



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)

SCHEDA PROGRAMMI INSEGNAMENTI 2 E 3 ANNO

Sommario

Percorso comune II° anno	3
INSEGNAMENTO: LINGUA INGLESE B2 (IDONEITÀ)	3
INSEGNAMENTO: LINGUA TEDESCA PER IL TURISMO (IDONEITÀ)	6
INSEGNAMENTO: ECONOMIA DEL TURISMO	8
Curriculum: Progettazione e gestione delle destinazioni	11
INSEGNAMENTO: MUSEOLOGIA	11
INSEGNAMENTO: LEGISLAZIONE DEL TURISMO E DELLE DESTINAZIONI	13
INSEGNAMENTO: TEORIA DEI MEDIA E CULTURA VISUALE	14
INSEGNAMENTO: GESTIONE DELL'OSPITALITÀ E COMPORTAMENTO ORGANIZZATIVO	16
INSEGNAMENTO: INFORMATION TECHNOLOGY PER I SISTEMI TURISTICI	18
INSEGNAMENTO: MISURAZIONE E VALUTAZIONE DELLE PERFORMANCE DELLE DESTINAZIONI TURISTICHE	20
INSEGNAMENTO: BILANCIO DI ESERCIZIO E SOSTENIBILITÀ PER IL TURISMO	22
INSEGNAMENTO: METODI E ANALISI DATI DEL TURISMO	24
INSEGNAMENTO: TOPOGRAFIA	27
INSEGNAMENTO: PIANIFICAZIONE DEL TERRITORIO PER IL TURISMO	29
INSEGNAMENTO: MARKETING DELLE DESTINAZIONI TURISTICHE	30
INSEGNAMENTO: ECONOMIA E POLITICHE PER LO SVILUPPO DEL TERRITORIO	35
INSEGNAMENTO: GESTIONE DEGLI INVESTIMENTI E DELLE RISORSE FINANZIARIE	38
Curriculum: Progettazione e gestione degli eventi e del turismo culturale	40
INSEGNAMENTO: LEGISLAZIONE DEI BENI CULTURALI	40
INSEGNAMENTO: PROGRAMMAZIONE E CONTROLLO DEGLI EVENTI	42
INSEGNAMENTO: MUSEOLOGIA	44
INSEGNAMENTO: LE ARCHITETTURE STORICHE E I TERRITORI DELLA SARDEGNA NEL CONTESTO EUROMEDITERRANEO	46



INSEGNAMENTO: ARCHEOLOGIA E PERCORSI CULTURALI	48
INSEGNAMENTO: INNOVAZIONE CULTURALE E TURISMO SOSTENIBILE	50
INSEGNAMENTO: ANTROPOLOGIA DEGLI EVENTI CULTURALI	52
INSEGNAMENTO: DESIGN DELL'ALLESTIMENTO MUSEALE	54
INSEGNAMENTO: TIPOLOGIE DEI PAESAGGI DELLA SARDEGNA	55
INSEGNAMENTO: PAESAGGI TOPONOMASTICI DELLA SARDEGNA	56
INSEGNAMENTO: ECONOMIA DELLA CULTURA	57
INSEGNAMENTO: PROGETTAZIONE E ORGANIZZAZIONE DEGLI EVENTI	61
INSEGNAMENTO: COMUNICAZIONE E PROMOZIONE DELLE DESTINAZIONI E DEGLI EVENTI CULTURALI ..	63
Curriculum: PERCORSO COMUNE/LABORATORI	65
INSEGNAMENTO: WEB MARKETING	65
INSEGNAMENTO: REVENUE MANAGEMENT	67
INSEGNAMENTO: SENTIMENT ANALYSIS	68
INSEGNAMENTO: SOCIAL MEDIA MANAGEMENT	71
INSEGNAMENTO: PROGRAMMAZIONE E GESTIONE DELLE ASSUNZIONI IN AMBITO TURISTICO	73
INSEGNAMENTO: PIATTAFORME DI PROMO-COMMERCIALIZZAZIONE DEL PRODOTTO DESTINAZIONE ..	75
Curriculum: PERCORSO COMUNE/INSEGNAMENTI A SCELTA DELLO STUDENTE	77
INSEGNAMENTO: ELEMENTI DI MOBILITÀ SOSTENIBILE	77
INSEGNAMENTO: STRUMENTI E METODI DI VALUTAZIONE DI POLITICHE E PROGETTI PER IL TURISMO ... 78	
INSEGNAMENTO: ELEMENTI DI PROGETTAZIONE DELL'ARCHITETTURA	80
E DEL PAESAGGIO PER I LUOGHI DEL TURISMO	80
INSEGNAMENTO: DIRITTO DEL LAVORO	82
INSEGNAMENTO: LINGUA SARDA	84
INSEGNAMENTO: LESSICO AGROALIMENTARE DELLA SARDEGNA	86
INSEGNAMENTO: LINGUA INGLESE C1 (IDONEITÀ)	87
INSEGNAMENTO: ECOLOGIA POLITICA DEGLI SPAZI TURISTICI	89
INSEGNAMENTO: SOCIOLOGIA DELL'AMBIENTE E DEL TERRITORIO	91
INSEGNAMENTO: TOURISM ANALYTICS	93
INSEGNAMENTO: FORME DI ACCESSIBILITÀ AL PATRIMONIO CULTURALE	96



Percorso comune II° anno

INSEGNAMENTO: LINGUA INGLESE B2 (IDONEITÀ)

ANNO 2 SEMESTRE 2

CFU 9 - SSD L-LIN/12

Obiettivi Formativi

- **Conoscenza e capacità di comprensione**
Gli studenti acquisiranno una conoscenza approfondita delle strutture grammaticali e del lessico inglese di livello B2, comprendendo testi complessi e riconoscendo sfumature di significato in argomenti sia concreti che astratti.
- **Capacità di applicare conoscenza e comprensione**
Gli studenti saranno in grado di utilizzare le competenze linguistiche acquisite per interagire con scioltezza e spontaneità in vari contesti, sia professionali che accademici, e per produrre testi chiari e articolati.
- **Autonomia di giudizio**
Sviluppare la capacità di analizzare criticamente testi in inglese e formulare giudizi autonomi sulle informazioni ricevute, valutando la loro rilevanza e accuratezza.
- **Abilità comunicative**
Gli studenti miglioreranno le loro abilità comunicative, riuscendo a esprimersi con chiarezza e precisione, sia oralmente che per iscritto, adattando il registro linguistico al contesto.
- **Capacità di apprendimento**
Gli studenti saranno in grado di continuare a perfezionare autonomamente le loro competenze linguistiche, utilizzando risorse disponibili e applicando strategie di apprendimento adeguate.

Prerequisiti

- Competenze linguistiche di livello B1 del QCER.
- Familiarità con le basi grammaticali della lingua inglese.
- Capacità di comprensione e produzione di testi semplici in inglese.

Contenuti

Comprensione orale e scritta:

Ascolto e analisi di testi complessi, come dibattiti, conferenze e interviste.

Lettura e interpretazione di articoli accademici, saggi, e testi specialistici.

Produzione scritta:

Composizione di saggi, report, e lettere formali.

Tecniche per la scrittura accademica e professionale.

Interazione e produzione orale:

Discussioni e dibattiti su temi d'attualità.

Presentazioni su argomenti scelti e simulazioni di interazioni quotidiane.

Approfondimento grammaticale:

Uso e revisione di tempi verbali complessi, modalità e strutture condizionali.

Espressioni idiomatiche e frasi complesse.





Metodi didattici

- Lezioni interattive: sessioni che combinano teoria e pratica per l'apprendimento attivo.
- Lavori di gruppo: attività collaborative per migliorare le competenze comunicative.
- Esercitazioni pratiche: focus su esercizi di ascolto, scrittura e conversazione.
- Laboratori linguistici: uso di risorse multimediali per migliorare l'ascolto e la pronuncia.

Verifica dell'apprendimento

- Esame scritto: comprensione di testi, esercizi grammaticali e produzione scritta. Saranno valutate la capacità di analisi e la coerenza dei testi.
- Esame orale: valutazione dell'interazione e produzione orale, attraverso presentazioni e domande basate sui contenuti del corso. Saranno giudicati la fluency, la correttezza grammaticale e la capacità di argomentare.

Testi

1. Libri di testo:

- a. *English Grammar in Use* (Raymond Murphy)
- b. *Vocabulary for IELTS* (Pauline Cullen)

2. Materiali aggiuntivi:

- a. Articoli accademici e risorse multimediali forniti dal docente.
- b. Piattaforme e-learning per esercitazioni interattive.



Percorso comune II° anno

INSEGNAMENTO: LINGUA TEDESCA PER IL TURISMO (IDONEITÀ)

ANNO 2 SEMESTRE 1

CFU 6 - SSD L-LIN/14

Obiettivi Formativi

1. Conoscenza e capacità di comprensione

Gli studenti acquisiranno conoscenze di base della grammatica e del lessico tedesco di livello A2, comprendendo testi semplici relativi ad ambiti familiari e di interesse personale.

2. Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Gli studenti saranno in grado di utilizzare la lingua per svolgere attività quotidiane, comprendere e produrre semplici testi scritti, e interagire in conversazioni di base.

3. Autonomia di giudizio

Gli studenti svilupperanno la capacità di valutare in modo autonomo situazioni comunicative, scegliendo le espressioni appropriate per contesti specifici.

4. Abilità comunicative

Migliorare la capacità di comunicare efficacemente in tedesco su argomenti di vita quotidiana, utilizzando correttamente le formule di cortesia e le espressioni tipiche.

5. Capacità di apprendimento

Gli studenti svilupperanno strategie per migliorare le loro competenze linguistiche in modo autonomo, utilizzando materiali didattici e risorse digitali.

Prerequisiti

- Competenze linguistiche di livello B1 del QCER.
- Conoscenze di base della grammatica tedesca.
- Capacità di comprendere e produrre semplici testi in lingua tedesca.

Contenuti

1. Linguaggio per il turismo:

- a. Lessico specifico per descrivere attrazioni turistiche, servizi di ospitalità e attività di viaggio.
- b. Simulazioni di situazioni reali: accoglienza clienti, gestione di reclami e prenotazioni.

2. Comprensione scritta e orale:

- a. Lettura e analisi di brochure turistiche, articoli e testi promozionali.



- b. Ascolto di interviste, dialoghi e presentazioni legate al settore turistico.
- 3. Produzione scritta:**
- a. Redazione di offerte turistiche, email professionali e presentazioni di pacchetti turistici.
b. Uso corretto di formule di cortesia e linguaggio persuasivo.
- 4. Interazione e produzione orale:**
- a. Role-play e simulazioni di conversazioni con turisti e operatori del settore.
b. Presentazioni su argomenti rilevanti per il turismo.
- 5. Approfondimento grammaticale:**
- a. Revisione e uso di strutture grammaticali avanzate.
b. Frasi idiomatiche e formule di cortesia tipiche del linguaggio professionale.

Metodi didattici

- **Lezioni frontali:** spiegazioni teoriche ed esercitazioni pratiche.
- **Laboratori linguistici:** utilizzo di risorse audiovisive per migliorare la pronuncia e l'ascolto.
- **Attività di gruppo:** simulazioni e giochi di ruolo per rafforzare le capacità di interazione.
- **Esercitazioni pratiche:** redazione di testi e pratica di conversazioni in contesti turistici.

Verifica dell'apprendimento

- **Esame scritto:** comprensione di testi turistici, esercizi grammaticali e produzione scritta. Valutazione della capacità di utilizzare il linguaggio tecnico e formale.
- **Esame orale:** presentazioni di argomenti legati al turismo e simulazioni di situazioni professionali. Saranno valutati la fluidità, la precisione linguistica e la capacità di interagire in modo appropriato.

