



Complesso Ecotekne – Palazzina C
Via per Montepulciano, 73100 Lecce
Email: segreteria.dipeconomia@unisalento.it
PEC: dip.scienze.economia@cert-unile.it

**SCHEDE INSEGNAMENTI
DIDATTICA PROGRAMMATA
A.A. 2025/26**

L15 - MANAGEMENT DELLE ORGANIZZAZIONI TURISTICHE

SCHEDA INSEGNAMENTO

DIRITTO PRIVATO DEL TURISMO

Francesco Giacomo Viterbo

Corso di studi di riferimento	MANAGEMENT DELLE ORGANIZZAZIONI TURISTICHE
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>Obiettivi formativi:</u> Il corso si propone di illustrare contenuti e metodologia di analisi dei profili fondamentali e caratterizzanti dei rapporti civilistici in materia di turismo, con particolare attenzione alle fonti, all'uso turistico dei beni e alla contrattualistica utilizzata in questo settore.</p> <p><u>Risultati attesi secondo i descrittori di Dublino:</u> <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	Convenzionale con lezioni frontali ed esercitazioni, nonché simulazioni con gli studenti di casi concreti e strategie per il <i>problem solving</i> .
Modalità d'esame	<p><u>Modalità di esame:</u> 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><u>Modalità di accertamento dei risultati:</u> L'accertamento della conoscenza e della capacità di comprensione avviene tramite una prova di esame orale con voto finale, attraverso la quale si verifica:</p> <ul style="list-style-type: none"> (i) grado di comprensione dei principi fondamentali che regolano la materia; (ii) grado di conoscenza degli istituti e delle nozioni di diritto positivo; (iii) grado di padronanza del lessico proprio della disciplina e capacità di argomentazione. <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><i>Lo studente, disabile e/o con DSA, che intende usufruire di un intervento individualizzato per lo svolgimento della prova d'esame deve contattare l'ufficio Integrazione Disabili dell'Università del Salento all'indirizzo paola.martino@unisalento.it</i></p>
Appelli d'esame	Per gli appelli d'esame si rimanda alla pagina: Calendario appelli
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, III (par. da 4 a 10), V (par. da 1 a 3), VI e tutta la Parte Seconda con esclusione dei capitoli XVI, XVII e XIX; ovvero pp. da 3 a 26; da 59 a 78; da 105 a 110; 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>Lecture consigliate:</p> <p>F.G. VITERBO, La rilevanza della destinazione turistica nella disciplina dei beni: profili civilistici, in Rivista giuridica dell'edilizia, fasc. 5-2020, pp. 377-395.</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, 2021.</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	<p>L'apprendimento degli argomenti indicati nel programma dovrà essere non mnemonico ma critico, e dovrà denotare la capacità di proiettare le nozioni teoriche sul piano dell'applicazione pratica.</p>

SCHEDA INSEGNAMENTO
ECONOMIA DEL TURISMO

Luca Zamparini

Corso di studi di riferimento	MANAGEMENT DELLE ORGANIZZAZIONI TURISTICHE
Dipartimento di riferimento	DIPARTIMENTO DI SCIENZE DELL'ECONOMIA
Settore Scientifico Disciplinare	SECS-P01
Crediti Formativi Universitari	8
Ore di attività frontale	64
Ore di studio individuale	136
Anno di corso	Primo
Semestre	Secondo
Lingua di erogazione	Italiano
Percorso	Comune

