



Facoltà di Scienze Economiche, Giuridiche e Politiche

Dipartimento di Scienze economiche e aziendali

L-15 Classe delle lauree in Scienze Del Turismo

Corso di Laurea in Management delle destinazioni e del turismo culturale (MDTC)

SCHEDE PROGRAMMI INSEGNAMENTI 1° ANNO

Sommario

Percorso comune 1° anno	2
INSEGNAMENTO: PRINCIPI DI ECONOMIA AZIENDALE	2
INSEGNAMENTO: PRINCIPI DI ECONOMIA	5
INSEGNAMENTO: STORIA DELLA SARDEGNA	8
INSEGNAMENTO: PRINCIPI DI DIRITTO DEL TURISMO E DEI CONTRATTI	10
INSEGNAMENTO: MANAGEMENT DELLE DESTINAZIONI TURISTICHE E CULTURALI	12
INSEGNAMENTO: STATISTICA PER IL TURISMO	15
INSEGNAMENTO: GEOGRAFIA DEL TURISMO	19
INSEGNAMENTO: ANTROPOLOGIA DEL TURISMO	21
INSEGNAMENTO: SOCIOLOGIA DEL TURISMO	24
Common Path - 1st Year	27
COURSE: PRINCIPLES OF BUSINESS ECONOMICS	27
COURSE: PRINCIPLES OF ECONOMICS	30
COURSE: HISTORY OF SARDINIA	33
COURSE: PRINCIPLES OF TOURISM LAW AND CONTRACTS	35
COURSE: MANAGEMENT OF TOURIST AND CULTURAL DESTINATIONS	37
COURSE: STATISTICS FOR TOURISM	39
COURSE: GEOGRAPHY OF TOURISM	42
COURSE: ANTHROPOLOGY OF TOURISM	44
COURSE: SOCIOLOGY OF TOURISM	46



Percorso comune I° anno

INSEGNAMENTO: PRINCIPI DI ECONOMIA AZIENDALE

ANNO 1 SEMESTRE 1

CFU 9 - SSD SECS-P/07

Obiettivi Formativi

Il corso si propone di avvicinare gli studenti al complesso mondo delle aziende e alle loro possibilità di collaborazione in contesti territoriali ampi, quali le destinazioni turistiche. Attraverso la metodologia della Tavola dei Valori si comprenderà la valenza informativa del bilancio d'esercizio e i suoi sviluppi nell'ambito delle imprese turistiche. Lo studente imparerà anche a familiarizzare con gli equilibri dinamici a livello di aziende operanti in modo autonomo, o in contesti aggregativi e territoriali. Le metodologie di calcolo dei costi di produzione e dei connessi ricavi di vendita sono finalizzate alla acquisizione di competenze per l'implementazione di sistemi gestionali di controllo delle attività aziendali, al fine di offrire i prodotti turistici nelle destinazioni in base alla filosofia del prezzo giusto, al momento giusto, al cliente giusto, in un'ottica di miglioramento continuo delle performance. Coerentemente con gli obiettivi formativi del Corso di Laurea in Management delle Destinazioni e del Turismo Culturale, i risultati dell'apprendimento attesi sono altresì declinabili in base a tutti i Descrittori di Dublino, secondo lo schema seguente:

1) Conoscenza e comprensione

Lo studente acquisirà le conoscenze fondamentali relativamente:

- alle caratteristiche delle aziende e le principali teorie sul funzionamento delle stesse in contesti territoriali, quali le destinazioni turistiche;
- alle quantità economiche d'azienda e alle connesse dinamiche di gestione;
- alle modalità di rappresentazione dei fatti di gestione delle imprese, alla misurazione delle connesse quantità economiche e alla loro rappresentazione nei documenti contabili di sintesi.

L'insegnamento permetterà allo studente di comprendere sia la natura dei singoli valori esposti nei documenti contabili, così come la situazione economica e patrimoniale generale.

2) Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Attraverso le conoscenze acquisite lo studente sarà in grado di: a. rilevare i principali fatti di gestione attraverso la metodologia fonti di finanziamento e investimenti, di determinare il reddito d'esercizio e il connesso capitale di funzionamento, nonché di redigere il Conto Economico e lo Stato Patrimoniale. b. effettuare valutazioni economiche semplici in relazione all'incidenza dei costi e al contributo dei ricavi sui risultati economici e agli effetti della gestione sulle liquidità.

3) Autonomia di giudizio

Attraverso le conoscenze acquisite lo studente sarà in grado di individuare e interpretare le variabili chiave necessarie per la formulazione di giudizi in tema di economicità nella gestione aziendale, declinate in chiave di equilibri e disequilibri nelle aziende, nei gruppi aziendali e nelle destinazioni.

4) Abilità comunicative

Lo studente sarà in grado di affrontare la discussione delle tematiche trattate durante il corso utilizzando all'occorrenza il linguaggio tecnico per descrivere efficacemente le diverse realtà territoriali, e accadimenti aziendali nell'ambito dell'industria del turismo.

5) Capacità di apprendimento.

Lo studente sarà in grado di intraprendere studi successivi, anche in maniera autonoma, in materia di documenti di sintesi della vita aziendale, analisi dei dati, e più in generale in tema di amministrazione, a livello di aziende operanti in modo autonomo, in contesti aggregativi e in aree geografiche omogenee.



Prerequisiti

nessun prerequisito

Contenuti

Modulo 1: Introduzione alle aziende e aggregazioni di aziende che operano in una destinazione turistica (8 ore)

-Definizione del concetto di: azienda, soggetti aziendali, imprese, aggregazione di imprese. -Economia aziendale e scienza turistica.

-Introduzione al fenomeno turistico: turismo sostenibile e goal di sviluppo sostenibile dell'agenda 2030 delle Nazioni Unite.

-Il fenomeno turistico (domanda e offerta). Le aziende turistiche.

-Aziende e loro aggregazioni in un contesto territoriale.

Modulo 2: La gestione aziendale (20 ore)

-La dinamica dei valori in una prospettiva fonti di finanziamento e investimenti.

- Il concetto di reddito e capitale.

- I prospetti di bilancio: stato patrimoniale e conto economico.

- I sistemi uniformi contabili per le imprese alberghiere e della ristorazione (Uniform System of Accounts for the Lodging Industry-USALI, Uniform System of Accounts for Restaurants-USAR).

Modulo 3: Equilibri e disequilibri nelle aziende, nei gruppi aziendali e nelle destinazioni (7 ore).

-Gli equilibri di economicità aziendale e loro misurazioni.

-Gli equilibri di economicità di gruppo e strumenti contabili di misurazione.

-Gli equilibri nelle destinazioni turistiche: cenni sui sistemi di indicatori per la misurazione degli impatti del turismo.

Modulo 4: La gestione finanziaria (4 ore)

-Il fabbisogno di capitale. -Le fonti di finanziamento.

-L'equilibrio tra impieghi e fonti. L'autofinanziamento.

Modulo 5: Contabilità dei costi e dei ricavi. Il costo di prodotto e il revenue management (15 ore) -Definizione di costo di produzione e di ricavo di vendita.

-Classificazione dei costi di produzione e dei ricavi. Metodologie di determinazione dei prezzi di vendita con riferimento al comparto turistico.

-Le configurazioni dei costi di prodotto e loro calcolo. Casi di studio sulle attività turistiche.

-Sistemi manageriali per la massimizzazione dei ricavi di vendita: il revenue management.

- Gli indicatori di revenue management nell'industria del turismo per la massimizzazione dei profitti e della performance.

- Il revenue management territoriale.

Metodi didattici

-Lezioni frontali per l'acquisizione delle parti teoriche e pratiche.

-Esercitazioni in aula con simulazioni e casi di studio.

-Prove di autovalutazione per la verifica dei concetti appresi da parte degli studenti.

-Testimonianze in aula con ospiti esterni o in alternativa visite aziendali.

Verifica dell'apprendimento

-Esame scritto (70%): domande aperte e a risposta multipla, casi pratici da svolgere. -Project work (30%): lavoro in gruppi sull'applicazione delle metodologie studiate alle aziende di una destinazione prescelta.



Testi

Testi di base: -Pavan A. (a cura di) (2022). L'amministrazione economica delle aziende. Giuffrè, Milano.

-Modica P. (2008). Analisi economiche per le aziende turistiche. Aracne, Roma.

Altre letture:

-National Restaurant Association, Laube J., Shuster B.K. (2012), Uniform System of Accounts for Restaurants. Pearson, Washington, DC.

-articoli accademici e report di aziende pubbliche, private e organizzazioni regionali, nazionali e internazionali forniti dal docente.

Risorse online: Alleanza Italiana per lo Sviluppo Sostenibile (ASVIS), SDGs: <https://asvis.it/agenda-2030> Global Sustainable Tourism Council (GSTC) website: <https://www.gstccouncil.org/about/>



Percorso comune I° anno

INSEGNAMENTO: PRINCIPI DI ECONOMIA

ANNO 1 SEMESTRE 1
CFU 9 - SSD SECS-P/01

Obiettivi Formativi

Gli studenti che avranno superato l'esame acquisiranno una conoscenza di base sia dell'analisi microeconomica che di quella macroeconomica, acquisendo familiarità con gli strumenti, i metodi e il linguaggio specifico utilizzato nel campo dell'economia. Al termine del corso, saranno in grado di comprendere il funzionamento di base di un'economia di mercato e di applicare i principi microeconomici e macroeconomici nell'ambito dell'economia legata allo studio del turismo e delle attività che fanno da complemento al settore inteso in senso ampio, sia negli ambiti che con riferimento agli attori interessati (pianificazione territoriale e delle città, trasporti, housing).

Coerentemente con gli obiettivi formativi, i risultati di apprendimento attesi del corso, declinati secondo i Descrittori di Dublino, sono i seguenti:

1) Conoscenza e capacità di comprensione

- Conoscere e comprendere i principi economici della domanda e dell'offerta;
- Conoscere e comprendere il funzionamento dei mercati;
- Conoscere e comprendere i concetti di elasticità della domanda rispetto ai prezzi e al reddito
- Conoscere e comprendere le esternalità e i fallimenti di mercato;
- Conoscere e comprendere il concetto di bene pubblico e risorse comuni, con particolare riferimento alla gestione delle risorse ambientali e culturali e alle interazioni tra il mercato turistico e l'ambiente;
- Conoscere e comprendere i principali indicatori macroeconomici (PIL, Pil pro capite, indicatori nel mercato del lavoro)
- Conoscere e comprendere il concetto di economia globale, ovvero le possibilità di integrazione economica/culturale e politica tra i paesi
- Conoscere e comprendere la rilevanza che l'analisi macroeconomica ha per la programmazione e la gestione delle attività in ambito turistico.
- Conoscere e comprendere il flusso circolare del reddito in generale e le specifiche legate alle diverse attività turistiche
- Identificare le dinamiche del settore turistico nel contesto economico generale a livello EU, nazionale e regionale.