Testi

- 1. Libri di testo:**
- a. *Deutsch im Hotel* (Helmut Glück)
b. *Wirtschaftsdeutsch im Tourismus* (Hannelore Grimm)
- 2. Materiali aggiuntivi:**
- a. Articoli, video e contenuti multimediali forniti durante il corso.
b. Esercizi online su piattaforme dedicate al tedesco per il turismo.



Percorso comune II° anno

INSEGNAMENTO: ECONOMIA DEL TURISMO

ANNO 2 SEMESTRE 1

CFU 6 - SSD SECS-P/02

Obiettivi Formativi

Il corso si propone di fornire agli studenti e alle studentesse gli strumenti fondamentali dell'analisi economica validi per la comprensione dei meccanismi complessi che regolano il funzionamento dei mercati turistici. Al termine del corso lo studente deve possedere la conoscenza dei principi economici alla base del funzionamento del mercato turistico, la capacità di utilizzare gli strumenti teorici per l'analisi economica dei fenomeni turistici in un'ottica di sviluppo sostenibile.

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 capacità di comprensione. Al termine del corso lo studente sa conoscere i fondamenti dell'analisi economica del fenomeno turistico ed è in grado di comprendere attraverso quali meccanismi il turismo possa influenzare il sistema economico;
- 2) Capacità di applicare conoscenza e comprensione. Al termine del corso lo studente è capace di applicare i modelli studiati all'analisi della domanda e dell'offerta di beni e servizi turistici. È in grado di effettuare un'analisi della domanda turistica per diversi livelli di destinazione (nazionale, regionale, provinciale), inclusa l'analisi della stagionalità. È pertanto in grado di comprendere le dinamiche reali in atto, può sostenere argomentazioni per risolvere problemi nel proprio campo di studi e sa valutare in quale misura il turismo possa influenzare il sistema economico;
- 3) Autonomia di giudizio. Al termine del corso lo studente è in grado di raccogliere e interpretare i dati utili a determinare giudizi autonomi, sa ricercare nessi di causalità tra fenomeni e sa porre a confronto realtà differenti. Egli è in grado di confrontare il peso delle determinanti della domanda turistica e può identificare e analizzare le strategie delle imprese turistiche. È inoltre in grado di formulare giudizi di valutazione delle principali politiche turistiche di una destinazione.
- 4) Abilità comunicative. Al termine del corso lo studente è capace di comunicare dati e informazioni, discutere le proprie idee, sollevare problemi e proporre soluzioni riguardanti i principali aspetti economici del fenomeno turistico. Lo studente è altresì in grado di articolare e strutturare con rigore e precisione il discorso sulle tematiche analizzate.
- 5) Capacità di apprendimento. Al termine del corso lo studente ha perfezionato la propria capacità di apprendimento utile per il prosieguo della carriera accademica e professionale

Prerequisiti

È richiesta un'adeguata padronanza degli strumenti di matematica di base, come l'analisi dei grafici e il calcolo di derivate elementari. È altresì fondamentale una buona conoscenza dei principi economici fondamentali appresi nell'insegnamento di Principi di Economia.



Contenuti

1. Introduzione all'economia del turismo
2. Il turismo nell'economia nazionale
3. La destinazione turistica
 1. Analisi della domanda e la politica di prezzo
 2. Lo sviluppo turistico delle destinazioni
4. Analisi microeconomica del turismo
 1. I modelli economici sulle scelte del turista-consumatore
 2. Il turista autoproduttore
5. L'analisi della produzione
 1. Il prodotto turistico
 2. L'analisi economica della stagionalità
6. Analisi economica delle imprese di produzione di beni e servizi turistici
 1. I tour operator
 2. Le agenzie di viaggi
 3. Le imprese della ricettività
 4. Le imprese di trasporto
 5. Le attrazioni turistiche
 6. Le politiche di yield management
7. I mercati turistici
8. Attività di didattica laboratoriale: analisi quantitativa della domanda turistica nazionale e regionale.

Metodi didattici

L'insegnamento si sviluppa per un totale di 36 ore di didattica frontale.

Le 36 ore relative sono suddivise in 28 ore di didattica tradizionale e 8 ore di didattica laboratoriale. La didattica laboratoriale consiste in attività guidate volte al reperimento di dati turistici, alla loro elaborazione mirata alla costruzione di appropriati indicatori statistici, alla rappresentazione tramite grafici e tabelle, ed infine all'interpretazione con discussione dei risultati.

Verifica dell'apprendimento

Sono previste due modalità.

1) Modalità con prova intera (durata: 90 minuti)

L'esame consiste in una prova scritta composta da 3 quesiti con risposta aperta così strutturati:

- il Quesito 1 è volto alla verifica della conoscenza e capacità di comprensione così come declinate negli obiettivi formativi

secondo la logica dei Descrittori di Dublino;

- il Quesito 2 è volto alla verifica della capacità di applicare conoscenza e comprensione così come declinate negli obiettivi

formativi secondo la logica dei Descrittori di Dublino;

- il Quesito 3 è volto alla verifica dell'autonomia di giudizio, dell'abilità comunicative e della capacità di apprendimento.

2) Modalità con attività integrativa (durata: 60 minuti) [solo appelli di giugno e luglio]

Per coloro che frequentano è prevista, la possibilità di svolgere un'attività integrativa da valutarsi ai fini del punteggio finale.



L'attività consiste nella raccolta ed elaborazione dei dati relativi ad uno o più fenomeni turistici, alla costruzione di indicatori del turismo e alla loro rappresentazione mediante grafici e tabelle finalizzati alla redazione di un rapporto sintetico. Costituisce, altresì, oggetto di valutazione anche la presentazione in aula dei principali risultati.

Questa attività sostituisce il Quesito 3.

Poiché tale attività è volta alla verifica dell'autonomia di giudizio, dell'abilità comunicative e della capacità di apprendimento, coloro che la svolgono non dovranno rispondere al quesito 3 in quanto già valutati.

Regole per la valutazione

- Quesito 1: punteggio massimo 10/30;
- Quesito 2: punteggio massimo 10/30;
- Quesito 3, sostituito da relazione dove presente: punteggio massimo 10/30.

Modalità di formulazione del giudizio

Sulla base dei punteggi massimi previsti per i diversi quesiti, l'intervallo di attribuzione del voto finale va:

- dai 18/30: per un livello di conoscenza elementare della materia, ovvero quando lo studente riesce solo a inquadrare la tematica nell'ottica economica richiesta, sa impostare almeno gli elementi base dei modelli economici e/o dei grafici utili all'analisi del fenomeno turistico e sviluppa l'elaborato scritto con una padronanza di linguaggio appena sufficiente;
- ai 30/30, con eventuale lode, se lo studente saprà sistematizzare in maniera logica e coerente le conoscenze che si presuppone abbia acquisito durante il corso e saprà supportare l'analisi con una eccellente elaborazione grafica e dell'algebra dei concetti espressi e un'adeguata padronanza di linguaggio tecnico ed economico.

Testi

G. Candela e P. Figini, Economia del turismo e delle destinazioni, seconda edizione, McGraw-Hill, Milano, 2010.



Curriculum: Progettazione e gestione delle destinazioni

INSEGNAMENTO: MUSEOLOGIA

ANNO 2 SEMESTRE 1

CFU 6 - SSD L-ART/04

Obiettivi Formativi

L'insegnamento si propone di:

- Fornire una conoscenza approfondita dei principi della museologia e del ruolo dei musei come istituzioni culturali e luoghi di educazione, ricerca, e valorizzazione.
 - Sviluppare la capacità di analizzare le diverse funzioni dei musei (conservazione, esposizione, comunicazione) in relazione alle strategie di gestione e alle politiche culturali.
 - Promuovere una comprensione critica del ruolo del museo in un contesto turistico e le potenzialità dei musei nel promuovere il patrimonio culturale di un territorio.
- 1. Conoscenza e capacità di comprensione**
 - Conoscere l'evoluzione storica della museologia e i diversi modelli museali (pubblici, privati, di comunità).
 - Comprendere le teorie museologiche connesse alla conservazione, esposizione e valorizzazione del patrimonio culturale.
 - 2. Capacità di applicare conoscenza e comprensione**
 - Saper applicare i principi di gestione museale alla valorizzazione turistica, riconoscendo le intersezioni tra marketing culturale e gestione delle destinazioni.
 - Essere in grado di elaborare proposte di valorizzazione per musei locali e regionali, integrandoli in itinerari turistici.
 - 3. Autonomia di giudizio**
 - Valutare criticamente l'efficacia delle politiche e delle strategie museali in contesti locali e internazionali.
 - Sviluppare un approccio critico verso il ruolo dei musei nella costruzione e comunicazione dell'identità culturale.
 - 4. Abilità comunicative**
 - Comunicare efficacemente, sia oralmente che per iscritto, concetti museologici complessi, mostrando competenza nel linguaggio specialistico della disciplina.
 - Produrre presentazioni e report su progetti di valorizzazione museale, rivolgendosi sia a un pubblico specialistico che generalista.
 - 5. Capacità di apprendimento**
 - Sviluppare un metodo di studio autonomo, affinando la capacità di aggiornamento continuo in una disciplina in rapida evoluzione.
 - Essere in grado di affrontare criticamente le fonti accademiche e la letteratura specializzata, con un approccio riflessivo e innovativo.

Prerequisiti

Nessuno



Contenuti

- Introduzione alla Museologia: storia, definizioni e funzioni del museo.
- Tipologie di Musei e Funzioni Museali: museo di comunità, museo nazionale, museo d'impresa, ecomusei e altri modelli.
- Principi di Conservazione e Restauro: concetti base, importanza della conservazione preventiva e normativa vigente.
- Comunicazione Museale: allestimento, esposizione e ruolo della narrazione nel contesto museale.
- Gestione e Marketing Museale: strategie per attrarre visitatori, sviluppo di audience, approcci inclusivi.
- Museo e Turismo: come integrare i musei nei percorsi turistici e valorizzare il patrimonio museale come attrazione turistica.
- Museologia Digitale: nuove tecnologie e digitalizzazione del patrimonio museale, visita virtuale e realtà aumentata.
- Case Study e Progetti Pratici: analisi di casi di studio nazionali e internazionali e sviluppo di un progetto di valorizzazione museale.

Metodi didattici

- Lezioni frontali: per la presentazione dei concetti teorici e l'analisi di modelli museologici.
- Seminari e Laboratori: discussione di case study e simulazioni pratiche per applicare i concetti trattati.
- Visite in Museo: laddove possibile, sono previste visite a musei per osservare in pratica l'organizzazione museale e le tecniche espositive.
- Lavoro di gruppo: per lo sviluppo di un progetto di valorizzazione museale che integri i contenuti appresi.

Verifica dell'apprendimento

- Prova scritta: domande a risposta aperta e breve per valutare la conoscenza teorica e l'applicazione pratica dei concetti.
- Progetto di gruppo: elaborazione di un progetto di valorizzazione museale con presentazione orale, per verificare capacità di analisi e comunicative.
- Partecipazione attiva: valutazione del contributo attivo a seminari e attività di gruppo, per stimolare l'autonomia di giudizio e le abilità comunicative.

Testi

Desvallées, A., & Mairesse, F. (2010). *Concetti chiave di museologia*. Edizioni del museo.

Tzortzi, K. (2016). *Museums in the 21st Century: Concepts, Projects, Buildings*. London: Thames & Hudson.

Kotler, N., Kotler, P., & Kotler, W. (2008). *Museum Strategy and Marketing: Designing Missions, Building Audiences, Generating Revenue and Resources*. Jossey-Bass.