Prerequisiti	Il corso è esplicitamente concepito in modo da non richiedere conoscenze che vadano oltre le normali nozioni acquisite in una qualsiasi scuola superiore. Tutti gli aspetti metodologici del corso vengono compiutamente spiegati durante le lezioni frontali. Non sono previste propedeuticità per il corso.
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 (<i>knowledge and understanding</i>):</p> <p>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><u>Capacità di applicare conoscenza e comprensione (<i>applying knowledge and understanding</i>)</u></p> <p>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><u>Autonomia di giudizio (<i>making judgements</i>)</u></p> <p>Lo studente dovrebbe essere in grado di analizzare gli aspetti economici del fenomeno turistico in piena autonomia ed oggettività sulla base dei principali modelli studiati durante il corso.</p> <p><u>Abilità comunicative (<i>communication skills</i>)</u></p> <p>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><u>Capacità di apprendimento (<i>learning skills</i>)</u></p> <p>Infine, lo studente dovrebbe avere gli strumenti necessari per comprendere ulteriori modelli che si occupano di turismo.</p>
Metodi didattici	Convenzionale con lezioni frontali ed esercitazioni
Modalità d'esame	<p>Modalità di esame: orale</p> <p>Modalità di accertamento: L'accertamento della conoscenza e della capacità di comprensione avviene tramite una prova scritta/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>
Appelli d'esame	Per gli appelli d'esame si rimanda alla pagina: Calendario appelli
Programma esteso	<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" NON sono parte integrante del programma.</p>
Testi di riferimento	Candela G. e P. Figini, <i>Economia del turismo e delle destinazioni</i> , McGraw-Hill, Milano, seconda edizione (2014).
Altre informazioni utili	Per ulteriori info: luca.zamparini@unisalento.it

SCHEDA INSEGNAMENTO
ECONOMIA DELLE AZIENDE TURISTICHE

Pierluca Di Cagno

Corso di studi di riferimento	MANAGEMENT DELLE ORGANIZZAZIONI TURISTICHE
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): - Acquisizione delle principali nozioni sul concetto di imprenditorialità e managerialità</p> <ul style="list-style-type: none"> - Conoscenza delle dinamiche delle imprese turistico ricettive. <p>Capacità di applicare conoscenza e comprensione (applying knowledge and understanding)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Capacità di utilizzo degli strumenti amministrativo/contabili per verificare la capacità di produrre reddito <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. <p>Capacità di apprendimento (learning skills)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Capacità di apprendimento delle problematiche delle imprese turistico-ricettive

Metodi didattici	Convenzionale con lezioni frontali ed esercitazioni .
Modalità d'esame	<p>Prova scritta.</p> <p>L'esame consisterà in una prova scritta, <i>con domande a risposta aperta</i>.</p> <p>L'esame si svolge in forma orale, mediante colloquio che verte sui contenuti del programma e finalizzato ad appurare il grado di apprendimento e comprensione del programma svolto.</p> <p><i>Lo studente, disabile e/o con DSA, che intende usufruire di un intervento individualizzato per lo svolgimento della prova d'esame deve contattare l'ufficio Integrazione Disabili dell'Università del Salento all'indirizzo paola.martino@unisalento.it</i></p>
Appelli d'esame	Per gli appelli d'esame si rimanda alla pagina: Calendario appelli
Programma esteso	<ol style="list-style-type: none"> 1. L'attività economica e le Aziende; 2. Finalità e obiettivi della Aziende; 3. La struttura Aziendale. La componente personale; 4. La componente organizzativa; 5. Il governo aziendale e i processi decisionali; 6. L'attività organizzativa; 7. La fase istitutiva delle aziende; 8. Gli equilibri aziendali; 9. L'impresa Turistica; 10. Il Business Plan di una impresa turistica.
Testi di riferimento	DI CAGNO/ADAMO/GIACCARI: L'AZIENDA - CACUCCI EDITORE, 2019.
Altre informazioni utili	Si prega di inviare mail al docente.