2) Capacità di applicare conoscenza e comprensione

- Saper applicare le conoscenze per l'analisi del sistema economico;
- Saper applicare le conoscenze per l'analisi del settore turistico nell'economia;
- Saper applicare le conoscenze per l'utilizzo di data-base utili ai fini dei punti sopra menzionati;
- Saper applicare l'approccio multidisciplinare per interpretare la vocazione di un territorio e le decisioni prese in termini di progettazione territoriale;



3) Autonomia di giudizio

- Essere in grado di formulare una propria valutazione e/o giudizio sulla base della sistematizzazione dei concetti di domanda / offerta e funzionamento dei mercati dal punto di vista microeconomico e macroeconomico;
- Avere la capacità del saper fare, cioè del saper assumere iniziative e decisioni nella consapevolezza che ogni decisione deve essere supportata da una fine analisi dei dati per la comprensione degli andamenti oggetto dell'intervento sia che questo sia di natura pubblica che privata;
- Formulare giudizi autonomi sulle dinamiche dell'economia inserita in un ambito globale.

4) Abilità comunicative

- Comunicare in modo efficace contenuti economici utili agli stakeholder interni ed esterni, alle organizzazioni, agli operatori economici e sociali e alla collettività in senso lato.
- Comunicare in modo efficace dati, informazioni e risultati di analisi, discutere le proprie idee, sollevare problemi e proporre soluzioni;

5) Capacità di apprendimento.

- Capacità di rimanere aggiornato sulle tendenze economiche a livello macro e micro
- Saper intraprendere percorsi di apprendimento autonomo necessari per operare in conformità alle esigenze di un settore in evoluzione come quello turistico considerato in un ambito di economie globali, sviluppando la capacità di integrare le conoscenze acquisite in contesti pratici e applicati.

Prerequisiti

Conoscenze elementari di calcolo e algebra

Contenuti

Parte I – Pensare da economisti

- Domanda, offerta ed equilibrio di mercato;
- Elasticità della domanda e dell'offerta;
- Brevi cenni alla teoria della produzione e alle forme di mercato;
- Efficienza economica;
- Esternalità e fallimenti di mercato;
- Beni Pubblici e Risorse Comuni;
- Turismo e sostenibilità.

Parte II – Macroeconomia

- Questioni Macroeconomiche
- Contabilità Economica nazionale
- PIL nominale e PIL reale
- Ciò che il PIL non misura
- La funzione aggregata della produzione e sue determinanti
- Occupazione Disoccupazione Partecipazione al mercato del lavoro
- Macroeconomia in un contesto aperto
- Principali variabili macroeconomiche: studio dei dati
- Il turismo in ambito macroeconomico nei rapporti pubblicati in ambito globale EU, regionale



Metodi didattici

L'insegnamento si sviluppa per un totale di 54 ore di didattica frontale, suddivise in ore di didattica tradizionale e ore di didattica laboratoriale. La didattica verrà erogata in presenza, integrata con materiali audiovisivi e con lo streaming allo scopo di garantirne la fruizione in modo innovativo e inclusivo.

La didattica tradizionale concerne la spiegazione degli argomenti previsti nel programma e segue una modalità comunicativa fortemente basata sulla continua interazione dialettica tra docente e studenti. La lezione utilizza, come strumento di supporto, diapositive appositamente create dal docente e si avvale anche delle piattaforme informatiche messe a disposizione dall'Ateneo. La didattica laboratoriale, invece, propone attività guidate nella forma del "lavoro di gruppo" volte all'approfondimento di tematiche strettamente collegate ai temi trattati in programma e all'analisi di "casi di studio", come il contesto dell'economia nazionale e regionale in ambito EU.

Qualora le risorse messe a disposizione dall'Ateneo lo consentano, la didattica viene integrata da attività svolte da un tutor di materia, secondo le modalità organizzative che verranno comunicate a studenti e studentesse all'inizio del corso.

Verifica dell'apprendimento

La verifica dell'apprendimento mira a valutare la conoscenza e capacità di comprensione, la capacità di applicare conoscenza e comprensione, la profondità della preparazione acquisita, la capacità critica maturata nello studio, l'autonomia di giudizio, l'abilità comunicative e la capacità di apprendimento. Autonomia di giudizio, abilità comunicative e capacità di apprendimento sono oggetto di valutazione anche attraverso le attività di gruppo.

- a) Modalità: la modalità di verifica consiste in una prova scritta. Possono essere previste prove in itinere solo per i frequentanti.
- b) Regole per la formulazione della valutazione: la prova scritta finale ha una durata di 2 ore ed è composta da due domande a risposta aperta.
- c) Ranking della valutazione; l'intervallo di attribuzione del voto finale va:

- dai 18/30 ai 20/30: per un livello di conoscenza elementare della materia, ma comunque priva di gravi errori concettuali; in particolare si chiede a studenti e studentesse di saper almeno inquadrare la tematica nell'ottica economica richiesta, impostare gli elementi base dei modelli economici e dimostrare una padronanza di linguaggio sufficiente;

- dai 21/30 ai 25/30: per un buon livello di conoscenza della materia, con diverse gradazioni di giudizio;

- dai 26/30 ai 29/30: per un livello più che buono di conoscenza della materia, nonché di rigore scientifico e metodologico;

- ai 30/30, con eventuale lode, se si dimostra capacità di sistematizzare, con padronanza di linguaggio, le conoscenze acquisite, sapendole supportare con una eccellente elaborazione grafica e algebrica.

Testi

- Principale
Acemoglu, Laibson, List, 3rd Ed. Principi di economia politica (Teoria ed evidenza empirica)
- Altro:
- Il Rapporto annuale sul Turismo del UNWTO;
- Il Turismo a livello EU, nazionale e in Sardegna: Rapporto sull'economia della Sardegna



Percorso comune I° anno

INSEGNAMENTO: STORIA DELLA SARDEGNA

ANNO 1 SEMESTRE 1

CFU 6 - SSD M-STO/04

Obiettivi formativi

1. Conoscenza e comprensione:

Gli studenti acquisiranno una conoscenza approfondita della storia della Sardegna, dalle sue origini preistoriche fino al periodo contemporaneo. Saranno in grado di comprendere i principali eventi storici, i contesti economico-sociali e le specificità culturali dell'isola, con particolare attenzione alle interazioni tra Sardegna e altre realtà del Mediterraneo e dell'Europa.

2. Capacità di applicare conoscenza e comprensione:

Gli studenti saranno in grado di analizzare criticamente le fonti storiche e interpretare le vicende della Sardegna in relazione ai processi globali di trasformazione socio-economica e politica. Sapranno contestualizzare le risorse culturali e storiche del territorio in una prospettiva turistica e gestionale.

3. Autonomia di giudizio:

Gli studenti svilupperanno un approccio critico verso l'interpretazione della storia locale, con particolare attenzione al concetto di identità culturale e al ruolo della memoria storica nella promozione turistica. Saranno in grado di formulare giudizi autonomi sulla valorizzazione del patrimonio storico-culturale della Sardegna in chiave turistica.

4. Abilità comunicative:

Gli studenti sapranno esporre in modo chiaro ed efficace le principali tematiche storiche della Sardegna, utilizzando un linguaggio appropriato. Saranno in grado di presentare contenuti storici sia a un pubblico specialistico sia a un pubblico non esperto, con particolare riferimento alla comunicazione per il turismo culturale.

5. Capacità di apprendimento:

Gli studenti saranno in grado di aggiornare continuamente le proprie conoscenze sulla storia della Sardegna e sulle metodologie di ricerca storica, utilizzando anche risorse digitali e bibliografiche. Saranno capaci di apprendere autonomamente nuove informazioni storiche rilevanti per la gestione del turismo culturale.

Prerequisiti

Nessuno

Contenuti

1. Preistoria e Protostoria della Sardegna:

- Civiltà nuragica e contesti archeologici
- Le relazioni con Fenici, Cartaginesi e Romani

2. Medioevo Sardo:

- I giudicati e la nascita delle prime autonomie
- Eleonora d'Arborea e il suo ruolo nel periodo giudiciale
- L'influenza delle potenze pisane, genovesi e catalano-aragonesi

3. Età moderna:



- La dominazione spagnola e sabauda
- Rivolte e movimenti popolari: la figura di Eleonora d'Arborea e la ribellione antifeudale
- 4. Età contemporanea:
 - L'Unità d'Italia e la questione sarda
 - La Sardegna durante le guerre mondiali
 - L'industrializzazione, l'autonomia speciale e le trasformazioni recenti
- 5. Sardegna e turismo culturale:
 - La valorizzazione del patrimonio storico sardo per il turismo
 - I luoghi della memoria e la loro fruizione in chiave turistica

Metodi didattici

- Lezioni frontali: Presentazione degli argomenti storici chiave con l'ausilio di fonti primarie, immagini e documentari.
- Seminari tematici: Discussione di casi studio su eventi storici specifici e la loro rilevanza per il turismo culturale.
- Visite didattiche: Escursioni in siti storici e musei della Sardegna per osservare l'applicazione pratica della storia alla valorizzazione turistica.
- Attività di gruppo: Analisi e presentazione di progetti di promozione del patrimonio storico locale.

Verifica dell'apprendimento

- Esame scritto: Domande aperte per verificare la conoscenza degli eventi storici e la capacità di collegarli a concetti più ampi di gestione turistica.
- Esame orale: Discussione dei principali temi trattati, con valutazione della capacità di comunicare in modo critico e autonomo.
- Project work: Elaborazione di un progetto di valorizzazione turistica basato sulla storia della Sardegna, da presentare alla fine del corso.

Testi

- Brigaglia Manlio (a cura di) (2017). *Storia della Sardegna. Dalla preistoria ad oggi*. Edizioni della Torre. Cagliari. ISBN: 9788873434788
- Casula Francesco (2024). *Controstoria della Sardegna. Dalla civiltà nuragica al dominio spagnolo*. Grafica del Parteolla.
- Casula Francesco (2023). *Carlo Felice e i tiranni sabaudi*. Grafica del Parteolla. III Edizione.



Percorso comune I° anno

INSEGNAMENTO: PRINCIPI DI DIRITTO DEL TURISMO E DEI CONTRATTI

ANNO 1 SEMESTRE 1

CFU 6 - SSD IUS/04

Obiettivi Formativi

Il corso ha l'obiettivo di fornire agli studenti una conoscenza critica degli istituti fondamentali del diritto dell'impresa turistica, affinché possano affrontare con consapevolezza gli aspetti problematici che caratterizzano la realtà economica del settore turistico.

Risultati dell'apprendimento attesi:

1) Conoscenza e comprensione

Lo studente acquisirà una solida comprensione delle normative relative all'impresa turistica, dei modelli organizzativi e dei contratti applicabili al settore.

2) Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Lo studente sarà in grado di applicare le nozioni giuridiche apprese nella gestione di imprese turistiche, incluse le modalità di presentazione sul mercato e la gestione dei contratti.

3) Autonomia di giudizio

Lo studente svilupperà flessibilità di pensiero e capacità di problem solving, imparando a valutare soluzioni giuridiche nei contesti aziendali e turistici.

4) Capacità di apprendimento

Lo studente sarà in grado di approfondire autonomamente le regole e gli istituti del diritto commerciale e turistico.