Risorse aggiuntive

Materiali integrativi e articoli verranno forniti



Curriculum: Progettazione e gestione delle destinazioni

INSEGNAMENTO: LEGISLAZIONE DEL TURISMO E DELLE DESTINAZIONI

ANNO 2 SEMESTRE 1

CFU 6 - SSD IUS/06

Obiettivi Formativi

Il corso mira a fornire una conoscenza approfondita e critica della normativa interna, comunitaria ed internazionale relativa ai profili giuridici privatistici e pubblicistici del fenomeno, perseguendo l'obiettivo di formare professionalità di alto livello che, sia nelle aziende turistiche private che negli organismi di promozione turistica, possano rispondere alle esigenze di direzione del comparto turistico

Prerequisiti

Il corso presuppone la conoscenza di alcuni istituti del diritto privato nazionale, in particolare il sistema delle fonti del diritto, e i concetti di contratto e di responsabilità civile.

Contenuti

L'insegnamento della materia si articola nell'analisi della regolamentazione pubblicistica e privatistica. In particolare, per quanto concerne il primo aspetto si partirà dallo studio delle fonti internazionali, comunitarie e nazionali, per poi procedere con l'analisi delle istituzioni di governo del settore turistico e dell'organizzazione regionale (specie con riferimento alla regione Sardegna).

Saranno quindi oggetto di studio le principali imprese turistiche (attività ricettive, agenzie di viaggi, agriturismo, pesca turismo) e le attività professionali, sia dal punto di vista della regolamentazione nazionale sia sul versante della legislazione regionale della Sardegna. Dal punto di vista della regolamentazione privatistica saranno analizzate le più importanti fattispecie contrattuali esistenti nel comparto turistico (prenotazione, contratto di albergo, responsabilità dell'albergatore, contratto di viaggio).

Metodi didattici

Il corso prevede lezioni frontali e esercitazioni pratiche. Le esercitazioni consistono nella ricerca di testi e sentenze, nell'apprendimento guidato del contenuto e nella discussione in aula delle problematiche individuate. Il corso è svolto attraverso lezioni frontali e seminari di approfondimento. Verifiche dell'apprendimento potranno essere richieste agli studenti frequentanti.

Le lezioni si terranno in presenza.

Verifica dell'apprendimento

La verifica delle conoscenze acquisite avverrà attraverso un esame orale. La prova conterà in tre domande, di cui una di carattere generale, e almeno una su problematiche relative alle responsabilità dei vari operatori del settore. Il voto sarà espresso in funzione della padronanza dello studente sui concetti di carattere generale e sulle più frequenti problematiche del consumatore di servizi turistici

Testi

Manuale di diritto del turismo, FRANCESCHELLI-MORANDI Giappichelli, edizione 2022.



Curriculum: Progettazione e gestione delle destinazioni

INSEGNAMENTO: TEORIA DEI MEDIA E CULTURA VISUALE

ANNO 2 SEMESTRE 1

CFU 6 - SSD L-ART/06

Obiettivi Formativi

Conoscenza e comprensione:

- Dimostrare di aver compreso la rilevanza della teoria mediale nella società contemporanea;
- Acquisire le conoscenze di base relative alla teoria dei media e alla cultura visuale;
- Dimostrare di ben orientarsi all'interno dinamiche intermediali e transmediali della società contemporanea;
- Acquisire elementi di analisi intertestuale e transtestuale;
- Comprendere l'applicazione dei principi della cultura visuale all'analisi del paesaggio;
- Comprendere il ruolo della cultura visuale nella valorizzazione del territorio;

Capacità di applicare conoscenza e comprensione:

- Legare le conoscenze acquisite durante il corso al panorama mediale contemporaneo;
- Saper applicare quanto appreso all'analisi della cultura visuale;
- Saper applicare quanto appreso all'analisi dei processi intermediali e transmediali;
- Saper applicare quanto appreso all'analisi delle processi intertestuali e transtestuali;

Autonomia di giudizio:

Capacità di saper valutare e prevedere le fluttuazioni della teoria dei media e della cultura visuale nella società contemporanea; inoltre, ci si riferisce all'analisi dei contenuti del corso e all'applicazione di quanto appreso alla progettazione della valorizzazione del territorio.

Abilità comunicative:

Capacità di saper comunicare con proprietà di linguaggio i contenuti appresi durante il corso.

Capacità di apprendimento:

Capacità di apprendere autonomamente non solo i rilievi teorici legati all'orizzonte mediale e culturologico-visuali, ma anche le loro implicazioni pratiche e progettuali.

Prerequisiti

Non sono richiesti requisiti specifici per questo corso.

Contenuti

- Introduzione alla teoria dei media: il "protoconcetto" medium. Caratteri e prospettive della teoria dei media.
- La produzione mediale all'epoca della riproducibilità tecnica: il caso di Walter Benjamin.
- La teoria critica e la scuola di Francoforte.
- I media come "estensioni dell'uomo": il caso di Marshall McLuhan.
- Fra determinismo e determinismo morbido: il caso di Raymond Williams.
- Intermedialità, transmedialità, postmedialità.



- Intertestualità e transtestualità.
- I media e gli studi culturali: il caso di Stuart Hall.
- La cultura visuale come branca degli studi culturali: caratteri e prospettive.
- Il concetto di dispositivo e di regime scopico.
- La cultura visuale e il tema della rappresentazione del paesaggio.
- La cultura visuale come strumento di valorizzazione del territorio

Metodi didattici

L'insegnamento prevede lezioni frontali. Materiali multimediali e online completeranno le lezioni frontali e saranno disponibili su Moodle. Durante le lezioni è vivamente consigliata la piena partecipazione degli studenti.

Verifica dell'apprendimento

La valutazione dello studente prevede un esame orale, in cui vengono proposti quesiti relativi

- 1) ai principali snodi della teoria dei media;
- 2) ai principali snodi storico-teorici della cultura visuale;
- 3) alle lezioni svolte;
- 4) ai libri presenti in bibliografia.

Lo studente dovrà dimostrare di aver appreso non solo i rilievi teorici legati ai media e alla cultura visuale, ma anche le loro implicazioni pratiche e progettuali. Inoltre, dovrà dimostrarsi capace di orientarsi autonomamente all'interno dell'orizzonte culturale-visuale contemporaneo.

Il punteggio della prova d'esame è attribuito mediante un voto espresso in trentesimi. Nella valutazione dell'esame la determinazione del voto finale tiene conto dei seguenti elementi:

- 1) La capacità di riflettere con autonomia di giudizio sui principali problemi posti dalla teoria dei media;
- 2) La capacità di mettere in relazione i principali snodi in materia di cultura visuale;
- 3) La capacità di argomentare in maniera coerente;
- 4) La capacità di argomentare con proprietà di linguaggio.

Per ottenere almeno 18/30, lo studente deve dimostrare di aver acquisito una conoscenza sufficiente degli argomenti relativi all'orizzonte teorico-mediale, una conoscenza di base degli argomenti relativi alla cultura visuale, e di essere in grado di restituirli con proprietà di linguaggio tramite le forme dell'interrogazione orale. 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

- Oltre agli argomenti trattati a lezione, le studentesse e gli studenti porteranno all'esame:
- Ruggero Eugeni (a cura di), *Il primo libro di teoria dei media*, Einaudi, Torino 2023.
- Andrea Pinotti, Antonio Somaini, *Cultura visuale. Immagini, sguardi, media, dispositivi*, Einaudi, Torino 2016.
- Gli studenti non frequentanti porteranno all'esame, oltre a questi due libri, anche:
- Stefania Parigi, Giacomo Ravesi (a cura di), *Il paesaggio nel cinema contemporaneo*, in *IMAGO. Studi di cinema e media*, anno V, n. 9, 2014

Altre informazioni

Il docente caricherà le slide del corso e altri materiali sulla piattaforma e-learning.



Curriculum: Progettazione e gestione delle destinazioni

INSEGNAMENTO: GESTIONE DELL'OSPITALITÀ E COMPORTAMENTO ORGANIZZATIVO

ANNO 2 SEMESTRE 2

CFU 6 - SSD SECS-P/10

Obiettivi Formativi

Il corso intende affrontare le tematiche del comportamento degli individui e dei gruppi nell'ambito del settore dell'ospitalità. Si tratta quindi di acquisire conoscenze fondamentali che qualunque manager deve possedere per poter agire in un contesto in cui operano più persone. Per ottenere risultati positivi attraverso il lavoro di altri occorre infatti sapere come le persone pensano, quali emozioni ne influenzano il comportamento, in che cosa ciascuno di noi è diverso da tutti gli altri, cosa motiva una persona a scegliere un certo tipo di comportamento e come queste dinamiche si modificano quando l'individuo è inserito in un gruppo. Una particolare capacità che il corso si propone di sviluppare è poi quella di leadership necessaria per guidare altre persone verso il raggiungimento di obiettivi di valore.

Descrittori di Dublino

1. Conoscenza e capacità di comprensione

Al termine del corso lo studente sarà in grado di:

- Comparare i tratti di personalità di più individui.
- Sviluppare la propria e l'altrui autoefficacia e autostima.
- Formulare ipotesi circa le determinanti della motivazione al lavoro.
- Organizzare processi decisionali e realizzativi di gruppo efficaci.
- Valutare le basi di potere e gli stili di leadership propri e altrui.
- Formulare ipotesi circa la relazione individuo ed organizzazione.
- Applicare le conoscenze acquisite in una analisi del clima aziendale.

2. Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Al termine del corso lo studente sarà in grado di:

- Comparare i tratti di personalità di più individui.
- Sviluppare la propria e l'altrui autoefficacia e autostima.
- Formulare ipotesi circa le determinanti della motivazione al lavoro.
- Organizzare processi decisionali e realizzativi di gruppo efficaci.
- Valutare le basi di potere e gli stili di leadership propri e altrui.
- Formulare ipotesi circa la relazione individuo ed organizzazione.
- Applicare le conoscenze acquisite in una analisi del clima aziendale.

3. Capacità di giudizio:

Al termine del corso lo studente sarà in grado di valutare personalità, atteggiamenti, motivazioni come valore aggiunto delle organizzazioni e saper individuare gli interventi più efficaci per promuovere comportamenti coerenti con gli obiettivi organizzativi.

4. Abilità comunicative:

Al termine del corso lo studente maturerà un linguaggio specialistico.



5. Capacità di apprendimento:

Gli studenti apprenderanno chiavi di lettura del comportamento organizzativo simulando la costruzione di modelli organizzativi in differenti campi ed in fasi organizzative differenti.

Prerequisiti

Contenuti

- I fondamenti teorici della disciplina del comportamento organizzativo
- Le determinanti del comportamento: processi cognitivi ed emotivi.
- Differenze individuali: personalità, valori, motivazioni
- Processi di percezione
- Stress management e well-being
- La motivazione: modelli del contenuto.
- La motivazione: modelli di processo.
- Strutture e dinamiche di gruppo.
- Conflitto e cooperazione.
- La leadership: modelli e processi.
- Il potere e le strategie di influenza.
- Il contratto psicologico tra individuo e azienda.
- Identificazione, commitment e fiducia.
- I comportamenti di cittadinanza organizzativa.

Metodi didattici

Verifica dell'apprendimento

- Prova scritta: verifica delle conoscenze teoriche.
- Valutazione delle attività assegnate in aula

Testi

Mullins L.J., Hospitality management and organizational behaviour, Pearson, ultima edizione
Pilati M., Tosi H.L., Comportamento organizzativo, Egea, terza edizione



Curriculum: Progettazione e gestione delle destinazioni

INSEGNAMENTO: INFORMATION TECHNOLOGY PER I SISTEMI TURISTICI

ANNO 2 SEMESTRE 2

CFU 6 - SSD ING-INF/05

Obiettivi formativi

Il corso si propone di fornire agli studenti una solida introduzione alla programmazione con Python, con particolare attenzione all'implementazione dei concetti statistici appresi nei corsi di **Statistica per il turismo**. Gli studenti saranno in grado di scrivere programmi in Python per analizzare dati turistici utilizzando librerie come **NumPy** e **Pandas**, fondamentali per l'elaborazione e l'analisi dei dati. Al termine del corso, gli studenti saranno in grado di automatizzare le procedure statistiche, costruire report analitici e visualizzare i dati in modo efficiente. Inoltre, saranno in grado di estrarre dati da varie fonti, come file o siti web.