SCHEDA INSEGNAMENTO

GEOGRAFIA DEL TURISMO

Federica Epifani

Corso di studi di riferimento	MANAGEMENT DELLE ORGANIZZAZIONI TURISTICHE
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	nessuno
Contenuti	<p>I corso fornisce gli strumenti interpretativi e metodologici utili a comprendere i principali fenomeni del turismo contemporaneo colti nella loro dimensione di fattori di trasformazione dello spazio geografico. L'obiettivo sarà inoltre quello di sviluppare un approccio critico allo studio del turismo, da interpretare attraverso le lenti della transcalarità.</p> <p>Dopo una breve introduzione ai concetti chiave della disciplina e alle metodologie di analisi, saranno affrontati i temi più rilevanti del dibattito contemporaneo, con riferimento tanto alla dimensione delle pratiche spaziali (es. mobilità, fruizione dei luoghi, valutazione e mitigazione degli impatti) quanto a quella delle rappresentazioni (la modellistica, ma anche l'immagine turistica).</p>
Obiettivi formativi	<p><u>Risultati attesi secondo i descrittori di Dublino:</u></p> <p>Conoscenza e capacità di comprensione (<i>knowledge and understanding</i>):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conoscenze e comprensione delle principali tematiche inerenti il fenomeno turistico. <p><u>Capacità di applicare conoscenza e comprensione (<i>applying knowledge and understanding</i>)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacità di analisi di contesti turistici definiti • Capacità di sintesi <p><u>Autonomia di giudizio (<i>making judgements</i>)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Autonomia di giudizio nella valutazione dei fenomeni turistici, legati soprattutto alla percezione dei luoghi e dei territori; • Autonomia di giudizio nella valutazione e selezioni delle opzioni strategiche ed operative <p><u>Abilità comunicative (<i>communication skills</i>)</u></p>

	<ul style="list-style-type: none"> • Capacità di argomentazione <p><u>Capacità di apprendimento (<i>learning skills</i>)</u> Capacità di apprendimento in contesti dinamici e complessi</p>
Metodi didattici	Lezioni frontali, esercitazioni, seminari, discussioni guidate
Modalità d'esame	<p>per gli studenti frequentanti: valutazione in itinere mediante prove individuali e di gruppo</p> <p>per gli studenti non frequentanti: esame orale</p> <p>Entrambe le modalità d'esame mirano a verificare: acquisizione/comprendimento dei contenuti e delle conoscenze disciplinari; capacità comunicativa, argomentativa e applicativa inerente i contenuti e le conoscenze disciplinari, anche in ambiti diversi da quelli strettamente legati al corso di studio; autonomia di giudizio e analisi critica.</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>
Appelli d'esame	Per gli appelli d'esame si rimanda alla pagina: Calendario appelli
Programma esteso	Dopo una breve introduzione ai concetti chiave della disciplina e alle metodologie di analisi, saranno affrontati i temi più rilevanti del dibattito contemporaneo, con riferimento tanto alla dimensione delle pratiche spaziali (es. mobilità, fruizione dei luoghi, valutazione e mitigazione degli impatti) quanto a quella delle rappresentazioni (la modellistica, ma anche l'immagine turistica).
Testi di riferimento	<p>Per le Studentesse e gli Studenti frequentanti: Materiali forniti dalla docente a lezione</p> <p>Per le Studentesse e gli Studenti non frequentanti: Bagnoli L., Manuale di Geografia del Turismo. Dal Grand Tour al Covid. Quinta edizione, 2022, UTET Di Bella A. Geografia del turismo urbano, Laterza, 2022</p>
Altre informazioni utili	Si prega di contattare il docente per email.

SCHEDA INSEGNAMENTO
STATISTICA DEL TURISMO

Sabrina Maggio - Sandra De Iaco

Corso di studi di riferimento	MANAGEMENT DELLE ORGANIZZAZIONI TURISTICHE
Dipartimento di riferimento	DIPARTIMENTO DI SCIENZE DELL'ECONOMIA
Settore Scientifico Disciplinare	SECS-S/01
Crediti Formativi Universitari	12
Ore di attività frontale	96
Ore di studio individuale	204
Anno di corso	1
Semestre	Annuale
Lingua di erogazione	Italiano
Percorso	PERCORSO COMUNE