Contenuti

Modulo 1: Impresa e categorie di imprenditori (8 ore)

- L'impresa turistica commerciale e agricola
- Inizio e fine dell'attività d'impresa
- Imputazione dell'attività d'impresa

Modulo 2: Statuto dell'imprenditore commerciale (10 ore)

- Pubblicità legale
- Scritture contabili
- Rappresentanza commerciale

Modulo 3: Azienda e segni distintivi (6 ore)

- L'azienda e il marchio dell'impresa turistica

Modulo 4: Contratti e società (8 ore)

- Il contratto di società
- La società a responsabilità limitata

Modulo 5: Normative del turismo (10 ore)

- Il turismo nella dimensione normativa
- Le imprese e le professioni turistiche



Metodi didattici

- Lezioni frontali con discussioni su casi pratici.
- Analisi di normative e contratti relativi al turismo.

Verifica dell'apprendimento

La verifica si baserà su:

- Esame orale (70%): Verifica delle conoscenze acquisite.
- Progetto (30%): Analisi di casi pratici e discussione delle soluzioni giuridiche applicabili.

Testi

- G.F. Campobasso, *Manuale di diritto commerciale*, Ottava edizione, UTET, 2022.
- R. Santagata, *Diritto del turismo*, Utet Editore, ultima edizione.



Percorso comune 1° anno

INSEGNAMENTO: MANAGEMENT DELLE DESTINAZIONI TURISTICHE E CULTURALI

ANNO 1 SEMESTRE 2

CFU 6 - SSD SECS-P/08

Obiettivi formativi

Il corso intende fornire una comprensione di base della progettazione e gestione delle destinazioni turistiche, con un focus sulla metodologia del "Project Cycle Management (PCM)".

1) Conoscenza e capacità di comprensione

- Conoscere e comprendere il concetto di destinazione;
- Conoscere la differenza che esiste tra il sistema destinazione e i singoli attori della stessa;
- Analizzare gli elementi chiave di una destinazione turistica;
- Conoscere le piattaforme tecnologiche utilizzabili per la promo-commercializzazione del prodotto destinazione;
- Comprendere le dinamiche di governance e gestione delle destinazioni;
- Applicare la metodologia del PCM alla progettazione di progetti turistici;
- Integrare principi di sostenibilità e pianificazione strategica nella gestione delle destinazioni.

2) Capacità di applicare le conoscenze acquisite

- Saper individuare gli attori rilevanti di una destinazione utilizzando la matrice power-interest;
- Saper utilizzare la metodologia del PCM applicabile a una destinazione;
- Saper creare le basi per la costituzione di organizzazioni di gestione delle destinazioni;
- Saper predisporre un piano di sviluppo di una destinazione.

3) Autonomia di giudizio

- Essere in grado di valutare le azioni e i progetti degli attori della destinazione in funzione delle strategie della destinazione stessa;
- Assumere l'iniziativa di fare proposte per migliorare le strategie della destinazione e coinvolgere gli attori nella formulazione di azioni coerenti con la strategia della destinazione;
- Valutare la coerenza tecnica dei progetti realizzati con la metodologia del PCM.

4) Abilità comunicative

- Comunicare in modo efficace con i diversi attori territoriali;
- Saper coinvolgere gli attori territoriali per definire una strategia coerente della destinazione;
- Saper comunicare in modo efficace dati e informazioni riguardanti la dinamica evolutiva della destinazione.

5) Capacità di apprendimento

- Capacità di rimanere aggiornato sulle modifiche normative riguardanti le destinazioni;
- Saper cogliere i segnali di cambiamento riguardanti l'evoluzione tecnologica e di mercato riguardanti le destinazioni.



Prerequisiti

- nessuno

Contenuti

Modulo 1: Introduzione alle destinazioni turistiche e alla loro gestione (6 ore)

- Definizione di destinazione turistica: caratteristiche e componenti.
- Ruoli e responsabilità degli attori coinvolti (pubblico, privato, comunità locali). La stakeholder analysis.
- Destinazioni corporate e community
- Il ruolo delle DMO e le figure professionali innovative
- Relazione tra attrattive, infrastrutture e accessibilità.
- Il modello del ciclo di vita di una destinazione secondo Richard Butler (1980)

Modulo 2: Pianificazione territoriale e sostenibilità (6 ore)

- Concetti fondamentali di pianificazione territoriale applicata al turismo: il territorio come sistema vitale.
- Principi di sostenibilità nelle destinazioni turistiche: ambientale, sociale ed economica.
- Strumenti per l'analisi territoriale e turistica (SWOT analysis).

Modulo 3: Project Cycle Management (PCM) nella progettazione turistica (18 ore)

- Introduzione al Project Cycle Management:
 - Definizione e obiettivi.
 - Fasi del ciclo di progetto: programmazione, identificazione, formulazione, implementazione, valutazione.
- Programmazione: identificazione dei fabbisogni e opportunità turistiche di una destinazione.
- Identificazione: analisi dei problemi, stakeholders analysis e definizione degli obiettivi.
- Formulazione: progettazione dettagliata del progetto turistico (attività, tempi, risorse, budget) (rinvio per la parte di budget).
- Implementazione: pianificazione operativa e gestione del rischio.
- Valutazione e monitoraggio: tecniche di valutazione dei risultati e degli impatti (rinvio).

Modulo 4: Strumenti e tecniche di gestione delle destinazioni (6 ore)

- Indicatori di performance qualitativa delle destinazioni turistiche: il modello delle 4Q.
- Sistemi di gestione delle informazioni turistiche (DMS) a con ospite esterno
- Gestione dei flussi turistici e capacità di carico (cenni).
- Best practice di gestione delle destinazioni a livello internazionale a con ospite esterno (es: Dubai)

Metodologie didattiche

- Lezioni frontali per fornire i concetti teorici di base.
- Esercitazioni pratiche: simulazioni di progettazione e gestione di destinazioni utilizzando il PCM.
- Laboratori di gruppo: esercitazioni pratiche in cui gli studenti lavorano a un progetto concreto di gestione di una destinazione. Vedere una piattaforma di gestione
- Case study di destinazioni reali che hanno implementato con successo il PCM.



Verifica dell'apprendimento

La verifica dell'apprendimento è finalizzata a valutare tutte le dimensioni degli obiettivi di apprendimento. Essa avrà luogo attraverso:

- un esame scritto, realizzato attraverso domande aperte e chiuse sui concetti chiave. Questa prova peserà per il 50% della valutazione complessiva.
- la realizzazione di un project work, attraverso il quale gli studenti in gruppo lavoreranno su un progetto turistico di destinazione basato sulla metodologia PCM. Anche questa prova peserà per il 50% della valutazione complessiva.

Per i soli studenti non frequentanti, in sostituzione del project work verrà fatta una prova orale su tutto il programma da studiare.

Testi

- Caloggero I. (2024). Destination Management: Qualità e competitività delle destinazioni turistiche. Centro Studi Helios Srl. ISBN: 9788832060263
- AA.VV. (2024). Il nuovo ruolo delle DMO. Il cuore della destinazione. Movability Books. ISBN 978-88-946156-7-8.
- European Commission (2004). Project Cycle Management Guidelines.

Altri testi:

- Gunn, C. A., & Var, T. (2002). Tourism Planning: Basics, Concepts, Cases.
- Risorse online: database e piattaforme digitali per la gestione delle destinazioni.



Percorso comune I° anno

INSEGNAMENTO: STATISTICA PER IL TURISMO

ANNO 1 SEMESTRE 2

CFU 9 - SSD SECS-S/01

Obiettivi formativi

Il corso si propone di fornire agli studenti una solida preparazione teorica e pratica nell'analisi statistica applicata al settore turistico. Al termine del corso, lo studente sarà in grado di comprendere e utilizzare tecniche statistiche fondamentali per raccogliere, classificare e interpretare i dati turistici, con particolare attenzione alle fonti di dati nel settore. Gli studenti acquisiranno competenze nell'uso di strumenti per l'analisi univariata e bivariata, incluse le misure di posizione, dispersione e forma, e saranno in grado di applicare la regressione lineare semplice per analizzare le relazioni tra variabili turistiche.

Inoltre, verranno affrontati concetti di probabilità e inferenza statistica, inclusi i test di ipotesi, per gestire situazioni di rischio e incertezza, e per supportare decisioni strategiche basate sui dati raccolti. Gli studenti saranno in grado di applicare strumenti grafici e tabulazione per rappresentare visivamente i risultati delle loro analisi. Infine, saranno incoraggiati a sviluppare autonomia di giudizio, valutando criticamente le metodologie e i dati utilizzati, e acquisendo la capacità di applicare conoscenze statistiche per sostenere decisioni nell'ambito della gestione delle destinazioni e delle risorse turistiche.

Conoscenza e Capacità di Comprensione

Al termine del corso, lo studente avrà acquisito:

- Una comprensione approfondita dei concetti fondamentali della statistica applicata al turismo, inclusa la classificazione delle variabili, le scale di misura e la distinzione tra popolazione e campione.
- La capacità di raccogliere, analizzare e comprendere le principali fonti di dati nel settore turistico, come arrivi, presenze, numero di strutture ricettive e metriche chiave del settore alberghiero ed extra-alberghiero.
- Una conoscenza avanzata delle tecniche di descrizione univariata, incluse misure di posizione, variabilità, asimmetria e curtosi, nonché della loro applicazione nell'analisi dei dati turistici.
- Una comprensione delle distribuzioni congiunte, marginali e condizionate, e delle relazioni tra variabili quantitative e qualitative nel contesto turistico, inclusa la regressione lineare semplice.
- Una solida base sui concetti di probabilità, teoremi fondamentali e inferenza statistica, comprese le tecniche di campionamento, stima puntuale, intervalli di confidenza e test delle ipotesi.

Capacità di Applicare Conoscenza e Comprensione

Al termine del corso, lo studente sarà in grado di:

- Applicare le tecniche di raccolta e classificazione dei dati al settore turistico, interpretando le fonti di dati per analizzare fenomeni come il numero di visitatori, la capacità ricettiva e le tendenze del mercato turistico.
- Utilizzare strumenti di rappresentazione grafica e tabulazione per descrivere e visualizzare i dati raccolti, facilitando la comunicazione dei risultati ai diversi stakeholder del settore turistico.
- Applicare misure di posizione e dispersione per analizzare la distribuzione dei dati turistici e comprendere le variazioni dei fenomeni osservati.



- Effettuare analisi bivariate per comprendere le relazioni tra variabili nel contesto del turismo, utilizzando tecniche di regressione lineare semplice e associazione tra variabili qualitative.
- Applicare concetti di probabilità e inferenza statistica per prendere decisioni informate sulla base dei dati raccolti, considerando il rischio e l'incertezza, utilizzando strumenti come la probabilità condizionata e il teorema di Bayes.

Autonomia di Giudizio

Al termine del corso, lo studente sarà in grado di:

- Valutare in modo autonomo la qualità e l'affidabilità dei dati turistici raccolti, scegliendo le tecniche statistiche più appropriate per analizzare i fenomeni turistici in base ai contesti specifici.
- Interpretare in modo critico i risultati delle analisi statistiche, riconoscendo i limiti delle tecniche applicate e valutando l'impatto delle variabili sui risultati.
- Formulare ipotesi statistiche significative per il settore turistico, applicando i test statistici per verificare le ipotesi e prendere decisioni strategiche supportate dai dati.