Conoscenza e Capacità di Comprensione

Al termine del corso, lo studente avrà acquisito:

- Una comprensione chiara dei principi fondamentali della programmazione in Python e del loro utilizzo per eseguire analisi statistiche.
- Una conoscenza operativa delle librerie **NumPy** e **Pandas** per la gestione di array, serie temporali e tabelle di dati.
- La capacità di implementare in Python le tecniche statistiche apprese, come la descrizione univariata e bivariata, la regressione lineare e i test di ipotesi.

Capacità di Applicare Conoscenza e Comprensione

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

- Utilizzare Python per automatizzare la raccolta, organizzazione e analisi dei dati turistici.
- Implementare script per l'analisi esplorativa dei dati, implementare tecniche di regressione, eseguire test statistici.
- Utilizzare strumenti grafici per rappresentare i risultati delle analisi.
- Utilizzare **NumPy** per operazioni numeriche avanzate e **Pandas** per la gestione e la manipolazione di grandi dataset.
- Automatizzare l'estrazione dei dati da varie fonti e la creazione di report

Autonomia di Giudizio

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

- Valutare in modo autonomo i risultati ottenuti dalle analisi statistiche implementate in Python, riconoscendo errori o limiti dei dati.
- Scegliere e applicare le librerie python e le analisi più appropriate per affrontare specifici problemi statistici nel contesto turistico.

Abilità Comunicative

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



- Creare report automatizzati in Python che includano grafici e tabelle esplicative, utilizzando **Pandas** per presentare e organizzare i dati.
- Presentare i risultati delle analisi statistiche con strumenti di visualizzazione come **Matplotlib** o **Seaborn**, adattando il linguaggio a un pubblico variegato.
- Comunicare in modo efficiente ed efficace con il personale tecnico per la realizzazione di strumenti informatici più avanzati

Capacità di Apprendimento

Al termine del corso, lo studente avrà sviluppato:

- La capacità di apprendere in modo autonomo nuovi strumenti e librerie Python per migliorare le proprie capacità di analisi e risolvere problemi complessi legati alla statistica e ai dati turistici.
- L'abilità di estendere le competenze apprese ad altre applicazioni della programmazione statistica, esplorando librerie avanzate per machine learning o analisi predittiva.

Prerequisiti

Per un buon apprendimento del programma, si consiglia di avere una conoscenza di base di statistica descrittiva e inferenziale e una familiarità con i concetti trattati nei corsi di statistica per il turismo.

Contenuti

1. **Introduzione a Python e all'Informatica Statistica**
 - Installazione e configurazione di ambienti di sviluppo.
 - Concetti di base di Python: variabili, cicli, funzioni e strutture dati.
2. **Analisi dei Dati con NumPy**
 - Introduzione agli array.
 - Operazioni numeriche e vettoriali.
 - Applicazioni di NumPy per l'analisi statistica.
3. **Gestione dei Dati con Pandas**
 - DataFrame e Serie: strutture dati di base.
 - Caricamento, manipolazione e pulizia di dataset.
 - Analisi esplorativa e calcolo delle statistiche descrittive.
4. **Implementazione di Tecniche Statistiche**
 - Misure di posizione e dispersione con Python.
 - Analisi univariata e bivariata.
 - Esecuzione di regressione lineare semplice e multipla.
5. **Visualizzazione dei Dati**
 - Grafici statistici con **Matplotlib** e **Seaborn**.
 - Creazione di report visivi per rappresentare risultati.
6. **Automazione di Processi Statistici**
 - Scripting per l'automazione di analisi ricorrenti.
 - Utilizzo di Python per la produzione di report periodici.
7. **Introduzione all'Inferenza Statistica in Python**
 - Test delle ipotesi e intervalli di confidenza.

Metodi didattici

Verifica dell'apprendimento

Esame scritto e orale con valutazione in 30esimi, con la finalità di verificare la padronanza teorica e pratica delle conoscenze acquisite durante il corso.

Testi



Curriculum: Progettazione e gestione delle destinazioni

INSEGNAMENTO: MISURAZIONE E VALUTAZIONE DELLE PERFORMANCE DELLE DESTINAZIONI TURISTICHE

ANNO 2 SEMESTRE 2

CFU 9 - SSD SECS-P/07

Obiettivi Formativi

Il corso intende fornire una conoscenza delle principali tecniche di misurazione e valutazione delle performance da utilizzare nelle diverse tipologie di destinazioni turistiche. Gli studenti acquisiranno competenze nella valutazione sia della performance economico-finanziaria che di quella non finanziaria, sviluppando anche una comprensione degli strumenti di controllo direzionale e delle modalità di rendicontazione della 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 ai seguenti Descrittori di Dublino, secondo lo schema seguente:

Conoscenza e comprensione:

Comprendere le principali tecniche di misurazione e valutazione delle performance utilizzate nelle destinazioni turistiche.

Comprendere le metodologie di valutazione sia economico-finanziaria che non finanziaria e i fondamenti teorici alla base degli strumenti di controllo direzionale.

Applicazione della conoscenza e comprensione:

Applicare tecniche e strumenti di valutazione della performance a contesti reali.

Utilizzare le tecniche apprese per analizzare e valutare la performance di destinazioni turistiche diverse, integrando sia dimensioni economico-finanziarie che non finanziarie.

Utilizzare degli strumenti di controllo direzionale e di rendicontazione della performance.

Capacità di giudizio:

Essere capaci di misurare ed interpretare i risultati delle misurazioni di performance in modo critico e autonomo, valutando l'efficacia delle strategie di gestione turistica in base ai dati raccolti. Essere anche capaci di elaborare giudizi informati sui risultati finanziari e non finanziari delle destinazioni turistiche, tenendo conto del contesto economico e sociale.

Abilità comunicative:

Saper comunicare in modo chiaro ed efficace i risultati della valutazione della performance e le implicazioni gestionali sia a un pubblico specialistico che a stakeholder non esperti. Saper preparare report di rendicontazione della performance e di presentare analisi dettagliate a responsabili decisionali e a diversi attori del settore turistico.

Capacità di apprendimento:



Generare capacità di apprendimento autonomo, che permetteranno di approfondire ulteriormente le tecniche di misurazione e valutazione delle performance in contesti diversi, con particolare attenzione alle nuove tecnologie e ai cambiamenti nelle metodologie di valutazione. Aggiornare costantemente le conoscenze possedute per affrontare nuove sfide nel settore turistico.

Prerequisiti

Contenuti

Modulo 1: Introduzione alla misurazione e valutazione della performance (4 ore)

- Definizione di performance e sua declinazione nel contesto delle destinazioni turistiche.
- Concetti chiave: efficacia, efficienza, e valore creato.

Modulo 2: la performance economico finanziaria (15 ore)

- Il bilancio, la sua struttura e cenni ai criteri di valutazione
- Analisi di bilancio e indicatori di performance economico-finanziaria per il contesto turistico

Modulo 3: strumenti di controllo direzionale (30 ore)

- Il controllo direzionale: definizione e finalità
- Budgeting e programmazione economico finanziaria
- KPI
- Analisi differenziale, analisi degli scostamenti, Break-Even Analysis (BEA)
- Reporting

Modulo 4: la performance non finanziaria (5 ore)

- Sostenibilità ambientale, sociale e culturale: valutazione della performance non finanziaria
- Indicatori di sostenibilità per le destinazioni turistiche: principali modelli internazionali e nazionali.

Metodi didattici

- Lezioni frontali per fornire i concetti teorici di base.
- Esercitazioni pratiche

Verifica dell'apprendimento

- Esame scritto (70%): domande aperte e chiuse ed esercizi sui concetti chiave.
- Esame Orale (30%): domande sul programma di insegnamento

Testi

- Alberto Asquer, Programmazione e controllo. Applicazioni nelle aziende turistiche, 2009.
- Ray H. Garrison, Eric W. Noreen, Peter C. Brewer. Programmazione e controllo. Managerial accounting per le decisioni aziendali. McGraw-Hill Education 2021.
- Giovanni Melis. Strumenti per il controllo economico e finanziario delle imprese. Giuffrè, 2013
- Ulteriori materiali saranno messi a disposizione dal docente.



Curriculum: Progettazione e gestione delle destinazioni

INSEGNAMENTO: BILANCIO DI ESERCIZIO E SOSTENIBILITÀ PER IL TURISMO

ANNO 2 SEMESTRE 2

CFU 9 - SSD SECS-P/07

Obiettivi Formativi

Bilancio di Esercizio e Sostenibilità per il Turismo si inserisce nell'ambito degli studi dell'Area Aziendale. In particolare, gli obiettivi formativi riguardano il trasferimento di conoscenze e capacità di comprensione su:

- il Bilancio d'esercizio delle società di capitali secondo la normativa vigente
- il Bilancio di Sostenibilità secondo la normativa vigente e gli standard internazionali.

L'insegnamento ha un contenuto operativo e prevede il trasferimento di capacità di applicare conoscenze e di apprendere quali:

- Comprendere la struttura e le finalità del bilancio d'esercizio e del bilancio di sostenibilità nelle aziende turistiche
- Analizzare e valutare la performance economica e socio-ambientale delle imprese turistiche attraverso strumenti economico-finanziari e non finanziari.
- Interpretare le informazioni contenute nei bilanci per prendere decisioni strategiche in ottica economica e di sostenibilità.

Lo studente acquisisce autonomia di giudizio nelle scelte di valutazione e rappresentazione alternativi, comprendendo le conseguenze sul livello informativo del bilancio di esercizio e di sostenibilità.

Sul piano delle abilità comunicative, lo studente acquisisce il linguaggio economico/aziendale specifico della disciplina del bilancio finanziario e non finanziario, necessario per illustrare e commentare l'andamento economico finanziario e gli aspetti di sostenibilità (ambientale e sociale) e interagire con le parti interessate.

Prerequisiti

Per la proficua comprensione degli argomenti lo studente deve avere familiarità con i contenuti dell'insegnamento Principi di Economia Aziendale. In particolare, è necessaria la conoscenza degli argomenti riguardanti la gestione aziendale e i concetti di reddito e capitale.

Contenuti

Normativa di bilancio: quadro normativo italiano ed europeo.

- Struttura del bilancio d'esercizio: stato patrimoniale, conto economico, rendiconto finanziario (cenni), nota integrativa – comprensione delle componenti fondamentali.
- Analisi del bilancio: capacità di interpretare i principali indicatori per comprendere la solidità finanziaria e la capacità di crescita delle aziende turistiche.

2. Bilancio di Sostenibilità



- Principi del bilancio di sostenibilità: ruolo e importanza per le aziende turistiche nel comunicare impegni e risultati in campo ambientale e sociale.
- Standard e linee guida: introduzione alla normativa italiana e ai principali standard internazionali (GRI, IFRS sustainability) con un focus sull'interpretazione dei dati forniti dai bilanci di sostenibilità delle aziende turistiche.
- Indicatori chiave: analisi degli indicatori di sostenibilità rilevanti per il settore turistico, con esempi pratici di report aziendali

Metodi didattici

Il metodo di insegnamento consiste in lezioni frontali e partecipate svolte in aula dal docente alternate allo svolgimento di casi applicati.