Prerequisiti	Non esiste propedeuticità con altro insegnamento. Si richiedono conoscenze di base su 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 (making judgements)</u></p> <p>Capacità di valutazione dei risultati derivanti dal calcolo di indicatori statistici e definizione dei metodi più idonei per il raggiungimento dei risultati.</p> <p><u>Abilità comunicative (communications skills)</u></p> <p>Capacità di presentare con chiarezza i risultati delle analisi statistiche effettuate e dello schema di campionamento scelto.</p> <p><u>Capacità di apprendimento (learning skills)</u></p> <p>Capacità di apprendimento delle varie fasi per la realizzazione di un'indagine statistica.</p>
Metodi didattici	<p>Lezioni in presenza: modalità di erogazione delle lezioni “frontale, con uso di supporti audiovisivi, esercitazioni in aula”.</p>
Modalità d'esame	<p>Svolgimento dell'esame in presenza</p> <p>L'esame in presenza è caratterizzato da una prova scritta e da una prova orale (facoltativa*) alla quale si accede previo superamento della prova scritta.</p> <p>Per gli studenti frequentanti, la prova scritta si può articolare in 2 prove parziali, in modalità scritta, che si svolgeranno nel rispetto del calendario didattico.</p> <p>Al completamento della prova, l'esito effettivo dell'esame sostenuto dagli studenti sarà registrato sul VOL (ESSE3), specificando anche le eventualità di “ritirato”, “assente” o “insufficiente”, in ottemperanza della nota rettorale del 28.04.2022. Inoltre, l'esito positivo della prova parziale, può essere conservato su richiesta dello studente fino alla fine dell'anno accademico in cui è stato sostenuto, come indicato nella stessa nota rettorale su verbalizzazione esami del 28.04.2022.</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 e testi di riferimento tra studenti frequentanti e non frequentanti.</p> <p>* Per aggiornamenti si prega di consultare la Sezione "Notizie" della pagina docente.</p>
Appelli d'esame	Per gli appelli d'esame si rimanda alla pagina: Calendario appelli
Programma esteso	<p><i>Concetti introduttivi e definizioni fondamentali.</i> Definizione e campi di applicazione della statistica. L'indagine statistica. Fonti di rilevazione statistica. Tecniche di campionamento. Caratteri e modalità. Il formalismo statistico.</p> <p><i>Tablette statistiche e rappresentazioni grafiche.</i> Le distribuzioni statistiche. Le rappresentazioni grafiche.</p> <p><i>Indici di posizione.</i> Le medie analitiche. Le medie lasche.</p> <p>Indici di variabilità. Gli indici di variabilità assoluta. Indici di dispersione. Indici di disuguaglianza. Intervalli di variazione. Scomposizione della devianza. Gli indici di variabilità relativa</p> <p><i>Rapporti statistici e numeri indici.</i> Indicatori del turismo.</p> <p><i>Indici di forma. Analisi della regressione.</i> Indice di determinazione</p> <p><i>Valutazione della qualità dei servizi.</i> 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.</p> <p><i>Analisi dell'interdipendenza.</i> Aspetti della correlazione. Codevarianza. Coefficiente di correlazione lineare. Cograduazione.</p> <p><i>Dispense del docente:</i></p> <p>Analisi della regressione. Indicatori del turismo. Overbooking. Casi di studio riguardanti gli indicatori turistici. Casi di studio riguardanti l'analisi della soddisfazione nel settore turistico.</p> <p><i>Dal volume "Elementi di Calcolo Combinatorio e Teoria della Probabilità":</i> Cenni di calcolo combinatorio. Teoria della probabilità. Variabili aleatorie</p> <p><i>Dal volume "Modelli statistici di customer satisfaction. Alcune applicazioni":</i></p> <p>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.</p>
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. - D. Posa, S. De Iaco, M. Palma, Elementi di calcolo combinatorio e teoria della probabilità, Giappichelli Editore, 2009. - Dispense del docente disponibili nella pagina personale in corrispondenza della sezione "Materiale didattico".
Altre informazioni utili	-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 foto o stampa della ricevuta della prenotazione.

-In caso di problematiche tecniche occorre segnalare il problema almeno 7 giorni prima della data d'esame, conformemente con la chiusura delle prenotazioni sul VOL.

- Le richieste di rinvio della prova orale, 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 della prova orale può essere richiesto esclusivamente in sede d'esame. Si precisa inoltre che la richiesta di rinvio della prova orale può essere reiterata al massimo per un anno accademico, dal momento che l'esito positivo della prova parziale può essere conservato su richiesta dello studente fino alla fine dell'anno accademico in cui è stato sostenuto (rif. nota rettorale su verbalizzazione esami del 28.04.2022).