Abilità Comunicative

Al termine del corso, lo studente sarà in grado di:

- Comunicare in modo chiaro ed efficace i risultati delle analisi statistiche, utilizzando grafici, tabelle e rapporti strutturati, adattando il linguaggio a diversi tipi di pubblico, dai professionisti del turismo ai decisori politici.
- Presentare i risultati delle analisi statistiche in un formato visivo e accessibile, utilizzando strumenti di rappresentazione grafica per facilitare la comprensione e supportare il processo decisionale nel settore turistico.
- Collaborare con altri professionisti del settore turistico per interpretare dati e fornire informazioni utili per la pianificazione e la gestione strategica delle destinazioni turistiche.

Capacità di Apprendimento

Al termine del corso, lo studente avrà sviluppato:

- La capacità di apprendere autonomamente nuove tecniche e metodologie statistiche avanzate, aggiornandosi sugli sviluppi nel campo della statistica applicata al turismo.
- La flessibilità di trasferire le competenze statistiche acquisite in nuovi contesti o problemi legati alla gestione turistica, come l'analisi dei flussi turistici, la valutazione dell'impatto economico o la sostenibilità delle destinazioni turistiche.
- L'attitudine a esplorare in modo indipendente nuove fonti di dati e a sfruttare le tecniche di analisi per trarre conclusioni utili per la gestione e lo sviluppo del turismo, migliorando continuamente la qualità del proprio lavoro analitico.

Prerequisiti

Per un buon apprendimento del programma è raccomandata la conoscenza delle operazioni con i numeri reali e loro proprietà, simboli di sommatoria, sistemi di equazioni, grafici delle funzioni elementari.

Contenuti

Introduzione alla statistica applicata al settore turistico

- Introduzione
- Classificazione della statistica



- Popolazione e campione
- Classificazione delle variabili e scale di misura
- Raccolta di informazioni nel settore turistico. Fonti di dati
- le fonti dei dati del turismo
- le definizioni di base (arrivi, presenze, numero strutture ricettive, settore alberghiero e extra alberghiero, numero di camere, numero di letti)

Descrizione univariata: tabulazione, rappresentazione grafica e misure di posizione

- Notazione e tabulazione
- Descrizione grafica
- Misure di posizione
- Variabilità e suoi indicatori

Descrizione univariata: misure di dispersione e forma

- Misure di dispersione
- Misure di forma: asimmetria e curtosi

Descrizione bivariata

- Introduzione
- Notazione e tabulazione
- Distribuzioni congiunte, marginali e condizionate
- Relazione tra variabili quantitative
- Associazione tra variabili qualitative
- Regressione lineare semplice. Introduzione

Probabilità

- Eventi e operazioni logiche sugli eventi.
- Interpretazioni della probabilità.
- Teoremi di base su probabilità dell'unione e dell'intersezione di eventi.
- Probabilità condizionata, eventi indipendenti, teorema di Bayes.

Introduzione all'inferenza statistica

- Campionamento, statistiche e loro distribuzioni campionarie.
- Stima puntuale.
- Stima per intervallo.
- I test delle ipotesi.

Verifica dell'apprendimento

L'esame di compone di due parti: una parte scritta in cui lo studente dovrà risolvere una serie di esercizi volti a comprendere le conoscenze dello studente relativamente alle variabili statistiche e alle metodologie di analisi e una parte orale in cui lo studente dovrà dimostrare la sua capacità di utilizzo delle metodologie statistiche nel risolvere problematiche legate all'analisi dei dati turistici.

Testi

- Borra S, Di Ciaccio: Statistica. Metodologia per le scienze economiche e sociali, ultima ed. Mc Graw Hill.



- Guido Vaccaro, La statistica applicata al turismo. Analisi quantitativa del fenomeno turistico, Hoepli (1 febbraio 2007)
- P. Pasetti, Statistica del turismo, Carocci editore, 2015.



Percorso comune I° anno

INSEGNAMENTO: GEOGRAFIA DEL TURISMO

ANNO 1 SEMESTRE 2

CFU 6 - SSD M-GGR/01- M-GGR/02

Obiettivi formativi

Il corso ha per obiettivo l'acquisizione degli strumenti disciplinari, teorici e metodologici della geografia e dell'apprendimento degli strumenti interpretativi critici dei fenomeni territoriali del turismo.

Inizialmente, saranno affrontati i temi delle principali teorie della organizzazione del territorio e i principali strumenti interpretativi dei territori turistici e degli spazi a vocazione turistica. In seguito, si analizzeranno gli aspetti connessi alla pianificazione economica, politica e culturale dei territori in chiave turistica.

Alla fine del corso lo studente avrà acquisito:

- I. la conoscenza e la comprensione dei principali modelli interpretativi dei concetti di spazio, luogo, territorio turistico;
- II. la capacità di applicare le conoscenze acquisite in casi concreti;
- III. la capacità di esprimere un giudizio indipendente e critico sulle caratteristiche e sulle potenzialità turistiche di un contesto territoriale;
- IV. la capacità di comunicare le competenze acquisite, nonché le proprie opinioni in merito alle questioni legate al tema del turismo contemporaneo;
- V. le competenze necessarie per intraprendere studi successivi relativi al turismo e al territorio con un alto grado di autonomia.

Prerequisiti

I prerequisiti per la comprensione dei contenuti del corso sono:

Conoscenza scolastica della geografia umana ed economica

Sufficiente dimestichezza con l'uso delle carte geografiche e tematiche

Capacità di interpretazione dei dati statistici e dei cartogrammi

Praticità nell'uso di internet

Conoscenza di base della lingua inglese.

Contenuti

Il Corso si concentra sugli schemi interpretativi del fenomeno turistico propri della geografia e finalizzati, all'elaborazione di modelli teorici ed applicativi per l'analisi geografica. In particolare:

- I concetti chiave della geografia economico-politica
- I caratteri del turismo
- Le risorse turistiche
- I modelli evolutivi del turismo
- La capacità di carico turistica e la sua valutazione
- La stagionalità turistica



- Il problema della sostenibilità del turismo
- I luoghi e le pratiche del turismo contemporaneo
- Geografia del turismo urbano
- Turismo, sviluppo e sostenibilità ambientale
- Turismo e conflitti per il controllo delle risorse comuni: prospettive a breve e medio termine
- Grandi eventi e turismo
- Aspetti del turismo in Sardegna.

Metodi didattici

Il corso è articolato in 18 lezioni frontali complessive con moduli della durata di 2 ore ciascuno. Durante il corso è previsto l'intervento di esperti sulle tematiche oggetto del corso. Verranno utilizzati strumenti audio-visivi, in particolare la proiezione di documentari sui temi trattati.

Verifica dell'apprendimento

La valutazione dello studente prevede la redazione di una relazione assegnata durante lo svolgimento del corso e una prova scritta in cui vengono proposti quattro quesiti a risposta aperta su argomenti del corso. Lo studente dovrà dimostrare di aver raggiunto un adeguato livello di conoscenza con riferimento agli obiettivi formativi indicati in precedenza. Il punteggio della prova d'esame è attribuito mediante un voto espresso in trentesimi, sul cui valore finale peseranno per due terzi i risultati della prova scritta e per un terzo l'attiva partecipazione degli studenti alle lezioni e al lavoro svolto individualmente sotto forma di relazioni assegnate durante lo svolgimento del corso.

Nella valutazione dell'esame la determinazione del voto finale tiene conto dei seguenti elementi:

- la logica seguita dallo studente costruzione della risposta al quesito;
- la correttezza della procedura individuata per la costruzione della risposta al quesito;
- l'adeguatezza delle argomentazioni e della loro relazione
- la capacità, ove necessario, di applicare concetti generali a casi concreti.

Per superare l'esame, riportare quindi un voto non inferiore a 18/30, lo studente deve dimostrare di aver acquisito una conoscenza sufficiente degli argomenti e di essere in grado di sviluppare una elaborazione logica degli stessi. Per conseguire un punteggio pari a 30/30 e lode, lo studente deve invece dimostrare di aver acquisito una conoscenza eccellente di tutti gli argomenti trattati durante il corso.

Testi

Il materiale di studio è fornito in formato elettronico insieme al materiale audiovisivo utilizzato a lezione. Tutti i materiali sono a disposizione nello spazio dedicato agli studenti, predisposto dal Corso di Laurea.



Percorso comune I° anno

INSEGNAMENTO: ANTROPOLOGIA DEL TURISMO

ANNO 1 SEMESTRE 2

CFU 6 - SSD M-DEA/01

Obiettivi Formativi

Obiettivi formativi generali:

Il corso intende fornire a studenti e studentesse l'acquisizione critica del lessico di base, delle principali nozioni, dei quadri teorico-metodologici dell'antropologia sociale con particolare riferimento all'antropologia del turismo. Obiettivo del corso è fornire strumenti per collocare prodotti e processi connessi al turismo nelle diverse aree geografiche e culturali di riferimento.

Risultati di apprendimento attesi o Conoscenze e capacità di comprensione

Al termine del corso lo/la studente/studentessa acquisirà

- Conoscenze di base delle principali teorie e metodologie nel campo dell'antropologia del turismo;
- Adeguate capacità di comprensione delle terminologie e degli argomenti prevalenti nel dibattito antropologico relativi al turismo;
- Conoscenze di base sulla antropologia dei patrimoni minerari in Sardegna e dello studio degli immaginari turistici.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Al termine del corso lo/la studente/essa sarà in grado di

- Utilizzare gli strumenti teorici e metodologici dell'antropologia sociale con particolare riferimento all'antropologia del turismo.
- Connettere criticamente la lettura di testi di antropologia del turismo ai principali dibattiti antropologici.
- Utilizzare le conoscenze antropologiche acquisite per analizzare problemi ed esprimere giudizi critici sulle questioni affrontate durante il corso.

Prerequisiti

Conoscenze di base della storia e della geografia moderna e contemporanea con particolare riferimento alla storia del colonialismo.

Contenuti

Il corso sarà suddiviso in tre parti e affronterà i seguenti argomenti:

1. Lineamenti generali di antropologia sociale (8 ore)
 - a. Campi di interesse e prospettive dell'antropologia sociale
 - b. La nozione di cultura e il suo superamento critico
 - c. Etnocentrismo e relativismo culturale
 - d. Etnografia e metodo etnografico
2. Un'introduzione all'Antropologia del turismo (10 ore)
 - a. Le prospettive antropologiche sul turismo: un quadro storico
 - b. Alle origini dell'età del turismo: una introduzione a "Il selfie del mondo"



- c. La distinzione: Viaggiatori? Turisti? Antropologi?
 - d. Fordismo e turismo di massa
 - e. Zoning. Tempo, spazio, città, turismo
 - f. Studiare gli immaginari turistici
3. Antropologie del turismo in Sardegna (9 ore)
- a. Turismo e immaginari turistici in Sardegna: Orgosolo
 - b. Turismo e immaginari turistici e antropologici in Sardegna: La Costa Smeralda
 - c. Patrimoni, memorie e turismi minerari: verso un'antropologia del turismo minerario nel Sulcis-Iglesiente
 - d. Memorie minerarie e rovine: sguardi turistici e memorie minerarie

Metodi didattici

Lezioni frontali con proiezione materiali audiovisivi.