Verifica dell'apprendimento

La verifica della preparazione si concentrerà sulla verifica della capacità di analizzare e interpretare i bilanci economico-finanziari e di sostenibilità mediante una prova scritta articolata nel modo seguente:
domande a risposta aperta e casi applicativi sugli argomenti sviluppati durante del corso

Testi



Curriculum: Progettazione e gestione delle destinazioni

INSEGNAMENTO: METODI E ANALISI DATI DEL TURISMO

ANNO 3 SEMESTRE 1

CFU 6 - SSD SECS-S/01

Obiettivi Formativi

Il corso si propone di fornire agli studenti le conoscenze e competenze necessarie per applicare metodi statistici avanzati e numeri indici nell'analisi dei dati relativi al settore turistico. Al termine del corso, gli studenti saranno in grado di comprendere e applicare tecniche statistiche come la regressione lineare e multipla, l'ANOVA e la cluster analysis per l'analisi dei dati complessi. Inoltre, acquisiranno le competenze per costruire e interpretare report analitici per una destinazione turistica, con particolare attenzione alla valutazione dell'offerta e della domanda turistica, dell'impatto economico e della sostenibilità.

Conoscenza e Capacità di Comprensione

Al termine del corso, lo studente avrà acquisito:

- Una comprensione chiara dei numeri indice, della loro definizione, classificazione e applicazione nel settore turistico per analizzare l'evoluzione dell'offerta e della domanda turistica nel tempo.
- La capacità di comprendere la differenza tra numeri indici semplici e complessi, sia ponderati che non ponderati, e il concetto di cambio di base e collegamento di serie temporali.
- Una conoscenza approfondita dei modelli statistici, inclusi la regressione lineare semplice e multipla, l'ANOVA e l'analisi per cluster, e la loro applicazione nell'analisi di dati turistici per valutare le relazioni tra variabili e segmentare i mercati turistici.
- La capacità di costruire e interpretare report analitici su destinazioni turistiche basati su dati reali e modelli statistici.

Capacità di Applicare Conoscenza e Comprensione

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

- Applicare i numeri indici per analizzare e confrontare l'andamento di variabili turistiche, come arrivi, presenze, occupazione alberghiera e spesa turistica, e per valutare l'impatto economico e la sostenibilità del turismo.
- Utilizzare la regressione lineare e multipla per analizzare le relazioni tra variabili chiave del settore turistico, come la domanda e i fattori economici o ambientali.
- Applicare l'ANOVA per confrontare le medie tra più gruppi di dati turistici e la cluster analysis per segmentare il mercato turistico in base a criteri demografici o comportamentali.
- Creare report analitici chiari e completi per una destinazione turistica, includendo visualizzazioni grafiche e interpretazioni dei risultati statistici per supportare decisioni strategiche.

Autonomia di Giudizio

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



- Valutare autonomamente le tecniche statistiche e i numeri indici più adeguati da utilizzare in base ai dati e al contesto turistico specifico.
- Formulare giudizi critici sulle conclusioni derivanti dall'analisi dei dati, riconoscendo eventuali limiti metodologici e proponendo soluzioni migliorative per l'analisi e la gestione dei dati turistici.
- Prendere decisioni informate e basate sui dati per supportare la gestione delle destinazioni turistiche e la pianificazione delle strategie di sviluppo.

Abilità Comunicative

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

- Comunicare efficacemente i risultati delle analisi statistiche e delle applicazioni dei numeri indici attraverso report e presentazioni, utilizzando grafici, tabelle e modelli per rendere i risultati comprensibili a un pubblico variegato.
- Presentare report chiari e strutturati sulle destinazioni turistiche, integrando dati e interpretazioni, per supportare le decisioni degli stakeholder e promuovere strategie turistiche basate su evidenze statistiche.
- Collaborare con gruppi multidisciplinari per analizzare e interpretare i dati turistici, contribuendo alla pianificazione e gestione delle destinazioni.

Capacità di Apprendimento

Al termine del corso, lo studente avrà sviluppato:

- La capacità di apprendere autonomamente nuove tecniche e metodologie di analisi statistica, aggiornandosi sui numeri indici e modelli avanzati da applicare nel settore turistico.
- La flessibilità di applicare le competenze statistiche acquisite a nuove problematiche e contesti turistici, come l'analisi della sostenibilità o la gestione dell'offerta turistica in diverse regioni.
- L'attitudine a esplorare in modo indipendente nuove fonti di dati e a utilizzare le tecniche di analisi apprese per supportare la gestione e lo sviluppo del turismo.

Prerequisiti

Per un buon apprendimento del programma è raccomandata la conoscenza della statistica descrittiva e inferenziale.

Contenuti

Numeri indici

- Introduzione, concetto e classificazione
- Numeri indici semplici: Definizione e proprietà
- Numeri indici complessi
- Numeri indici complessi non ponderati
- Numeri indici complessi ponderati
- Cambio di base e collegamento di serie temporali
- Gli indici applicati al settore del turismo per l'analisi dell'offerta e della domanda turistica, dell'impatto e della sostenibilità



Modelli statistici

- Regressione lineare semplice
- Regressione multipla
- Anova
- Cluster analysis

Costruzione di un report per una destinazione turistica

Metodi didattici

Verifica dell'apprendimento

La prova d'esame sarà suddivisa in due parti: la costruzione di un report per una destinazione turistica e una parte orale per valutare le conoscenze delle metodologie statistiche studiate durante il corso e la loro applicazione ai dati del turismo.

Testi

- Borra S, Di Ciaccio: Statistica. Metodologia per le scienze economiche e sociali, ultima ed. Mc Graw Hill.
Agresti Alan, Metodi statistici di base e avanzati per le scienze sociali, quinta edizione, Pearson



Curriculum: Progettazione e gestione delle destinazioni

INSEGNAMENTO: TOPOGRAFIA

ANNO 3 SEMESTRE 1

CFU 6 - SSD ICAR/06

Obiettivi Formativi

- Conoscenza e comprensione: Gli student* saranno in grado di illustrare le moderne tecniche di rilievo geomatiche sia tradizionali che digitali, con particolare riferimento ai dati geografici e ai Sistemi informatico territoriali ed il loro utilizzo nella progettazione di itinerari turistici e/o nella raccolta e analisi di dati turistici.
- Capacità di applicare conoscenza e comprensione: Gli student* saranno in grado di utilizzare le conoscenze acquisite per utilizzare i dati geografici con strumenti GIS finalizzati a scopi turistici.
- Autonomia di giudizio: Gli student* saranno in grado di individuare l'approccio geomatico più adeguato ai diversi problemi applicativi di interesse
- Abilità comunicative: Gli student* saranno in grado di usare un linguaggio tecnico corretto e comprensibile che permetta di esprimere in modo chiaro e privo di ambiguità le conoscenze geomatiche acquisite nell'ambito degli argomenti proposti necessari alla gestione di dati geografici georeferenziati.
- Capacità di apprendimento: verranno fornite le conoscenze e gli strumenti metodologici fondamentali per una corretta applicazione di strumenti geomatici quali i Sistemi informativi territoriali

Prerequisiti

Contenuti

Il corso affronta le moderne tecniche geomatiche per l'utilizzo e la gestione dei dati geografici del territorio nazionale ed internazionale a supporto del management del turismo e delle destinazioni.

I contenuti saranno trattati in modo da consentire la comprensione e l'apprendimento anche dagli studenti senza un background specifico sugli argomenti della geomatica. Tutti gli argomenti saranno trattati sia in maniera teorica sia attraverso esercitazioni pratiche sul campo e al computer, utilizzando strumentazione geomatica e software Open Source.

Una prima parte del corso è dedicata ai metodi di rilievo e rappresentazione del territorio attraverso tecniche topografiche e fotogrammetriche, con particolare attenzione ai sistemi di riferimento e dei sistemi di coordinate. La seconda parte interessa le potenzialità e le funzionalità dei Sistemi Informativi Geografici finalizzate al supporto del management del turismo e delle destinazioni, in particolare verranno presentati i dati geografici, la loro struttura e la loro gestione sia all'interno dei Sistemi Informativi Geografici sia all'interno dei WEBGIS regionali, nazionali ed internazionali. Una parte pratica del corso sarà destinata alle esercitazioni pratiche sulla progettazione e sviluppo di progetti turistici e su esempi di raccolta e analisi di dati turistici finalizzati alla preparazione di report e studi.

Metodi didattici

Verifica dell'apprendimento



Testi

Sistemi Informativi Territoriali. Principi e applicazioni

Federica Migliaccio, Daniela Carrion

Utet Università



Curriculum: Progettazione e gestione delle destinazioni

INSEGNAMENTO: PIANIFICAZIONE DEL TERRITORIO PER IL TURISMO

ANNO 3 SEMESTRE 1

CFU 6 - SSD ICAR/20

Obiettivi Formativi

Il corso si propone di fornire agli studenti le competenze e gli strumenti essenziali per la pianificazione territoriale e urbanistica, con particolare attenzione al ruolo nello sviluppo socioeconomico locale e nelle strategie di valorizzazione turistica.

Al termine del percorso formativo, gli studenti saranno in grado di:

- Analizzare e interpretare in modo critico i contesti territoriali, a partire dai quadri di programmazione e pianificazione vigenti, per individuare le potenzialità turistiche del territorio;
- Riconoscere e valutare, in chiave progettuale, il ruolo strategico del patrimonio territoriale, inteso come insieme di valori materiali e immateriali, nei processi di sviluppo turistico locale.

I principali argomenti trattati nel corso includono:

- Concetti fondamentali di territorio, ambiente, patrimonio naturale e storico-culturale nel quadro normativo europeo e nazionale.
- Normative e riferimenti regionali, nazionali e internazionali relativi al governo del territorio.
- Sistemi di programmazione e pianificazione territoriale, ambientale, paesaggistica e urbanistica nel contesto regionale e nazionale.
- Metodologie per l'analisi e l'interpretazione dei contesti territoriali, con particolare attenzione ai processi storici di territorializzazione e al patrimonio naturale e culturale.
- Approcci e metodi per la definizione di piani e progetti di territorio orientati allo sviluppo turistico locale, a partire dalla valorizzazione integrata del patrimonio territoriale.

Prerequisiti

Contenuti

Metodi didattici

Verifica dell'apprendimento

Esame scritto e orale con valutazione in 30esimi, con la finalità di verificare la padronanza teorica e pratica delle conoscenze acquisite durante il corso.

Testi



Curriculum: Progettazione e gestione delle destinazioni

INSEGNAMENTO: MARKETING DELLE DESTINAZIONI TURISTICHE

ANNO 3 SEMESTRE 1

CFU 6 - SSD SECS-P/08

Obiettivi Formativi

Il corso ha come obiettivo principale fornire agli studenti le competenze necessarie per creare, comunicare e distribuire il valore del territorio in chiave turistica. Alla fine del corso, lo studente sarà in grado di comprendere i principali aspetti del processo di marketing della destinazione turistica, facilitando l'adozione di un approccio di marketing strategico che miri alla creazione di un'offerta territoriale sistemica, capace di generare valore per i turisti attuali e potenziali.

Descrittori di Dublino

1. Conoscenza e capacità di comprensione

Gli studenti acquisiranno una comprensione approfondita dei concetti e delle strategie di marketing applicate al settore turistico, in particolare nel contesto della pianificazione strategica territoriale. Saranno in grado di comprendere il ruolo del marketing nella promozione delle destinazioni turistiche e di analizzare il comportamento della domanda turistica.

2. Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Al termine del corso, gli studenti saranno in grado di applicare le conoscenze teoriche per sviluppare e implementare piani di marketing specifici per le destinazioni turistiche, identificando gli strumenti più efficaci per la valorizzazione del territorio (come cineturismo, cammini religiosi, turismo ferroviario, itinerari enogastronomici) e per la promozione online delle destinazioni.

3. Autonomia di giudizio

Gli studenti svilupperanno la capacità di valutare criticamente le strategie di marketing delle destinazioni turistiche, adattandole alle specifiche esigenze delle imprese e delle organizzazioni locali. Saranno in grado di analizzare le tendenze del turismo e di prendere decisioni informate per migliorare l'attrattività della destinazione.