-WORKSHOP in lingua inglese: UNWTO Workshop on Tourism statistics and mobile positioning data. Improving the level of tourism statistics with data from telecommunication networks, disponibile al seguente link: <https://youtu.be/EQM-BNAbWo>

SCHEDA INSEGNAMENTO
ORGANIZZAZIONE DELLE PRODUZIONI MUSEALI

Daniela Caracciolo

Corso di studi di riferimento	MANAGEMENT DELLE ORGANIZZAZIONI TURISTICHE
Dipartimento di riferimento	DIPARTIMENTO DI SCIENZE DELL'ECONOMIA
Settore Scientifico Disciplinare	L-ART/04
Crediti Formativi Universitari	8
Ore di attività frontale	64
Ore di studio individuale	136
Anno di corso	Primo
Semestre	Primo
Lingua di erogazione	italiana
Percorso	Comune

Prerequisiti	Per poter seguire proficuamente il corso è necessario possedere adeguate conoscenze storia, letteratura italiana, storia dell'arte e legislazione dei beni culturali
Contenuti	Il corso si propone di fornire allo studente gli strumenti utili per una corretta comprensione dei meccanismi legati all'organizzazione e gestione museale.
Obiettivi formativi	<p>Conoscenza e capacità di comprensione (<i>knowledge and understanding</i>): conoscenza e comprensione della Riforma Franceschini applicata ai musei, del ruolo e funzioni che oggi si attribuiscono ai musei e ai luoghi della cultura italiani e internazionali, dei servizi di conservazione, gestione, comunicazione, fruizione e valorizzazione delle collezioni e delle azioni di didattica museale</p> <p>Conoscenza e capacità di comprensione applicate (<i>applying knowledge and understanding</i>): capacità di utilizzo critico della storia e della struttura del museo, dei materiali collezionistici, dell'organizzazione museale e delle strutture architettonico-espositive in Italia con un allargamento internazionale;</p> <p>Autonomia di giudizio (<i>making judgements</i>): capacità di operare analisi e confronti sui dati raccolti, formulando ragionamenti di carattere più generale all'interno del contesto storico-culturale e sociale relativo agli argomenti esaminati;</p> <p>Abilità comunicative (<i>communication skills</i>): capacità di usare il lessico specifico del campo disciplinare;</p> <p>Capacità di apprendere (<i>learning skills</i>): capacità di apprendere con grado di autonomia</p>
Metodi didattici	Lezioni frontali attraverso la realizzazione di Power point a cura dal docente. Seminari di approfondimento con esperti. Presentazioni di casi studio Visite guidate (obbligatorie ai fini dell'esame)
Modalità d'esame	Modalità di esame: colloquio orale