Valutazione dell'apprendimento

Per i frequentanti, la valutazione terrà conto della partecipazione alle lezioni (15%), degli interventi e della discussione in aula (30%), e dell'esame orale finale (55%).

Per i non frequentanti terrà conto esclusivamente dell'esame orale finale.

Le valutazioni tra 18 a 22 trentesimi rendono conto dell'acquisizione elementare di conoscenze di base relative ai contenuti, ai metodi e alle nozioni fondamentali dell'Antropologia del Turismo. Lo/la studente/ssa ha mostrato appena sufficienti o modeste capacità analitiche e di sintesi. Lo/la studente/ssa dimostra di aver compreso ma si esprime in maniera non del tutto appropriata, presenta lacune nella formazione e nella chiarezza concettuale e terminologica.

Le valutazioni tra 23 e 26 trentesimi rendono conto dell'acquisizione più che sufficiente delle conoscenze relative ai contenuti, ai metodi e alle nozioni fondamentali dell'antropologia del Turismo. Lo/la studente/ssa ha mostrato buone capacità analitiche e di sintesi. Lo/la studente/ssa si esprime in maniera appropriata e con chiarezza dal punto di vista dell'espressione concettuale e terminologica.

Le valutazioni tra 27 e 30 trentesimi rendono conto dell'acquisizione da molto buona a eccellente delle conoscenze relative ai contenuti, ai metodi e alle nozioni fondamentali dell'Antropologia del Turismo. Lo/la studente/ssa ha mostrato da molto buone a eccellenti capacità analitiche e di sintesi. Lo/la studente/ssa si esprime in maniera del tutto appropriata dal punto di vista concettuale e terminologico.

Testi

Testi d'obbligo:

1.1: Berardino Palumbo, Giovanni Pizza, e Pino Schirripa (a cura di), *Antropologia culturale e sociale: concetti, storia, prospettive*, Hoepli, Milano 2023. Parte prima, pp. 1-38;

1.2: Stasch, Rupert. 2017. «Tourism». In *Cambridge Encyclopedia of Anthropology*. A cura di Felix Stein. Ad vocem. <http://doi.org/10.29164/17tourism>.

1.3: Marco D'Eramo, *Il selfie del mondo: indagine sull'età del turismo*, Milano, Feltrinelli 2017. Capitoli da 1 a 4, 6 e 7;

Un saggio a scelta dello/a studente/essa tra i seguenti:



- 2.1. Bachis, Francesco. 2024. «Posture critiche. Note etnografiche su memoria, corpo e patrimonializzazione nella Sardegna post-mineraria». In *Patrimoni dell'Antropocene? Etnografie di memorie, conflitti, parodie?*, a cura di Filippo M. Zerilli e Antonio Maria Pusceddu. Firenze: EditPress, pp. 23-48.
- 2.2: Tiragallo, Felice. 2024. «Paesaggi sensoriali delle miniere. Suoni, voci e memorie alla fine della vita estrattiva nella Sardegna sud-occidentale». In *Patrimoni dell'Antropocene? Etnografie di memorie, conflitti, parodie*, di Filippo M. Zerilli e Antonio Maria Pusceddu, Firenze: EditPress, pp. 146-186.
- 2.3: Clemente, P. 2015. “«Un’isola nell’isola»: un bricolage antropologico con pezzi di Costa Smeralda”. In *La Sardegna contemporanea. Idee, luoghi, processi culturali*, a cura di Luciano Marrocu, Francesco Bachis e Valeria Deplano. Roma: Donzelli Editore, pp. 153-194.
- 2.4: Satta, Gino. 2000. «Rischio à la carte». *Parolechiave* 22: pp. 289-307.
- 2.5: Satta, Gino. 2001. «La costruzione di un pranzo tipico». In *Turisti a Orgosolo: la Sardegna pastorale come attrazione turistica*. Napoli: Liguori, pp. 123.137.



Percorso comune I° anno

INSEGNAMENTO: SOCIOLOGIA DEL TURISMO

ANNO 1 SEMESTRE 2

CFU 6 - SSD SPS/09

Obiettivi Formativi

Il turismo è uno dei fenomeni sociali più rilevanti del nostro tempo, nonché un'industria globale in continua espansione. Questo corso esplora il turismo da una prospettiva sociologica, analizzando le sue dinamiche socioeconomiche e culturali con particolare attenzione agli effetti che produce sulle regioni insulari e mediterranee. L'analisi si concentrerà sulle disuguaglianze generate o amplificate dall'industria turistica, con riferimento alle disuguaglianze di genere e alle problematiche relative al lavoro e all'imprenditoria turistica.

1) Conoscenza e capacità di comprensione

- Comprensione del turismo come fenomeno socioculturale ed economico. Gli studenti saranno in grado di analizzare il turismo, a partire dal caso della Sardegna, come sistema complesso, e di comprendere il ruolo che svolge nell'economia globale e nelle dinamiche socioculturali delle regioni insulari e mediterranee.
- Analizzare l'impatto socioeconomico e culturale del turismo. Gli studenti saranno chiamati a riflettere sugli effetti del turismo sulle comunità locali, con particolare attenzione alle disuguaglianze di genere e socioeconomiche.
- Acquisire le teorie sociologiche sul turismo. Apprenderanno i concetti e le teorie elaborate dalla sociologia del turismo, con particolare attenzione a quelle sull'autenticità delle esperienze turistiche, sviluppando la capacità di analizzare criticamente le esperienze dei turisti sulla base delle teorie classiche (ad es. MacCannell).
- Conoscere i modelli di sostenibilità nel turismo. Gli studenti dovranno acquisire i principi del turismo sostenibile, ragionando a partire dalle peculiarità delle regioni insulari e delle loro peculiarità ambientali e culturali.

2) Capacità di applicare le conoscenze acquisite

- Individuare le dinamiche socioeconomiche del fenomeno turistico. Gli studenti saranno in grado di identificare i fattori economici e sociali che influenzano il successo o il declino di una destinazione turistica, valutando le sfide e le opportunità per lo sviluppo sostenibile.
- Mobilitare la strumentazione concettuale sociologica per lo studio dei flussi turistici. Dovranno utilizzare metodi e teorie sociologiche per classificare i turisti, riflettere sulle loro motivazioni e preferenze, e analizzare l'impatto delle loro esperienze sulle comunità locali.
- Valutare la sostenibilità di un progetto turistico. Gli studenti sapranno applicare i concetti di sostenibilità alla pianificazione delle destinazioni turistiche, iniziando ad identificare le diverse tappe dei processi che portano all'elaborazione di strategie che riducano l'impatto ambientale e sociale delle attività turistiche.

3) Autonomia di giudizio

- Analizzare criticamente l'impatto del turismo sulle diverse comunità locali, a partire dal caso della Sardegna. Gli studenti sapranno analizzare criticamente le conseguenze sociali, economiche e culturali delle pratiche turistiche, mettendo in luce i rischi di disuguaglianze (ad es. di genere), della precarietà del mercato del lavoro, dell'overtourism e della gentrificazione turistica.
- Proporre soluzioni innovative per lo sviluppo turistico. Sapranno elaborare strategie per migliorare l'impatto del turismo nelle regioni insulari e mediterranee, promuovendo pratiche sostenibili e inclusive per il territorio e gli attori locali.



- Valutare progetti turistici in ottica di sostenibilità. Gli studenti saranno in grado di valutare la validità e l'efficacia di progetti di sviluppo turistico in base a criteri di sostenibilità ambientale, economica e sociale.

4) Abilità comunicative

- Comunicare efficacemente con gli attori del settore turistico. Gli studenti saranno chiamati a sviluppare la capacità di dialogare con i vari stakeholder coinvolti nella gestione delle destinazioni turistiche (imprenditori, istituzioni locali, comunità), facilitando il confronto tra le parti interessate.
- Diffondere i risultati della ricerca sociologica in modo chiaro. Saranno in grado di presentare e illustrare le analisi sociologiche sul turismo in modo chiaro e comprensibile.
- Promuovere strategie sostenibili e inclusive. Gli studenti dovranno prestare particolare attenzione al coinvolgimento dei diversi attori territoriali nella formulazione di strategie di sviluppo sostenibili, appoggiandosi su argomentazioni basate su dati e analisi critiche.

5) Capacità di apprendimento

- Rimanere aggiornati sulle nuove tendenze del turismo. Gli studenti dovranno sviluppare una sensibilità rispetto alle evoluzioni del turismo, acquisendo la capacità di tenersi informati sugli sviluppi normativi, tecnologici e del mercato che influenzano l'industria turistica, con particolare attenzione alle innovazioni nel campo della sostenibilità e della digitalizzazione.
- Studiare criticamente nuove teorie e pratiche. Gli studenti dovranno valutare l'interesse e il potenziale euristico di nuove teorie sociologiche e modelli turistici emergenti, aggiornando costantemente il proprio bagaglio di conoscenze per adattarsi ai cambiamenti del settore.

Prerequisiti

Nessuno

Contenuti

- La prima parte del corso si focalizza sui turisti e sulle loro esperienze. Esamineremo le principali tipologie di turisti elaborate dagli anni '70, studiando le motivazioni, i comportamenti e le preferenze dei diversi gruppi turistici. Partendo dai classici della sociologia del turismo, come *The Tourist* di Dean MacCannell, analizzeremo i concetti chiave legati all'autenticità e all'artificialità dell'esperienza turistica. Verranno illustrate le principali teorie sociologiche su come i turisti vivono e percepiscono il "viaggio autentico" rispetto a quello costruito per soddisfare le aspettative di mercato.
- Nella seconda parte ci dedicheremo all'analisi del mercato del lavoro nel settore turistico, esplorando il ruolo dell'imprenditoria turistica, i percorsi formativi e le dinamiche occupazionali. Verrà prestata particolare attenzione alle sfide affrontate dai lavoratori nel settore e all'impatto delle politiche di genere. Approfondiremo come la formazione e l'istruzione influenzano l'accesso al lavoro nel turismo, evidenziando le opportunità e i limiti del settore in relazione alla creazione di posti di lavoro stabili e qualificati, specialmente nelle regioni insulari come la Sardegna caratterizzate da un turismo stagionale e balneare.
- L'ultima parte del corso è dedicata allo studio dello sviluppo turistico e alle sue implicazioni in termini di sostenibilità. Attraverso casi studio sulle regioni insulari e mediterranee, discuteremo l'impatto ambientale, economico e sociale dell'espansione turistica. Verranno analizzate le sfide relative alla sostenibilità dell'industria turistica, inclusi i rischi della gentrificazione e della monocultura turistica, e le strategie di gestione sostenibile delle destinazioni.