4. Abilità comunicative

Gli studenti impareranno a comunicare in modo chiaro ed efficace le strategie di marketing e i risultati delle analisi di mercato, sia in forma scritta che orale. Saranno in grado di gestire la comunicazione e il branding delle destinazioni turistiche, nonché di utilizzare strumenti digitali per la promozione.

5. Capacità di apprendimento

Attraverso lo studio dei moduli, gli studenti acquisiranno capacità di apprendimento autonomo, sviluppando competenze per l'aggiornamento continuo nelle discipline di marketing turistico, utili sia in ambito accademico che professionale.

Prerequisiti

Si suggerisce il superamento dell'esame di Management delle Destinazioni Turistiche e Culturali



Contenuti

Modulo 1: Concetti di marketing (6 ore)

- Il ruolo del marketing nella pianificazione strategica
- Il processo di marketing
- Il piano di marketing

Modulo 2: Il marketing applicato al territorio (20 ore)

- La strategia sistemica territoriale
- La domanda turistica della destinazione e l'analisi del comportamento del turista
- Il destination marketing e il prodotto turistico globale
- Elementi di comunicazione e branding delle destinazioni turistiche
- Destination marketing e strategie di presenza sul web

Modulo 3: Strumenti di marketing della destinazione turistica (12 ore)

- Il cineturismo
- I cammini religiosi
- Il turismo ferroviario
- Gli itinerari enogastronomici

Metodi didattici

- Lezioni frontali per fornire i concetti teorici di base.
- Esercitazioni pratiche:
- Case study di destinazioni reali

Verifica dell'apprendimento

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

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

Testi

Bibliografia e materiali

- Dall'Ara, G. (2020). *Marketing dei sistemi turistici. Dalla pianificazione strategica al Destination Management*. Milano: Franco Angeli.
Questo libro fornisce un approfondimento sul marketing dei sistemi turistici, con particolare riferimento alle strategie di gestione delle destinazioni.
- Pencarelli, T. (2019). *Destination Management e Marketing: L'evoluzione del turismo verso il sistema di offerta*. Milano: Franco Angeli.
Tratta dell'evoluzione del turismo in chiave moderna, con particolare attenzione alle strategie di destination management e marketing.
- Testa, F., & Ugolini, M. (2020). *Destination branding. Strategie di marca e promozione delle destinazioni turistiche*. Milano: Hoepli.



Questo testo offre un approccio pratico alla creazione e gestione del brand di una destinazione turistica, con strumenti aggiornati di branding e promozione.

- Barberis, D. (2021). *Digital marketing per il turismo. Come promuovere online una destinazione turistica*. Milano: Apogeo.

Si concentra sugli strumenti digitali e le strategie online per promuovere le destinazioni turistiche, offrendo un approccio pratico e aggiornato.

- Vallacchi, C. (2018). *Turismo e web marketing. Strategie per il successo della destinazione turistica*. Roma: Editore Simona.

Un testo pratico che esplora l'uso del web marketing nel turismo, offrendo una panoramica su come utilizzare i nuovi media per migliorare la visibilità delle destinazioni.

Bibliografia sugli approfondimenti:

Ecco una selezione di materiali utili per affrontare didatticamente i temi dei cammini religiosi, del turismo ferroviario e degli itinerari enogastronomici. Questi materiali includono libri, articoli e dispense che possono arricchire le lezioni con contenuti teorici, casi studio e approcci pratici.

1. I Cammini Religiosi

Libri:

- Dall'Ara, G. (2020). *Il turismo dei cammini: Le nuove motivazioni dei viaggiatori e le strategie delle destinazioni*. Milano: Franco Angeli.

Un testo fondamentale che esplora i cammini religiosi come nuove forme di turismo esperienziale, analizzando i comportamenti dei pellegrini moderni e le strategie di valorizzazione delle destinazioni.

- Loi, M., & Lai, A. (2018). *Il cammino di Santiago de Compostela. Storia, cultura e motivazioni del pellegrinaggio contemporaneo*. Roma: Armando Editore.

Questo libro offre una prospettiva storica e culturale su uno dei più celebri cammini religiosi, il Cammino di Santiago, fornendo spunti utili per il marketing e la promozione dei cammini religiosi.

Articoli:

- Lo Presti, V., & Giovanelli, E. (2015). "Il fenomeno dei cammini religiosi: Nuove opportunità per il turismo lento in Italia." *Turistica - Italian Journal of Tourism Research*, 3(1), 35-48.

Un articolo che indaga l'espansione del turismo legato ai cammini religiosi in Italia, con focus su opportunità economiche e modelli di gestione.

Risorse online:

- Atlante dei Cammini d'Italia (disponibile su: <https://www.camminiditalia.it>)

Un portale dedicato ai cammini religiosi in Italia, con informazioni dettagliate e aggiornate su percorsi, infrastrutture e opportunità turistiche, utile per presentare esempi concreti.



2. Il Turismo Ferroviario

Libri:

- Dall'Ara, G. (2018). *Turismo ferroviario: Tra slow tourism e valorizzazione del patrimonio storico*. Milano: Franco Angeli.

Il libro esamina il turismo ferroviario come una forma di slow tourism, che permette di scoprire territori attraverso la valorizzazione delle antiche tratte ferroviarie e dei treni storici.

- Cornaglia, C. (2015). *Il turismo dei treni storici: Un'opportunità di sviluppo per i territori*. Torino: Edizioni del Capricorno.

Un approfondimento specifico sul turismo ferroviario legato ai treni storici in Italia, con casi studio e analisi delle opportunità di sviluppo locale.

Articoli:

- Cicerchia, A. (2017). "Il turismo ferroviario come forma di turismo sostenibile." *Quaderni di Economia del Turismo*, 1(4), 65-78.

Questo articolo analizza il turismo ferroviario come esempio di turismo sostenibile e analizza casi di successo in Europa.

Risorse online:

- Fondazione FS Italiane (<https://www.fondazionefs.it>)

Il sito della Fondazione FS Italiane è una risorsa preziosa per il turismo ferroviario in Italia, offrendo informazioni su treni storici, itinerari e progetti di valorizzazione turistica delle tratte ferroviarie italiane.

3. Gli Itinerari Enogastronomici

Libri:

- Cerutti, S., & Sottini, V. (2021). *Itinerari enogastronomici in Italia: Tra tradizione, cultura e turismo sostenibile*. Roma: Carocci Editore.

Questo libro esplora gli itinerari enogastronomici italiani, con particolare attenzione alla valorizzazione delle tradizioni culinarie e al turismo sostenibile.

- Pulina, M., & Anzivino, C. (2020). *Turismo enogastronomico: Tendenze e strategie*. Milano: Franco Angeli.

Un testo completo che analizza il turismo enogastronomico, esplorando le tendenze del settore e le strategie di marketing territoriale legate all'offerta enogastronomica.

Articoli:

- Pencarelli, T. (2019). "Gli itinerari enogastronomici come attrattori del turismo culturale." *Journal of Gastronomy & Tourism*, 2(3), 57-69.

Un'analisi degli itinerari enogastronomici come chiave per la promozione turistica, focalizzata sulle nuove tendenze di turismo esperienziale legato al cibo.



Risorse online:

- Strade del Vino e dei Sapori (<https://www.stradedelvinoitalia.it>)

Il portale delle Strade del Vino in Italia fornisce informazioni sugli itinerari enogastronomici nelle diverse regioni, presentando casi di studio e esempi di best practice.



Curriculum: Progettazione e gestione delle destinazioni

INSEGNAMENTO: ECONOMIA E POLITICHE PER LO SVILUPPO DEL TERRITORIO

ANNO 3 SEMESTRE 1

CFU 6 - SSD SECS-P/06

Obiettivi Formativi

Il corso di "Economia e politiche per lo sviluppo del territorio" si propone di fornire agli studenti una comprensione approfondita delle dinamiche economiche che influenzano le politiche di sviluppo territoriale, italiane ed europee. Attraverso l'analisi di casi studio e l'esplorazione di modelli teorici, gli studenti acquisiranno gli strumenti necessari per analizzare e valutare politiche in grado di promuovere uno sviluppo territoriale sostenibile.

Coerentemente con gli obiettivi formativi del **Corso di laurea in Management delle destinazioni e del turismo culturale**, i risultati dell'apprendimento attesi sono declinati secondo i seguenti cinque Descrittori di Dublino:

1. Conoscenza e capacità di comprensione:

- Gli studenti acquisiranno conoscenze solide in merito ai principi fondamentali dell'economia applicata alle politiche di sviluppo del territorio. Saranno in grado di comprendere il contesto economico e sociale delle politiche di sviluppo e di riconoscere i fattori chiave che influenzano tali politiche, incluse le disuguaglianze territoriali e le dinamiche di mercato.

2. Capacità di applicare conoscenze e comprensione:

- Gli studenti saranno in grado di applicare le teorie economiche e i metodi quantitativi per analizzare e valutare le politiche di sviluppo territoriale, tenendo conto delle specificità territoriali e delle esigenze delle comunità locali.

3. Autonomia di giudizio:

- Gli studenti svilupperanno una capacità critica di valutazione delle politiche di sviluppo, imparando a formulare giudizi informati sulla loro efficacia. Saranno capaci di riconoscere e analizzare le principali implicazioni economiche delle politiche adottate, prendendo decisioni autonomamente e giustificando le loro posizioni con argomentazioni solide.

4. Abilità comunicative:

- Il corso favorirà lo sviluppo di abilità comunicative efficaci, consentendo agli studenti di presentare i propri lavori e analisi sia oralmente che in forma scritta in maniera chiara e professionale.

5. Capacità di apprendimento:

- Gli studenti saranno incoraggiati a sviluppare un approccio all'apprendimento autonomo, in grado di aggiornarsi sulle nuove tendenze e le innovazioni nel settore delle politiche di sviluppo. Essi impareranno a cercare e utilizzare fonti di informazioni rilevanti per continuare a formarsi e a confrontarsi con le sfide emergenti nel campo dell'economia applicata allo sviluppo territoriale.

Prerequisiti

È richiesta una buona conoscenza dei principi economici fondamentali appresi nell'insegnamento di Principi di Economia.



Contenuti

1. Introduzione alle teorie dello sviluppo economico regionale:

- Teorie classiche: Fondamenti e concetti base, come la teoria della localizzazione di Weber e le teorie della crescita esogena e endogena di Romer e Solow.
- Modelli di sviluppo regionale: Esame dei modelli di sviluppo regionale e le teorie delle agglomerazioni e delle economie di scala.
- Fattori di crescita: Approfondimento sui fattori critici che influiscono sullo sviluppo economico, quali capitale umano, innovazione, infrastrutture e networking tra imprese.
- Politiche pubbliche: Riflessione su come le politiche pubbliche possano stimolare lo sviluppo regionale, inclusi interventi in settori come istruzione, sanità e infrastrutture.

2. Definizioni e misure dello sviluppo economico e dei divari territoriali

- Concetti di sviluppo economico: Disamina delle varie dimensioni dello sviluppo (economico, sociale, ambientale e di governance).
- Indicatori di sviluppo: Presentazione degli indicatori economici tradizionali (PIL pro capite, tassi di occupazione) e degli indicatori alternativi (indice di sviluppo umano - HDI, indice di disuguaglianza).
- Divari territoriali: Analisi delle disparità economiche e sociali esistenti tra diverse regioni, fattori che contribuiscono a tali divari, e l'importanza delle politiche per ridurli.

3. Divari territoriali e la politica di coesione dell'UE

Questa sezione si concentrerà sulle politiche dell'Unione Europea finalizzate a ridurre i divari territoriali:

- Politica di coesione: Storia e principali obiettivi della politica di coesione, in particolare la riduzione delle disparità economiche e sociali tra le regioni dell'UE.
- Fondi strutturali e di investimento: Analisi dei principali fondi (FESR, FSE) e del loro ruolo nel sostegno a progetti finalizzati alla crescita regionale e alla coesione sociale.
- Progetti regionali: Studio di casi di progetti finanziati dalla politica di coesione, evidenziando buone pratiche e risultati raggiunti nella riduzione dei divari territoriali.

