attesi (in termini dei descrittori di Dublino)

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

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

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

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

Capacità di apprendimento (Learning skills): Il corso si propone di sviluppare e affinare le capacità di apprendere degli studenti e di sviluppare le loro abilità di analisi e valutazione critica in materia di eventi inerenti il fenomeno turistico e la sua evoluzione storica.

Programma di massima

Nel corso: 1) si descrive l'evoluzione nel lungo periodo del fenomeno turistico usando i criteri della diffusione tra le classi sociali e l'impatto economico delle diverse tipologie di vacanza; 2) si illustrano i principali fattori che influenzano la nascita, lo sviluppo e il declino delle tipologie di vacanza, con particolare riferimento alle trasformazioni culturali, tecnologiche ed organizzative; 3) si approfondiscono le relazioni



**UNIVERSITÀ
DEL SALENTO**

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 analizza il fenomeno turistico in Italia con particolare riguardo al suo impatto economico, sociale, ambientale; 6) si descrive lo sviluppo dello sport come attrazione turistica così come l'evoluzione del turismo sportivo nel tempo e nello spazio



TURISMO E SVILUPPO DEL TERRITORIO

Obiettivi formativi

Conoscenza e capacità di comprensione:

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

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

Autonomia di giudizio

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

- capacità di formulare giudizi in autonomia (interpretare le informazioni con senso critico e decidere di conseguenza) nella valutazione dei fenomeni turistici e soprattutto riguardo la qualità del loro impatto territoriale;
- capacità di lavorare in gruppo (sapersi coordinare con altri integrandone e competenze);
- saper comunicare efficacemente.

Programma di massima

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



PROGRAMMAZIONE E CONTROLLO DELLE IMPRESE TURISTICO-RICETTIVE – MODULO I

Obiettivi formativi

Il corso si propone il raggiungimento dei seguenti obiettivi formativi:

- 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.

Risultati attesi secondo i descrittori di Dublino:

Conoscenze e comprensione:

- 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.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

- Capacità di lettura e valutazione dei risultati dell'analisi di bilancio e di riclassificazione.

Autonomia di giudizio

- saper valutare i risultati derivanti dall'analisi dell'attività di programmazione e gestione delle imprese del settore turistico.

Abilità comunicative

- essere in grado 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.

Capacità di apprendimento

Comprensione delle varie fasi per la realizzazione di un piano strategico di gestione

Programma di massima

L'insegnamento è volto ad acquisire le principali conoscenze dei processi di programmazione e controllo delle imprese turistico ricettive, con particolare riferimento al caso delle imprese alberghiere e di intermediazione turistica. Particolare attenzione è posta agli strumenti ed ai modelli manageriali applicati nelle organizzazioni turistiche. 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



PROGRAMMAZIONE E CONTROLLO DELLE IMPRESE TURISTICO-RICETTIVE – MODULO II

Obiettivi formativi

Il corso intende fornire gli approfondimenti delle principali tecniche di programmazione e controllo delle imprese turistiche

Apprendimento degli strumenti di contabilità direzionale.

Risultati attesi secondo i descrittori di Dublino:

Conoscenza e capacità di comprensione (knowledge and understanding):

- Acquisizione delle principali tecniche di programmazione e controllo

- Conoscenza degli aspetti gestionali e del controllo di gestione caratterizzanti le imprese turistico-ricettive.

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

- 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.

Autonomia di giudizio (making judgements)

-Capacità di valutazione dei risultati derivanti dall'applicazione degli strumenti di contabilità direzionale.

Abilità comunicative (communication skills)

-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.

Capacità di apprendimento (learning skills)

-Capacità di apprendimento delle problematiche delle imprese turistico-ricettive.

Programma di massima

La contabilità direzionale nelle imprese turistiche

Le attività e gli strumenti di programmazione e controllo nelle imprese turistiche



QUALITÀ E CERTIFICAZIONE DI PRODOTTI E SERVIZI – MODULO I

Obiettivi formativi

Guidare lo studente ad acquisire le adeguate conoscenze in merito ai contenuti del corso e a esporre criticamente quanto appreso.

Risultati attesi secondo i descrittori di Dublino:

Conoscenza e capacità di comprensione (knowledge and understanding):

Conoscenza e comprensione di tematiche inerenti la qualità dei prodotti/servizi e le filiere agro-alimentari.

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

- Capacità di applicare le conoscenze acquisite a casi concreti e di approfondire tematiche correlate.

Autonomia di giudizio (making judgements)

Capacità di interpretare autonomamente e criticamente temi d'attualità connessi con gli argomenti del corso.

Abilità comunicative (communication skills)

Capacità di presentare e comunicare informazioni e temi.

Capacità di apprendimento (learning skills)

capacità di acquisire e far proprie competenze necessarie per intraprendere studi successivi.

Programma di massima

Nozioni concernenti le tematiche della qualità dei prodotti e dei servizi e, in particolare, la qualità degli alimenti. Principali filiere agro-alimentari.



QUALITÀ E CERTIFICAZIONE DI PRODOTTI E SERVIZI – MODULO II

Obiettivi formativi

Il corso si prefigge di fornire agli studenti le conoscenze necessarie a comprendere i variegati aspetti della qualità, con particolare riferimento alla qualità ambientale, grazie allo studio degli strumenti per valutare, misurare, comunicare e certificare il miglioramento.

Conoscenze e comprensione (Knowledge and understanding)

Lo studente imparerà i principi fondamentali alla base della gestione della qualità.

Capacità di applicare conoscenze e comprensione

Lo studente conoscerà vari strumenti e standard e sarà in grado di scegliere quali applicare nei diversi ambiti e in particolare nel settore del turismo.

Abilità comunicative ed Autonomia di giudizio

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.

Capacità di apprendimento

Il corso si propone di sviluppare e affinare le capacità di apprendere degli studenti e di sviluppare le loro abilità di analisi, comparazione, sintesi e valutazione critica in materia di qualità e certificazione.

Programma di massima

La Qualità ambientale. Strumenti di valutazione, misurazione, comunicazione e certificazione, per la qualità e la sostenibilità. Indicatori. Norme ISO. Certificazioni di prodotto e di sistema. Turismo sostenibile. Certificazioni nel settore turismo.