Metodi didattici

- Lezioni frontali
- Presentazione e discussione collettiva di casi di studio



Verifica dell'apprendimento

La prova finale consisterà in un esame scritto finalizzato a verificare l'apprendimento degli argomenti trattati durante le lezioni. Gli studenti dovranno rispondere a tre domande selezionate dal docente tra una lista di 15 domande che saranno comunicate dallo stesso docente al termine delle lezioni. Per quanto riguarda la valutazione, i voti saranno espressi in trentesimi:

18-22: indica una acquisizione elementare o di base dei contenuti e dei metodi. Lo studente/la studentessa mostra una modesta capacità di analisi e di sintesi

23-26: indica una acquisizione media delle conoscenze, nei contenuti e nel metodo. In questo caso le capacità di analisi e sintesi sono sufficienti.

27-30 indica una buona acquisizione di contenuti e metodi. Lo studente/studentessa mostra capacità analitiche buone o eccellenti e una abilità di sintesi elevata.

Testi

Bibliografia e materiali

Savelli A. (2012). *Sociologia del turismo*. Hoepli editore.

MacCannell, D. (1976). *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*. University of California Press.

Altri testi

Eger, I., Lei, S.I., & Wassler, P. (2020). Digital free tourism: An exploratory study of tourist motivations. *Tourism Management*, 79.

MacCannell, D. (1973). Staged authenticity: Arrangements of social space in tourist settings. *American Journal of Sociology*, 79, 3, 589-603

Urry, J. (1990). *The Tourist Gaze*. SAGE Publications.

Cohen, E. (1979). A phenomenology of tourist experiences, *Sociology*, 13, 179-201.

Cohen, E. (1974). Who is a tourist? A conceptual clarification. *Sociological Review*, 22, 527-553.

Cohen, E. (1972). Toward a sociology of international tourism. *Social Research*, 39, 164-182.



Common Path - 1st Year

COURSE: PRINCIPLES OF BUSINESS ECONOMICS

YEAR 1 - SEMESTER 1

Credits: 9 CFU - Scientific Sector: SECS-P/07

Learning Objectives

Knowledge and Understanding

The student will acquire fundamental knowledge regarding:

- The characteristics of businesses and the main theories on their functioning in territorial contexts, such as tourist destinations.
- The economic quantities of a company and the related management dynamics.
- The methods of representing business transactions, measuring related economic quantities, and their representation in summary financial documents.

This course will allow students to understand both the nature of individual values presented in financial statements as well as the overall economic and financial situation of a company.

Ability to Apply Knowledge and Understanding

Through the acquired knowledge, students will be able to:

- Identify key business transactions using the funding sources and investments methodology, determine operating income and working capital, and prepare the Income Statement and Balance Sheet.
- Conduct basic economic evaluations related to cost impacts, revenue contributions, and cash flow management.

Autonomy of Judgment

Students will be able to identify and interpret key variables necessary for forming judgments regarding economic sustainability in business management, assessed in terms of balances and imbalances in companies, corporate groups, and destinations.

Communication Skills

Students will be able to discuss the topics covered in the course, using technical language where necessary, to effectively describe different territorial realities and business events within the tourism industry.

Learning Skills

Students will be capable of pursuing further studies independently in financial reporting, data analysis, and business administration at a company level, in aggregation contexts, and within geographically homogeneous areas.

Prerequisites

None

Course Contents

Module 1: Introduction to Businesses and Business Aggregations in a Tourist Destination (8 hours)

Definition of key concepts: company, business actors, enterprises, business aggregations.

Business economics and tourism science.

Introduction to the tourism phenomenon: sustainable tourism and the UN Agenda 2030 Sustainable Development Goals.

The tourism phenomenon (demand and supply). Tourism businesses.

Businesses and their aggregations in a territorial context.



Module 2: Business Management (20 hours)

Value dynamics from a funding sources and investments perspective.

The concepts of income and capital.

Financial statements: balance sheet and income statement.

Uniform accounting systems for the hotel and restaurant industries (Uniform System of Accounts for the Lodging Industry - USALI, Uniform System of Accounts for Restaurants - USAR).

Module 3: Balances and Imbalances in Companies, Corporate Groups, and Destinations (7 hours)

Economic sustainability in businesses and its measurement.

Economic sustainability within corporate groups and accounting measurement tools.

Economic sustainability in tourist destinations: introduction to indicator systems for measuring tourism impacts.

Module 4: Financial Management (4 hours)

Capital requirements.

Funding sources.

Balance between assets and liabilities. Self-financing.

Module 5: Cost and Revenue Accounting, Product Costing, and Revenue Management (15 hours)

Definition of production cost and sales revenue.

Classification of production costs and revenues. Pricing methodologies in the tourism sector.

Product cost configurations and their calculation. Case studies on tourism activities.

Managerial systems for maximizing sales revenue: revenue management.

Revenue management indicators in the tourism industry for profit and performance maximization.

Territorial revenue management.

Teaching Methods

Lectures to acquire theoretical and practical concepts.

Classroom exercises with simulations and case studies.

Self-assessment tests to verify the knowledge acquired by students.

Guest lectures or, alternatively, company visits.

Assessment Methods

Written exam (70%): Open-ended and multiple-choice questions, practical cases to be solved.

Project Work (30%): Group work on applying studied methodologies to businesses within a selected destination.

Textbooks

Main Texts:

Pavan A. (Ed.) (2022). Business Administration Management. Giuffrè, Milan.

Modica P. (2008). Economic Analysis for Tourism Businesses. Aracne, Rome.

Additional Readings:

National Restaurant Association, Laube J., Shuster B.K. (2012). Uniform System of Accounts for Restaurants. Pearson, Washington, DC.

Academic articles and reports from public, private companies, and regional, national, and international organizations provided by the lecturer.

Online Resources:

Italian Alliance for Sustainable Development (ASVIS), SDGs:

Global Sustainable Tourism Council (GSTC) website:





Common Path - 1st Year
COURSE: PRINCIPLES OF ECONOMICS

YEAR 1 - SEMESTER 1

Credits: 9 CFU - Scientific Sector: SECS-P/01

Learning Objectives

Knowledge and Understanding

Understand the economic principles of demand and supply.

Comprehend market functioning.

Grasp the concepts of demand elasticity concerning prices and income.

Understand externalities and market failures.

Understand the concept of public goods and common resources, focusing on environmental and cultural resource management and interactions between the tourism market and the environment.

Comprehend key macroeconomic indicators (GDP, GDP per capita, labor market indicators).

Understand the concept of the global economy, including possibilities for economic, cultural, and political integration between countries.

Recognize the relevance of macroeconomic analysis for planning and managing tourism activities.

Understand the circular flow of income in general and its specifics in various tourism activities.

Identify the dynamics of the tourism sector within the broader economic context at the EU, national, and regional levels.

Ability to Apply Knowledge and Understanding

Apply knowledge for economic system analysis.

Apply knowledge for analyzing the tourism sector within the economy.

Use databases relevant to the topics mentioned above.

Adopt a multidisciplinary approach to interpret a territory's vocation and planning decisions.

Autonomy of Judgment

Formulate independent evaluations and judgments based on the concepts of demand/supply and market functioning in both microeconomic and macroeconomic contexts.

Develop decision-making skills based on a detailed data analysis, whether for public or private interventions.

Independently assess the dynamics of the economy within a global framework.

Communication Skills

Effectively communicate economic content to internal and external stakeholders, organizations, economic and social operators, and the general public.

Clearly present data, information, and analysis results, discuss ideas, identify problems, and propose solutions.

Learning Skills

Stay updated on macroeconomic and microeconomic trends.

Engage in autonomous learning necessary for operating in the evolving tourism sector within the global economy, integrating acquired knowledge into practical applications.

Prerequisites

Basic knowledge of arithmetic and algebra.



Course Contents

Part I – Thinking Like an Economist

Demand, supply, and market equilibrium.

Elasticity of demand and supply.

Overview of production theory and market structures.

Economic efficiency.

Externalities and market failures.

Public goods and common resources.

Tourism and sustainability.

Part II – Macroeconomics

Macroeconomic issues.

National economic accounting.

Nominal and real GDP.

What GDP does not measure.

Aggregate production function and its determinants.

Employment, unemployment, and labor market participation.

Macroeconomics in an open economy.

Key macroeconomic variables: data analysis.

The role of tourism in macroeconomic reports at global, EU, and regional levels.

Teaching Methods

The course consists of 54 hours of frontal lectures, divided between traditional teaching and laboratory-based learning.

Lectures will be conducted in person, supplemented with audiovisual materials and streaming to ensure inclusive and innovative accessibility.

Traditional teaching involves explaining the topics in the syllabus, emphasizing continuous dialogue between the professor and students.

Lessons will use slides as support and leverage digital platforms provided by the university.

Laboratory activities involve group work to deepen key topics and analyze case studies, such as national and regional economic contexts within the EU.

If university resources allow, tutoring sessions may be provided, with details shared at the beginning of the course.

Assessment Methods

The assessment will evaluate knowledge and understanding, the ability to apply knowledge, preparation depth, critical thinking, autonomy of judgment, communication skills, and learning ability. Judgment autonomy, communication skills, and learning ability will also be assessed through group activities.

Exam Format: The evaluation consists of a written exam. Mid-term exams may be available for attending students.

Grading Scale:

18/30 to 20/30: Basic knowledge of the subject without major conceptual errors; students should be able to outline economic topics, present key economic models, and demonstrate adequate language proficiency.

21/30 to 25/30: Good knowledge of the subject with varying degrees of proficiency.

26/30 to 29/30: Very good knowledge of the subject with scientific and methodological rigor.

30/30 and honors: Excellent mastery of the subject, demonstrated through systematic knowledge, linguistic proficiency, and accurate graphical and algebraic representations.



Textbooks

Main Text:

Acemoglu, Laibson, List, 3rd Ed. Principles of Economics (Theory and Empirical Evidence).

Additional Readings:

UNWTO Annual Report on Tourism.

Reports on tourism at the EU, national, and Sardinian levels: Economic Report on Sardinia.



**Common Path - 1st Year
COURSE: HISTORY OF SARDINIA**

YEAR 1 - SEMESTER 1

Credits: 6 CFU - Scientific Sector: M-STO/04

Learning Objectives

Knowledge and Understanding:

Students will acquire an in-depth understanding of the history of Sardinia, from its prehistoric origins to the contemporary period. They will comprehend the key historical events, socio-economic contexts, and cultural specificities of the island, with particular attention to the interactions between Sardinia and other Mediterranean and European regions.

Ability to Apply Knowledge and Understanding:

Students will be able to critically analyze historical sources and interpret Sardinia's historical events in relation to global socio-economic and political transformations. They will learn to contextualize the cultural and historical resources of the territory from a tourism and management perspective.

Autonomy of Judgment:

Students will develop a critical approach to the interpretation of local history, with a focus on the concept of cultural identity and the role of historical memory in tourism promotion. They will be able to formulate independent judgments on the enhancement of Sardinia's historical-cultural heritage from a tourism perspective.

Communication Skills:

Students will be able to clearly and effectively present the main historical themes of Sardinia, using appropriate language. They will be able to convey historical content both to specialized audiences and to the general public, with particular reference to communication in cultural tourism.