	<p>Modalità di accertamento: I contenuti della prova d'esame riguardano la verifica della capacità di apprendimento e di rielaborazione critica degli argomenti trattati, dei testi consigliati e della bibliografia indicata. La modalità di valutazione sono basate su 30/30.</p> <p><i>"Lo Studente, disabile e/o con DSA, che intende usufruire di un intervento individualizzato per lo svolgimento della prova d'esame deve contattare l'ufficio Integrazione Disabili dell'Università del Salento all'indirizzo paola.martino@unisalento.it"</i></p>
Appelli d'esame	Per gli appelli d'esame si rimanda alla pagina: Calendario appelli
Programma esteso	<p>Il programma sarà articolato nelle seguenti sezioni:</p> <p>I sezione: definizione e origine del lemma museo; museologia e museografia: due discipline a confronto; storia del collezionismo dal Medioevo all'età contemporanea; le principali tipologie museali in Italia; linee guida ICOM; criteri tecnico-scientifici e sugli standard di funzionamento e sviluppo dei musei; le funzioni e ruolo dei musei: conservazione, tutela e restauro, ricerca e divulgazione, allestimenti e percorsi espositivi tra musei d'arte, archeologici e musei scientifici: presentazione di casi studio; cenni sulla sicurezza sui luoghi di lavoro.</p> <p>II sezione: Gestione e organizzazione delle risorse umane; le professioni dei museali; servizi della gestione museale (attività didattica, convegnistica, mostre e attività culturali in generale); analisi di progetti espositivi: presentazione di casi studio.</p> <p>III sezione: Comunicazione per i musei e per le mostre temporanee; applicazione delle nuove tecnologie, musei virtuali e mostre immersive e interattive, nuovi media e social network.</p> <p>N.B. Il corso prevede altresì esercitazioni in aula, uscite sul territorio urbano e lo svolgimento di seminari di approfondimento e visite guidate presso i principali musei della città di Lecce, la cui presenza e partecipazione è consigliata e raccomandata ai fini dell'esame.</p>
Testi di riferimento	<p>Bibliografia d'esame obbligatoria (frequentanti e non frequentanti):</p> <ul style="list-style-type: none"> - Raffaella Fontanarossa, <i>Collezionisti e musei. Una storia culturale</i>, Torino, Einaudi, 2022; - M.V. Marini Clarelli, <i>Il museo nel mondo contemporaneo. La teoria e la prassi</i>, Roma, Carocci, 2011; - Federica Manoli, <i>Manuale di gestione e cura delle collezioni museali</i>, Mondadori Education, 2015; <p>N.B. Gli studenti frequentanti e non frequentanti dovranno inoltre scegliere n. 1 volume tra i testi di seguito proposti:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Giuliano Gaia, <i>Il museo immediato. Digitale per la cultura: da Arpanet all'intelligenza artificiale</i>, Editrice Bibliografica, 2024; - Elisa Bonacini, <i>I musei e le forme dello Storytelling digitale</i>, Aracne, 2020; - Lucia Cataldo, Marta Paraventi, <i>Il museo oggi. Modelli museologici e museografici nell'era della Digital Trasformation</i>, Hoepli, 2023; - Paolo Castellani, <i>I musei d'impresa: ponte sul futuro</i>, Torino, Giappichelli editore, 2020.
Altre informazioni utili	<p>Il docente è raggiungibile al seguente indirizzo e-mail: daniela.caracciolo@unisalento.it</p> <p>Ricevimento studenti: su appuntamento da concordare</p>

SCHEDA INSEGNAMENTO

PATRIMONIO CULTURALE E TERRITORIO DEL MEDITERRANEO

Docente da definire

Corso di studio di riferimento	MANAGEMENT DELLE ORGANIZZAZIONI TURISTICHE
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	
Obiettivi formativi	Obiettivi formativi: Il corso intende presentare a livello introduttivo le teorie, i metodi di ricerca e i principali temi del patrimonio culturale dell'Area del Mediterraneo.
Metodi didattici	
Modalità d'esame	
Appelli d'esame	Per gli appelli d'esame si rimanda alla pagina: Calendario appelli
Programma	Il corso si propone di fornire elementi di base per la conoscenza della disciplina, la discussione dei problemi e dell'approccio metodologico.
Testi di riferimento	
Altre informazioni utili	

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

CONTABILITÀ E BILANCIO DELLE AZIENDE TURISTICHE

Obiettivi formativi

- introdurre gli studenti alla conoscenza del sistema informativo contabile di un'azienda
- sviluppare competenze in tema di rilevazioni contabili tipiche di aziende alberghiere, tour operator e agenzie di viaggi
- sviluppare capacità critica nell'interpretazione del bilancio di un'azienda turistica

Risultati attesi secondo i descrittori di Dublino:

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

Conoscenza e comprensione di:

- operazioni di gestione tipiche delle aziende turistiche (aziende alberghiere, tour operator e agenzie di viaggi)
- il sistema informativo contabile di un'azienda turistica e gli strumenti della contabilità generale
- le principali caratteristiche del bilancio di esercizio delle aziende turistiche

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

- Capacità di redigere le rilevazioni contabili tipiche delle aziende turistiche
- Capacità di rielaborare i dati di bilancio per ottenere informazioni a supporto delle decisioni aziendali

Autonomia di giudizio (*making judgements*)

Capacità di interpretare il bilancio di esercizio per formulare giudizi sulle condizioni di funzionamento di un'azienda turistica.