4. La Strategia Nazionale per le Aree Interne (SNAI):

- Obiettivi e finalità: Presentazione delle motivazioni che hanno portato alla creazione della SNAI e degli obiettivi specifici, come il contrasto allo spopolamento e il rafforzamento dei servizi nelle aree interne.
- Funzionamento e attuazione: Analisi delle modalità di implementazione della strategia, tra cui l'identificazione delle aree interne e il coinvolgimento delle comunità locali.
- Esempi di intervento: Studio di casi reali di progetti avviati sotto la SNAI, valutando impatti e risultati ottenuti.

5. La Strategia Regionale per le Aree Interne (SRAI) per la Regione Autonoma della Sardegna:

- Obiettivi regionali: Approfondimento degli obiettivi della strategia regionale e come queste si integra con la SNAI.
- Attori coinvolti: Presentazione degli attori (istituzioni, enti locali, privati) coinvolti nella realizzazione della SRAI e delle loro responsabilità.



6. I principali indicatori per la misura e il monitoraggio delle politiche territoriali. Saranno analizzati gli indicatori economici, sociali e ambientali utilizzati per valutare l'impatto delle politiche pubbliche, come ad esempio il tasso di occupazione, il reddito pro capite, la qualità dei servizi pubblici, e gli indicatori di sostenibilità ambientale.

Metodi didattici

L'insegnamento si sviluppa per un totale di 36 ore di didattica frontale (6 CFU).

Verifica dell'apprendimento

L'esame consiste in una prova scritta composta da 3 quesiti con risposta aperta così strutturati:

- il Quesito 1 è volto alla verifica della conoscenza e capacità di comprensione così come declinate negli obiettivi formativi

secondo la logica dei Descrittori di Dublino;

- il Quesito 2 è volto alla verifica della capacità di applicare conoscenza e comprensione così come declinate negli obiettivi

formativi secondo la logica dei Descrittori di Dublino;

- il Quesito 3 è volto alla verifica dell'autonomia di giudizio, dell'abilità comunicative e della capacità di apprendimento.

Testi

- Capello R., *Economia Regionale*, Il Mulino, Bologna, 2015.
- G. Viesti, "Centri e periferie. Europa, Italia, Mezzogiorno dal XX al XXI secolo", Laterza, 2021.
- Dispense e integrazioni aggiornate a cura del docente saranno rese disponibili durante il corso.



Curriculum: Progettazione e gestione delle destinazioni

INSEGNAMENTO: GESTIONE DEGLI INVESTIMENTI E DELLE RISORSE FINANZIARIE

ANNO 3 SEMESTRE 1

CFU 6 - SSD SECS-P/09-P/11

Obiettivi Formativi

Obiettivo del corso è dare allo studente la capacità di valutare le necessità di finanziamento delle organizzazioni e degli eventi turistici, le possibili modalità di finanziamento, e le conoscenze fondamentali dei mercati, degli intermediari delle risorse pubbliche preposti a coprire tali fabbisogni. A tale scopo verranno analizzati alcuni casi di studio, di cui saranno valutate le possibili alternative di finanziamento, sia in termini di caratteristiche tecniche che di costo, per permettere allo studente di valutare quali siano le scelte più adatte a ciascun caso specifico.

Al termine del corso lo studente sarà in grado di valutare in modo autonomo e critico le necessità finanziarie dell'organizzazione o dell'evento di interesse, valutare la fattibilità economico-finanziaria dei progetti, selezionare le fonti di finanziamento più opportune e calcolarne i relativi costi. Il corso permetterà di acquisire un linguaggio specialistico che permetta di interloquire con le controparti finanziatrici in modo tecnicamente corretto e operativamente efficace, e di gestire adeguatamente i rapporti fra banca e impresa.

Prerequisiti

Il corso non ha prerequisiti specifici, sarà comunque basato sulle conoscenze acquisite nei corsi che precedono nel piano di studi, e comunque: Principi di Economia Aziendale e contabilità; Elementi di microeconomia.

Contenuti

Le informazioni finanziarie e il fabbisogno finanziario, con particolare riferimento alle imprese e organizzazioni turistiche.

Investimenti e disinvestimenti e loro copertura

Importanza della struttura finanziaria: interazioni tra le decisioni d'investimento e di finanziamento

I tassi di interesse; Valore attuale e costo opportunità del capitale

VAN e altri criteri di scelta degli investimenti

Le fonti di copertura

Gli intermediari finanziari: La gestione del rapporto banca-impresa

L'affidamento della clientela, la valutazione del merito creditizio e il rating

Il finanziamento diretto e le piattaforme fintech

Metodi didattici

Il corso verrà svolto attraverso lezioni frontali, seminari e gruppi di studio tematici nei quali sviluppare in termini operativi un progetto di investimento nel settore turistico.

I seminari saranno svolti da professionisti con importante esperienza nel settore e/o docenti universitari, su argomenti oggetto del corso

Verifica dell'apprendimento



L'esame prevede una discussione orale, basata su un caso di studio precedentemente sviluppato.

La valutazione sarà basata sulla capacità di esporre sinteticamente e compiutamente i tratti essenziali del problema, e di individuarne e motivarne la soluzione;

La valutazione sarà espressa in trentesimi; per gli studenti frequentanti si terrà conto dell'impegno attivo dimostrato durante le attività dei gruppi di studio.

Testi

(da definire)



Curriculum: Progettazione e gestione degli eventi e del turismo culturale

INSEGNAMENTO: LEGISLAZIONE DEI BENI CULTURALI

ANNO 2 SEMESTRE 1

CFU 6 - SSD IUS/01-IUS/09

Obiettivi Formativi

Il corso fornisce agli studenti competenze giuridiche specifiche sulla legislazione dei beni culturali, con attenzione particolare ai meccanismi di tutela, conservazione, valorizzazione e gestione. Gli studenti saranno in grado di applicare principi legali e normativi in contesti pratici, sviluppando competenze per dialogare con le istituzioni coinvolte nella gestione del patrimonio culturale.

Risultati di apprendimento attesi

1. Conoscenza e capacità di comprensione

Gli studenti acquisiranno conoscenze avanzate sulla normativa italiana e internazionale in materia di beni culturali, comprendendo le politiche e i processi di tutela e valorizzazione del patrimonio culturale.

2. Conoscenza e capacità di comprensione applicate

Saranno in grado di applicare le conoscenze acquisite in contesti pratici, come la progettazione di iniziative di valorizzazione dei beni culturali e la gestione di eventi culturali in conformità alle norme vigenti.

3. Autonomia di giudizio

Gli studenti svilupperanno la capacità critica di interpretare la normativa e valutare autonomamente situazioni complesse, come la gestione di un sito culturale o la prevenzione di traffici illeciti, formulando opinioni consapevoli e giuridicamente informate.

4. Abilità comunicative

Saranno in grado di comunicare efficacemente le conoscenze acquisite e le proprie interpretazioni normative, sia in contesti accademici che professionali, utilizzando un linguaggio appropriato e tecnicamente accurato.

5. Capacità di apprendimento

Al termine del corso, gli studenti avranno sviluppato capacità di apprendimento autonomo, necessarie per aggiornarsi su sviluppi legislativi e interpretazioni giuridiche future, per poter operare in contesti professionali e multidisciplinari.

Prerequisiti



Contenuti

1. Introduzione alla legislazione dei beni culturali
 - Definizioni e principi di diritto dei beni culturali
 - Evoluzione storica della tutela giuridica in Italia e nell'Unione Europea
2. Il Codice dei beni culturali e del paesaggio
 - Principi generali e ambito di applicazione
 - Procedure di vincolo e dichiarazione di interesse culturale
 - Norme di tutela e conservazione
3. Ruolo delle istituzioni pubbliche e private
 - Ministero della Cultura e Soprintendenze
 - Regione, province, comuni e loro competenze
 - Organizzazioni no-profit e fondazioni nella valorizzazione dei beni culturali
4. Strumenti di valorizzazione e promozione
 - Piani e progetti per la gestione dei beni culturali
 - Turismo culturale e gestione integrata del patrimonio
 - Strumenti di promozione digitale e comunicazione dei beni culturali
5. Normativa internazionale e cooperazione europea
 - Convenzione di Faro e altre convenzioni UNESCO
 - Programmi europei di finanziamento e cooperazione culturale
6. Tutela dei beni culturali e sanzioni
 - Protezione giuridica contro furti, traffico illecito e vandalismi
 - Responsabilità penale e amministrativa
 - Procedure di recupero e restituzione dei beni culturali

Metodi didattici

- Lezioni frontali: Approfondimento teorico dei principali argomenti.
- Casi di studio: Esempi pratici e reali di applicazione normativa.
- Seminari con esperti: Interventi di professionisti e rappresentanti istituzionali.
- Progetti di gruppo: Elaborazione di un piano di gestione per un bene culturale.

Verifica dell'apprendimento

- Esame scritto e/o orale: Verifica delle conoscenze teoriche e capacità di analisi critica.
- Progetto finale: Realizzazione di un piano di valorizzazione di un bene culturale.

Testi

- Testo principale: AINIS, M., FIORILLO, M. A. M. (2022). *L'ordinamento della cultura. Manuale di legislazione dei beni culturali*. Giuffrè editore



Curriculum: Progettazione e gestione degli eventi e del turismo culturale

INSEGNAMENTO: PROGRAMMAZIONE E CONTROLLO DEGLI EVENTI

ANNO 2 SEMESTRE 1

CFU 6 - SSD SECS-P/07

Obiettivi Formativi

Il corso si pone l'obiettivo di dare allo studente una visione complessiva di cosa significhi svolgere un ruolo manageriale nella realizzazione di un evento. Verranno affrontati in sintesi tutti gli aspetti economico-finanziari relativi al processo di realizzazione di un evento ex-ante ed ex-post.

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:

Conoscenza e comprensione. Il corso permette di studiare le tecniche e gli approcci teorici relativi alla programmazione e controllo degli eventi nella prospettiva economico-finanziaria. Permette di comprendere le metodologie di pianificazione e di budgeting. Consente di conoscere approfonditamente la natura dei costi di allestimento di un evento, il loro monitoraggio e la valutazione della performance economico-finanziaria.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione. I concetti studiati saranno applicati in aula e nel lavoro a casa attraverso l'utilizzo di casi di studio e di esercitazioni preparate ad hoc. L'obiettivo è quello di mettere gli studenti in grado di applicare gli strumenti di budgeting e di controllo economico-finanziario per monitorare i costi e garantire la sostenibilità degli eventi.

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 sulla programmazione e controllo degli eventi in una prospettiva economico-finanziaria.

Abilità comunicative. Gli studenti saranno in grado di affrontare la discussione delle tematiche trattate durante il corso, utilizzando il linguaggio tecnico necessario per comunicare con qualsiasi stakeholder e per il superamento della prova finale.

Capacità di apprendimento. Lo studente sarà in grado di sviluppare un approccio autonomo e continuo all'aggiornamento delle proprie competenze in materia di gestione economico-finanziaria degli eventi.

Prerequisiti

pur in assenza di propedeuticità formali, si consiglia di affrontare l'insegnamento dopo avere superato l'esame di Fondamenti di Economia Aziendale.