Learning Skills:

Students will be able to continuously update their knowledge of Sardinian history and historical research methodologies, including the use of digital and bibliographic resources. They will be capable of independently learning new historical information relevant to cultural tourism management.

Prerequisites

None

Course Contents

Prehistory and Protohistory of Sardinia:

Nuragic civilization and archaeological contexts

Relations with Phoenicians, Carthaginians, and Romans

Medieval Sardinia:

The Giudicati and the emergence of early autonomies

Eleonora d'Arborea and her role in the Giudicato period

Influence of Pisan, Genoese, and Catalan-Aragonese powers

Modern Era:

Spanish and Savoyard domination

Revolts and popular movements: the figure of Eleonora d'Arborea and the anti-feudal rebellion

Contemporary Era:

The Unification of Italy and the Sardinian question

Sardinia during the World Wars



Industrialization, special autonomy, and recent transformations

Sardinia and Cultural Tourism:

Enhancing Sardinia's historical heritage for tourism

Sites of memory and their role in tourism

Teaching Methods

Lectures: Presentation of key historical topics using primary sources, images, and documentaries.

Thematic Seminars: Discussion of case studies on specific historical events and their relevance to cultural tourism.

Educational Visits: Excursions to historical sites and museums in Sardinia to observe practical applications of history in tourism promotion.

Group Activities: Analysis and presentation of projects related to the promotion of local historical heritage.

Assessment Methods

Written Exam: Open-ended questions to assess knowledge of historical events and the ability to connect them to broader tourism management concepts.

Oral Exam: Discussion of key course topics, evaluating the student's ability to communicate critically and independently.

Project Work: Development of a tourism enhancement project based on Sardinian history, to be presented at the end of the course.

Textbooks

Brigaglia Manlio (Ed.) (2017). History of Sardinia. From Prehistory to Today. Edizioni della Torre. Cagliari. ISBN: 9788873434788

Casula Francesco (2024). Counter-History of Sardinia. From the Nuragic Civilization to Spanish Rule. Grafica del Parteolla.

Casula Francesco (2023). Carlo Felice and the Savoy Tyrants. Grafica del Parteolla. III Edition.

Additional academic articles and research reports provided by the instructor.



Common Path - 1st Year

COURSE: PRINCIPLES OF TOURISM LAW AND CONTRACTS

YEAR 1 - SEMESTER 1

Credits: 6 CFU - Scientific Sector: IUS/04

Learning Objectives

The course aims to provide students with a critical understanding of the fundamental institutions of tourism business law, enabling them to address the complex legal aspects that characterize the economic reality of the tourism sector.

Expected Learning Outcomes

Knowledge and Understanding

Students will acquire a solid understanding of the regulations concerning tourism enterprises, organizational models, and applicable contracts in the sector.

Ability to Apply Knowledge and Understanding

Students will be able to apply the acquired legal notions to the management of tourism enterprises, including market presentation and contract management.

Autonomy of Judgment

Students will develop flexibility in thinking and problem-solving skills, learning to evaluate legal solutions in business and tourism contexts.

Learning Skills

Students will be capable of independently deepening their knowledge of commercial and tourism law regulations and institutions.

Course Contents

Module 1: Business and Entrepreneur Categories (8 hours)

The commercial and agricultural tourism enterprise

Start and end of business activities

Attribution of business activities

Module 2: Commercial Entrepreneur Statute (10 hours)

Legal advertising

Accounting records

Commercial representation

Module 3: Business and Distinctive Signs (6 hours)

The business and the brand of a tourism enterprise

Module 4: Contracts and Companies (8 hours)

The company contract

Limited liability company

Module 5: Tourism Regulations (10 hours)

The regulatory framework of tourism

Tourism businesses and professions



Teaching Methods

Lectures with discussions on practical cases.
Analysis of laws and contracts related to tourism.

Assessment Methods

Assessment will be based on:
Oral Exam (70%): Evaluation of acquired knowledge.
Project (30%): Analysis of practical cases and discussion of applicable legal solutions.

Textbooks

G.F. Campobasso, Manual of Commercial Law, Eighth Edition, UTET, 2022.
R. Santagata, Tourism Law, UTET Editore, latest edition.



Common Path - 1st Year

COURSE: MANAGEMENT OF TOURIST AND CULTURAL DESTINATIONS

YEAR 1 - SEMESTER 2

Credits: 6 CFU - Scientific Sector: SECS-P/08

Learning Objectives

The course aims to provide a fundamental understanding of the design and management of tourist destinations, with a focus on the Project Cycle Management (PCM) methodology.

Knowledge and Understanding

Understand the concept of a destination.

Differentiate between the destination system and its individual actors.

Analyze key elements of a tourist destination.

Understand technological platforms for destination marketing and commercialization.

Comprehend governance and management dynamics of destinations.

Apply the PCM methodology to tourism project design.

Integrate sustainability principles and strategic planning into destination management.

Ability to Apply Knowledge

Identify key stakeholders in a destination using the power-interest matrix.

Apply the PCM methodology in destination management.

Establish the foundations for Destination Management Organizations (DMOs).

Develop a strategic plan for a tourist destination.

Autonomy of Judgment

Evaluate the actions and projects of destination actors in line with destination strategies.

Propose improvements to destination strategies and engage stakeholders in coherent actions.

Assess the technical coherence of projects implemented using the PCM methodology.

Communication Skills

Communicate effectively with various territorial stakeholders.

Engage stakeholders in defining a coherent destination strategy.

Effectively present data and information regarding destination evolution.

Learning Skills

Stay updated on regulatory changes related to destinations.

Recognize market and technological changes impacting destinations.

Prerequisites

None

Course Contents

Module 1: Introduction to Tourist Destinations and Their Management (6 hours)

Definition and characteristics of a tourist destination.

Roles and responsibilities of stakeholders (public, private, local communities).

Stakeholder analysis in tourism.

Corporate vs. community destinations.

DMOs and innovative professional roles.

Relationship between attractions, infrastructure, and accessibility.

Butler's Tourism Area Life Cycle Model (1980).



Module 2: Territorial Planning and Sustainability (6 hours)

Fundamentals of territorial planning applied to tourism.

Sustainability principles in tourist destinations (environmental, social, and economic).

Tools for territorial and tourism analysis (SWOT analysis).

Module 3: Project Cycle Management (PCM) in Tourism Planning (18 hours)

Introduction to Project Cycle Management:

Definition and objectives.

Stages: Programming, Identification, Formulation, Implementation, Evaluation.

Programming: Identifying tourism needs and opportunities.

Identification: Problem analysis, stakeholder analysis, and objective setting.

Formulation: Detailed project design (activities, timing, resources, budget).

Implementation: Operational planning and risk management.

Evaluation and Monitoring: Techniques for assessing results and impacts.

Module 4: Tools and Techniques for Destination Management (6 hours)

Performance indicators for destinations: The 4Q model.

Tourism information management systems (DMS).

Visitor flow management and carrying capacity analysis.

Best practices in destination management (case studies: e.g., Dubai).

Teaching Methods

Lectures to introduce theoretical concepts.

Practical exercises: Simulations in destination design and management using PCM.

Group workshops: Practical activities where students develop a destination management project.

Case studies of real-world destinations successfully implementing PCM.

Assessment Methods

The evaluation aims to assess all learning dimensions through:

Written Exam (50%): Open and closed-ended questions on key concepts.

Project Work (50%): Group project applying PCM to a destination.

For non-attending students: Instead of the project work, an oral exam covering the entire syllabus.

Textbooks

Caloggero I. (2024). Destination Management: Quality and Competitiveness of Tourist Destinations. Centro Studi Helios Srl. ISBN: 9788832060263.

AA.VV. (2024). The New Role of DMOs. The Heart of the Destination. Movability Books. ISBN: 978-88-946156-7-8.

European Commission (2004). Project Cycle Management Guidelines.

Additional References:

Gunn, C. A., & Var, T. (2002). Tourism Planning: Basics, Concepts, Cases.

Online databases and digital platforms for destination management.



Common Path - 1st Year
COURSE: STATISTICS FOR TOURISM

YEAR 1 - SEMESTER 2

Credits: 9 CFU - Scientific Sector: SECS-S/01

Learning Objectives

Knowledge and Understanding

By the end of the course, students will:

Have a solid understanding of fundamental concepts in statistics applied to tourism, including variable classification, measurement scales, and the distinction between population and sample.

Be able to collect, analyze, and interpret key tourism data sources such as arrivals, overnight stays, number of accommodations, and key metrics in the hotel and non-hotel sectors.

Understand advanced univariate descriptive statistics, including measures of central tendency, dispersion, skewness, and kurtosis, and their application in tourism data analysis.

Have knowledge of joint, marginal, and conditional distributions and relationships between quantitative and qualitative variables, including simple linear regression.

Be proficient in probability concepts, fundamental theorems, and statistical inference, including sampling techniques, point estimation, confidence intervals, and hypothesis testing.

Ability to Apply Knowledge and Understanding

Students will be able to:

Apply data collection and classification techniques to the tourism sector, interpreting tourism indicators such as visitor numbers, accommodation capacity, and market trends.

Use graphical representation and tabulation tools to communicate statistical results effectively to tourism sector stakeholders.

Apply central tendency and dispersion measures to analyze tourism data distributions and trends.

Conduct bivariate analyses to understand relationships between variables in tourism, using techniques such as simple linear regression and qualitative variable association.

Utilize probability and statistical inference concepts to make data-driven decisions, considering risk and uncertainty through tools such as conditional probability and Bayes' theorem.

Autonomy of Judgment

Students will develop the ability to:

Independently assess the quality and reliability of collected tourism data.

Choose the most appropriate statistical techniques for analyzing tourism phenomena in specific contexts.

Critically interpret statistical analysis results, recognizing methodological limitations and evaluating variable impacts on outcomes.

Formulate meaningful statistical hypotheses in tourism and apply statistical tests to validate them for strategic decision-making.

Communication Skills

Students will be able to:

Communicate statistical analysis results effectively using graphs, tables, and structured reports.

Adapt technical language to different audiences, including tourism professionals and policymakers.

Present statistical findings in a visually engaging and accessible manner, supporting decision-making processes in tourism management.



Collaborate with industry professionals to interpret data and provide insights for strategic tourism planning and management.

Learning Skills

Students will develop:

The ability to independently learn new statistical methods and techniques relevant to tourism research.

Flexibility in applying acquired statistical knowledge to new contexts, such as tourism flow analysis, economic impact assessment, or sustainability studies.

A proactive approach to exploring new data sources and leveraging statistical analysis techniques to enhance tourism management and development.

Prerequisites

A good grasp of real number operations, summation notation, equation systems, elementary function graphs, and basic algebraic concepts is recommended.