Programma di massima

Il corso affronta il tema delle rilevazioni contabili tipiche delle aziende turistiche (aziende alberghiere, tour operator e agenzie di viaggi) e le principali caratteristiche del bilancio di esercizio di queste imprese.

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

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 lo studente 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 allo studente 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. Lo studente acquisisce così 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 lo studente 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, società di persone e srl – Attività turistiche – Professioni turistiche – Tipologie speciali di turismo – L'uso turistico del demanio marittimo.

PLACETELLING E ATTRATTIVITÀ TURISTICA

Obiettivi formativi

Obiettivo del corso è sviluppare negli studenti e nelle studentesse un insieme di competenze che consenta loro di elaborare e promuovere in piena autonomia prodotti narrativi in grado di valorizzare il capitale culturale del territorio. Il fine è quello di orientare l'attrattività turistica dei territori verso forme sostenibili, basate su processi di coinvolgimento delle comunità locali a partire dalla percezione che le stesse hanno del proprio territorio.

Programma di massima

Il Placetelling è una particolare tipologia di storytelling applicato ai luoghi. L'obiettivo è quello di promuovere lo sviluppo territoriale e di contribuire al consolidamento del senso di identità e di appartenenza tra i membri di una comunità. Infatti, l'applicazione di metodologie ispirate al placetelling presuppone il diretto coinvolgimento degli attori locali nei processi di preservazione e valorizzazione del proprio patrimonio territoriale comune a partire da un'ermeneutica condivisa dei luoghi e del relativo combinato simbolico. In questo senso, proprio quello turistico appare l'ambito in cui il placetelling presenta le prospettive applicative più interessanti, funzionali alla definizione di strategie attrattive ispirate ai principi della sostenibilità.

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.

Risultati attesi secondo i descrittori di Dublino:

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

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

Autonomia di giudizio (making judgments): Relativamente a questa abilità, gli studenti saranno capaci di valutare l'adeguatezza di un piano di marketing e l'efficacia delle diverse forme di comunicazione.

Abilità comunicative (communication skills): Per quanto concerne questo tipo di abilità, gli studenti 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.

Capacità di apprendimento (learning skills): Riguardo a questa abilità, gli studenti 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 (soft skills), 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. Il corso prevede anche il coinvolgimento degli studenti in applicazioni pratiche dei concetti, sotto forma di casi di studio e lavori di gruppo.

SOCIOLOGIA DEI PROCESSI CULTURALI E COMUNICATIVI

Obiettivi formativi

Al termine del corso gli studenti avranno sviluppato: 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.

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 operanti nel settore turistico.

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; capacità di individuare strategie per il vantaggio competitivo delle imprese del settore.

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 l'impiego degli strumenti tecnologici/digitali.

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 e delle dinamiche di sviluppo delle imprese che vi operano. Ci si focalizzerà in particolare sulle specificità delle diverse imprese che in tale ambito operano: imprese turistico – ricettive, tour operator, agenzie di viaggi, imprese crocieristiche, imprese congressuali.

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 il web assume nel trasformare i modelli di business delle imprese e nel favorire la nascita e lo sviluppo di nuove realtà imprenditoriali.

VALORIZZAZIONE 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

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.

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.

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 spagnola. 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

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.

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.

QUALITA' E VALORIZZAZIONE DEI PRODOTTI

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.

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.

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.

NATURA COME RISORSA TURISTICA

Obiettivi formativi

Il Management delle organizzazioni turistiche 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.

LABORATORIO CON LE IMPRESE

Obiettivi formativi:

L'obiettivo è promuovere il contatto diretto degli studenti con il mondo imprenditoriale, migliorando la formazione e favorendo potenziali ricadute positive in termini occupazionali.

Programma di massima:

Le attività del corso vedranno il coinvolgimento diretto delle imprese nell'offerta formativa. Le attività sono volte a favorire l'acquisizione di soft skill da parte degli studenti e a stimolare la propensione dello studente all'interpretazione critica ed alla soluzione delle problematiche che si manifestano nelle aziende.