Course Contents

Introduction to Statistics in the Tourism Sector

Classification of statistics

Population and sample concepts

Classification of variables and measurement scales

Data collection in tourism: sources and key definitions (arrivals, overnight stays, accommodation structures, hotel vs. non-hotel sectors, room and bed counts)

Univariate Descriptive Statistics

Notation and tabulation

Graphical representation of data

Measures of central tendency (mean, median, mode)

Measures of dispersion (range, variance, standard deviation, interquartile range)

Measures of shape (skewness, kurtosis)

Bivariate Data Analysis

Joint, marginal, and conditional distributions

Relationship between quantitative variables

Association between qualitative variables

Simple linear regression analysis

Probability Theory

Events and logical operations on events

Probability interpretations and basic theorems

Probability of unions and intersections

Conditional probability, independent events, and Bayes' theorem

Introduction to Statistical Inference

Sampling methods and distributions

Point estimation techniques

Confidence intervals for population parameters

Hypothesis testing principles



Assessment Methods

The exam consists of two parts: a written part, in which the student must solve a series of exercises aimed at assessing their knowledge of statistical variables and analysis methodologies, and an oral part, in which the student must demonstrate their ability to apply statistical methodologies to solve problems related to the analysis of tourism data.

Textbooks

Borra S., Di Ciaccio: Statistics: Methodology for Economic and Social Sciences, latest edition, McGraw-Hill.

Guido Vaccaro: Statistics Applied to Tourism: Quantitative Analysis of Tourism Phenomena, Hoepli (2007).

P. Pasetti: Tourism Statistics, Carocci Editore (2015).



Common Path – 1st Year

COURSE: GEOGRAPHY OF TOURISM

YEAR 1 – SEMESTER 2

Credits: 6 (CFU) – Scientific Disciplinary Sectors: M-GGR/01 - M-GGR/02

Learning Objectives

By the end of the course, students will have acquired:

- I. Knowledge and understanding of the main interpretative models of the concepts of space, place, and tourist territory.
- II. The ability to apply the acquired knowledge in concrete cases.
- III. The ability to express independent and critical judgment on the characteristics and tourism potential of a territorial context.
- IV. The ability to communicate the acquired skills and express personal opinions on issues related to contemporary tourism.
- V. The necessary skills to undertake further studies in tourism and territorial studies with a high degree of autonomy.

Prerequisites

To understand the course contents, students should have:

A basic knowledge of human and economic geography.

Sufficient familiarity with the use of geographical and thematic maps.

The ability to interpret statistical data and cartograms.

Practical skills in using the internet.

A basic knowledge of the English language.

Course Contents

The course focuses on the interpretative frameworks of the tourism phenomenon specific to geography, aiming to develop theoretical and applied models for geographical analysis. In particular, the course covers:

The key concepts of economic and political geography.

The characteristics of tourism.

Tourism resources.

The evolutionary models of tourism.

Tourist carrying capacity and its assessment.

Tourism seasonality.

The issue of tourism sustainability.

Contemporary tourism destinations and practices.

Urban tourism geography.

Tourism, development, and environmental sustainability.

Tourism and conflicts over common resource control: short- and medium-term perspectives.

Major events and tourism.

Aspects of tourism in Sardinia.

Teaching Methods

The course consists of 18 frontal lessons, each lasting 2 hours. Expert interventions on the topics covered in the course are planned. Audiovisual tools will be used, particularly the projection of documentaries related to the topics discussed.

Assessment



Student evaluation includes:

The preparation of a written report assigned during the course.

A written exam consisting of four open-ended questions on course topics.

Students must demonstrate that they have reached an adequate level of knowledge concerning the learning objectives previously outlined.

The exam score is expressed in thirtieths, where:

Two-thirds of the final grade is based on the written exam results.

One-third is based on active participation in lessons and individual work, including reports assigned during the course.

When grading the exam, the following elements are considered:

The logical structure of the student's response to each question.

The accuracy of the method used to construct the response.

The adequacy of the arguments and their interrelation.

The ability, when necessary, to apply general concepts to specific cases.

To pass the exam with a minimum score of 18/30, the student must demonstrate a sufficient understanding of the topics and the ability to develop a logical analysis of them.

To achieve the highest score of 30/30 with honors, the student must demonstrate an excellent understanding of all the topics covered in the course.

Study Materials

The study material is provided in electronic format, along with the audiovisual material used in class. All materials are available in the student-dedicated space provided by the degree program.



Common Path - 1st Year

COURSE: ANTHROPOLOGY OF TOURISM

YEAR 1 - SEMESTER 2

Credits: 6 CFU - Scientific Sector: M-DEA/01

Learning Objectives

By the end of the course, students will acquire:

Basic knowledge of the main theories and methodologies in the field of anthropology of tourism.

Adequate comprehension of terminology and key topics in anthropological debates related to tourism.

Basic understanding of the anthropology of mining heritage in Sardinia and the study of tourist imaginaries.

Ability to Apply Knowledge and Understanding

Use theoretical and methodological tools of social anthropology with a particular focus on the anthropology of tourism.

Critically connect the reading of anthropological texts on tourism to major anthropological debates.

Apply acquired anthropological knowledge to analyze issues and express critical judgments on topics addressed during the course.

Prerequisites

Basic knowledge of modern and contemporary history and geography, with particular reference to the history of colonialism.

Course Contents

The course is divided into three parts:

1. General Aspects of Social Anthropology (8 hours)

Fields of interest and perspectives in social anthropology.

The concept of culture and its critical reassessment.

Ethnocentrism and cultural relativism.

Ethnography and ethnographic method.

2. Introduction to the Anthropology of Tourism (10 hours)

Anthropological perspectives on tourism: a historical overview.

The origins of the tourism era: an introduction to The Selfie of the World.

The distinction: Travelers? Tourists? Anthropologists?

Fordism and mass tourism.

Zoning: Time, space, cities, tourism.

Studying tourist imaginaries.

3. Anthropologies of Tourism in Sardinia (9 hours)

Tourism and tourist imaginaries in Sardinia: Orgosolo.

Tourism and anthropological imaginaries in Sardinia: The Costa Smeralda.

Heritage, memory, and mining tourism: towards an anthropology of mining tourism in Sulcis-Iglesiente.

Mining memories and ruins: Tourist perspectives and mining memories.

Teaching Methods

Lectures with audiovisual material presentations.



Assessment Methods

For attending students:

15%: Class participation.

30%: Contributions and discussions in class.

55%: Final oral exam.

For non-attending students:

Final oral exam covering all course content.

Grading Scale:

18-22/30: Basic acquisition of knowledge with limited analytical and synthesis skills.

23-26/30: Good comprehension with adequate analytical and synthesis skills.

27-30/30: Excellent comprehension with advanced analytical and synthesis skills.

Textbooks

Mandatory Readings:

Berardino Palumbo, Giovanni Pizza, and Pino Schirripa (Eds.) (2023). *Cultural and Social Anthropology: Concepts, History, Perspectives*. Hoepli, Milan. (pp. 1-38)

Rupert Stasch (2017). *Tourism*. Cambridge Encyclopedia of Anthropology.

Marco D'Eramo (2017). *The Selfie of the World: An Inquiry into the Age of Tourism*. Feltrinelli, Milan. (Chapters 1-4, 6, and 7)

Optional Readings (Choose One):

Francesco Bachis (2024): *Critical Postures. Ethnographic Notes on Memory, Body, and Heritage in Post-Mining Sardinia*.

Felice Tiragallo (2024): *Sensory Landscapes of Mines: Sounds, Voices, and Memories at the End of Extractive Life in South-Western Sardinia*.

P. Clemente (2015): *An Island Within an Island: An Anthropological Bricolage with Pieces of Costa Smeralda*.

Gino Satta (2000): *Risk à la Carte*. Parolechiave 22.

Gino Satta (2001): *The Construction of a Typical Meal: Tourists in Orgosolo*. Liguori, Naples.



Common Path - 1st Year
COURSE: SOCIOLOGY OF TOURISM

YEAR 1 - SEMESTER 2

Credits: 6 CFU - Scientific Sector: SPS/09

Learning Objectives

Knowledge and Understanding

Understand tourism as a socio-cultural and economic phenomenon.

Analyze tourism as a complex system, with a focus on Sardinia as a case study.

Comprehend tourism's role in the global economy and its impact on insular and Mediterranean regions.

Assess the socio-economic and cultural effects of tourism on local communities, with attention to gender and socio-economic inequalities.

Study sociological theories on tourism, including concepts of authenticity in tourist experiences.

Learn about sustainable tourism models, particularly within island environments.

Ability to Apply Knowledge

Identify socio-economic dynamics affecting tourism success and decline.

Use sociological tools to classify tourists, analyze their motivations, and study their impact on local communities.

Evaluate sustainable tourism projects, identifying strategies to reduce tourism's environmental and social impact.

Autonomy of Judgment

Critically analyze the social, economic, and cultural impact of tourism.

Address issues like overtourism, job precarity, and gentrification.

Propose innovative sustainable tourism strategies for island and Mediterranean regions.

Evaluate tourism projects based on environmental, economic, and social sustainability.

Communication Skills

Engage with stakeholders in the tourism industry, including businesses, institutions, and local communities.

Effectively communicate sociological research findings in a clear and accessible manner.

Advocate for inclusive and sustainable tourism strategies, supporting arguments with sociological data.

Learning Skills

Stay informed about new tourism trends and innovations.

Adapt to industry developments in sustainability and digitalization.

Continuously engage with emerging sociological theories and practices in tourism.

Prerequisites

None.

Course Contents

Part 1: Tourists and Their Experiences

Tourist typologies from the 1970s to today.

Motivations, behaviors, and preferences of different tourist groups.

Authentic vs. artificial experiences (The Tourist by Dean MacCannell).

Part 2: The Tourism Labor Market

Entrepreneurship and employment in tourism.

The role of education and training in tourism careers.

Challenges in the tourism labor market (gender disparities, precarity, seasonality).



Part 3: Sustainable Tourism Development

Case studies on insular and Mediterranean regions.

Economic, environmental, and social impacts of tourism expansion.

Challenges of sustainability, including gentrification and tourism monoculture.

Sustainable destination management strategies.

Teaching Methods

Lectures

Case Study Analysis

Class Discussions

Assessment Methods

The final exam will consist of a written test aimed at assessing the students' understanding of the topics covered during the lessons. Students will be required to answer three questions selected by the instructor from a list of 15 questions, which will be provided by the instructor at the end of the course.

Regarding the evaluation, grades will be expressed on a scale of thirty:

18-22: Indicates a basic or elementary acquisition of the content and methods. The student demonstrates a modest ability to analyze and synthesize.

23-26: Indicates an average level of knowledge acquisition in both content and method. In this case, the student's analytical and synthesis skills are sufficient.

27-30: Indicates a good acquisition of content and methods. The student demonstrates good or excellent analytical skills and a high level of synthesis ability.

Textbooks

Savelli A. (2012). *Sociology of Tourism*. Hoepli Editore.

MacCannell, D. (1976). *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*. University of California Press.

Eger, I., Lei, S.I., & Wassler, P. (2020). Digital Free Tourism: An Exploratory Study of Tourist Motivations. *Tourism Management*, 79.

Urry, J. (1990). *The Tourist Gaze*. SAGE Publications.

Cohen, E. (1979). A Phenomenology of Tourist Experiences. *Sociology*, 13, 179-201.

Cohen, E. (1974). Who is a Tourist? A Conceptual Clarification. *Sociological Review*, 22, 527-553.