Contenuti

Modulo 1: Concetti introduttivi (4 ore)

Definizione di evento e sue classificazioni

Aspetti organizzativi e progettuali di un evento: obiettivi, target e stakeholders

Pianificazione strategica e temporale di un evento

Modulo 2: L'analisi dei costi (16)



Classificazione dei costi
Il margine di contribuzione
L'analisi costi-ricavi-volumi
Le configurazioni di costo
L'analisi differenziale

Modulo 3: La pianificazione (8)

- La pianificazione strategica
- La fissazione degli obiettivi
- Il processo di budgeting

Modulo 4: Il controllo di gestione (8)

Le misure di performance dell'organizzazione
L'analisi degli scostamenti
Il reporting

Metodi didattici

L'insegnamento si sviluppa per un totale di 36 ore di didattica frontale. Le lezioni potranno essere integrate con testimonianze in aula proposte da operatori di settore. Sono previsti altresì interventi seminariati tenuti dagli studenti con la partecipazione del docente.

Verifica dell'apprendimento

Esame scritto: domande aperte, domande a risposta multipla e casi pratici da svolgere

Testi

Testi di base:

- Pavan A. (a cura di) (2022). L'amministrazione economica delle aziende. Giuffrè.
- R.N. Antony, D.F. Hawkins, D.M. Macrì, K.A. Merchant (2021), Sistemi di controllo. McGraw-Hill.
- A.L. Scannerini, M. Berretta (2015), Strumenti di controllo per le imprese turistiche. FrancoAngeli.

Altre letture:

- D. Getz, S.J Page (2024). Event Studies: Theory and Management for Planned Events. Routledge.
- F. Dainelli (2007). Il sistema di programmazione e controllo del museo. FrancoAngeli.
- P. Paoli (2006). Pianificazione e controllo delle organizzazioni culturali. FrancoAngeli.



Curriculum: Progettazione e gestione degli eventi e del turismo culturale

INSEGNAMENTO: MUSEOLOGIA

ANNO 2 SEMESTRE 1

CFU 6 - SSD L-ART/04

Obiettivi Formativi

L'insegnamento si propone di:

- Fornire una conoscenza approfondita dei principi della museologia e del ruolo dei musei come istituzioni culturali e luoghi di educazione, ricerca, e valorizzazione.
- Sviluppare la capacità di analizzare le diverse funzioni dei musei (conservazione, esposizione, comunicazione) in relazione alle strategie di gestione e alle politiche culturali.
- Promuovere una comprensione critica del ruolo del museo in un contesto turistico e le potenzialità dei musei nel promuovere il patrimonio culturale di un territorio.
- 6. Conoscenza e capacità di comprensione**
- Conoscere l'evoluzione storica della museologia e i diversi modelli museali (pubblici, privati, di comunità).
- Comprendere le teorie museologiche connesse alla conservazione, esposizione e valorizzazione del patrimonio culturale.
- 7. Capacità di applicare conoscenza e comprensione**
- Saper applicare i principi di gestione museale alla valorizzazione turistica, riconoscendo le intersezioni tra marketing culturale e gestione delle destinazioni.
- Essere in grado di elaborare proposte di valorizzazione per musei locali e regionali, integrandoli in itinerari turistici.
- 8. Autonomia di giudizio**
- Valutare criticamente l'efficacia delle politiche e delle strategie museali in contesti locali e internazionali.
- Sviluppare un approccio critico verso il ruolo dei musei nella costruzione e comunicazione dell'identità culturale.
- 9. Abilità comunicative**
- Comunicare efficacemente, sia oralmente che per iscritto, concetti museologici complessi, mostrando competenza nel linguaggio specialistico della disciplina.
- Produrre presentazioni e report su progetti di valorizzazione museale, rivolgendosi sia a un pubblico specialistico che generalista.
- 10. Capacità di apprendimento**
- Sviluppare un metodo di studio autonomo, affinando la capacità di aggiornamento continuo in una disciplina in rapida evoluzione.
- Essere in grado di affrontare criticamente le fonti accademiche e la letteratura specializzata, con un approccio riflessivo e innovativo.

Prerequisiti

Contenuti

- Introduzione alla Museologia: storia, definizioni e funzioni del museo.



- Tipologie di Musei e Funzioni Museali: museo di comunità, museo nazionale, museo d'impresa, ecomusei e altri modelli.
- Principi di Conservazione e Restauro: concetti base, importanza della conservazione preventiva e normativa vigente.
- Comunicazione Museale: allestimento, esposizione e ruolo della narrazione nel contesto museale.
- Gestione e Marketing Museale: strategie per attrarre visitatori, sviluppo di audience, approcci inclusivi.
- Museo e Turismo: come integrare i musei nei percorsi turistici e valorizzare il patrimonio museale come attrazione turistica.
- Museologia Digitale: nuove tecnologie e digitalizzazione del patrimonio museale, visita virtuale e realtà aumentata.
- Case Study e Progetti Pratici: analisi di casi di studio nazionali e internazionali e sviluppo di un progetto di valorizzazione museale.

Metodi didattici

- Lezioni frontali: per la presentazione dei concetti teorici e l'analisi di modelli museologici.
- Seminari e Laboratori: discussione di case study e simulazioni pratiche per applicare i concetti trattati.
- Visite in Museo: laddove possibile, sono previste visite a musei per osservare in pratica l'organizzazione museale e le tecniche espositive.
- Lavoro di gruppo: per lo sviluppo di un progetto di valorizzazione museale che integri i contenuti appresi.

Verifica dell'apprendimento

- Prova scritta: domande a risposta aperta e breve per valutare la conoscenza teorica e l'applicazione pratica dei concetti.
- Progetto di gruppo: elaborazione di un progetto di valorizzazione museale con presentazione orale, per verificare capacità di analisi e comunicative.
- Partecipazione attiva: valutazione del contributo attivo a seminari e attività di gruppo, per stimolare l'autonomia di giudizio e le abilità comunicative.

Testi

Desvallées, A., & Mairesse, F. (2010). *Concetti chiave di museologia*. Edizioni del museo.

Tzortzi, K. (2016). *Museums in the 21st Century: Concepts, Projects, Buildings*. London: Thames & Hudson.

Kotler, N., Kotler, P., & Kotler, W. (2008). *Museum Strategy and Marketing: Designing Missions, Building Audiences, Generating Revenue and Resources*. Jossey-Bass.

Risorse aggiuntive

Materiali integrativi e articoli verranno forniti



Curriculum: Progettazione e gestione degli eventi e del turismo culturale

**INSEGNAMENTO: LE ARCHITETTURE STORICHE E I TERRITORI DELLA SARDEGNA NEL CONTESTO
EUROMEDITERRANEO**

ANNO 2 SEMESTRE 1

CFU 6 - SSD ICAR/18

Obiettivi Formativi

Il corso considera la primaria risorsa costituita dai beni architettonici e paesaggistici della Sardegna in relazione al patrimonio presente nel bacino euromediterraneo, valutandone le peculiarità e le unicità ai fini della loro promozione e fruizione e che svolgono un ruolo sempre più centrale nell'offerta e nella domanda turistica attenta al patrimonio e alla cultura.

Emergono tra queste risorse le reti costituite da beni che in definite fasi storiche hanno organizzato i territori nella loro intima struttura.

I beni architettonici e paesaggistici della Sardegna saranno oggetto di letture sintetiche sia quali categorie a sé stanti (ad esempio i monumenti del romanico sardo o dell'epoca nuragica), sia quali elementi in relazione tra loro e capaci di costituire una geografia culturale dove i monumenti si integrano con le letture di ambiti specifici territoriali. Essi, in particolare nelle aree interne dell'isola, costituiscono ampia parte del patrimonio regionale e rivelano aspetti di straordinario interesse. Partecipano a questa lettura le monumentalità "minori", quelle costituite da reti culturali quali le architetture della residenza storica e popolare, le reti delle opere di architettura legate all'utilizzi dell'acqua nella storia, la conformazione di villaggi e città storiche.

Assumendo alcuni "casi studio" il corso svolgerà degli approfondimenti finalizzati alla costruzione di letture innovative di circoscritti territori con la costruzione dei sistemi di relazione esistenti tra i paesaggi e le fasi storiche, anche con l'obiettivo di creare visioni nuove utili all'identificazione di itinerarie di visita.

CONOSCENZE E ABILITÀ DA ACQUISIRE: Le studentesse e gli studenti devono orientarsi con efficacia nella distinzione dei principali lineamenti di alcune delle più importanti categorie della monumentalità della Sardegna, riconoscerne quindi peculiarità che le rendono interessanti o uniche nel panorama internazionale. Esse/i devono quindi saper identificare, in un territorio precedentemente esaminato, gli elementi di qualità culturale e paesaggistica che possono costituire base di futuri itinerari di visita. Esse/i devono autonomamente dimostrare una capacità comunicativa di base delle competenze e delle abilità acquisite.

Prerequisiti

Sono consigliate alcune competenze di carattere introduttivo riguardanti la storia della Sardegna e delle sue principali espressioni monumentali. Il corso dovrebbe essere preceduto dalla frequenza dei moduli "Storia della Sardegna" e "Tipologie dei paesaggi della Sardegna"

Contenuti

- Relazioni storiche e culturali tra la Sardegna e il bacino euromediterraneo
- Il patrimonio culturale nuragico: monumenti e unità paesaggistiche



- Il medioevo sardo con particolare riferimento al romanico giudicale e ai contatti tra l'isola e il romanico internazionale
- Il medioevo sardo. La formazione delle città e dei villaggi.
- Architetture dell'acqua in Sardegna. Architetture industriali e del lavoro
- Aspetti culturali e monumentali delle coste della Sardegna
- Sviluppo di alcuni "casi studio": attività di lettura di gruppo con eventuali escursioni nei territori prescelti.

Metodi didattici

Le 36 ore previste saranno così suddivise:

- 22 ore Lezioni frontali
- 8 ore attività laboratoriali-esercitazioni
- 6 ore lavoro di gruppo/escursioni

Verifica dell'apprendimento

L'esame si svolge tramite un colloquio in cui si considerano le qualità culturali di un'area oggetto di studio durante il corso. L'esame può svolgersi secondo modalità laboratoriali approfondite da un gruppo di massimo quattro persone.

Testi

Gruppi di slides fornite dal docente.



Curriculum: Progettazione e gestione degli eventi e del turismo culturale

INSEGNAMENTO: ARCHEOLOGIA E PERCORSI CULTURALI

ANNO 2 SEMESTRE 1

CFU 6 - SSD L-ANT/10

Obiettivi Formativi

A) Conoscenza e capacità di comprensione:

Dimostrare conoscenze e capacità di comprensione che estendono e rafforzano quelle conseguite nel primo ciclo di studio e consentono di elaborare e applicare idee originali, anche in un contesto di ricerca, sul ruolo dell'archeologia e del patrimonio culturale nella società contemporanea. Dimostrare conoscenze di metodi e tecniche di valutazione della produzione scientifica, di tecniche di comunicazione efficace e scrittura per il web, di gestione del rischio e di educazione del patrimonio (apprendimento nei bambini, negli adulti, gestione di gruppi).

B) Capacità di applicare conoscenza e comprensione:

Risolvere problemi in ambiti nuovi, inseriti in contesti interdisciplinari connessi al patrimonio archeologico e, più in generale, al patrimonio culturale, legati al ruolo e ai mestieri dell'archeologo e dello storico dell'arte del terzo millennio, con attenzione alle parti opportunità. Collaborare anche con altre professionalità all'individuazione di soluzioni per la presentazione e l'allestimento dei beni, contesti e siti archeologici e culturali che ne valorizzino il potenziale didattico-educativo. Concorrere a studi sui visitatori di musei, aree e parchi archeologici e altri spazi espositivi e di fruizione. Applicare tecniche di pianificazione, progettazione (attività, risorse e mezzi) e project management, con attenzione alla sostenibilità. Utilizzare tecniche di valutazione del rischio.

C) Autonomia di giudizio:

Integrare le conoscenze e gestire la complessità, formulando giudizi ponderati su una serie di situazioni concrete, includendo la riflessione sulle responsabilità sociali ed etiche collegate alla ricerca archeologica, alla tutela e alla valorizzazione del patrimonio culturale. Introdurre una visione multiprospettica del patrimonio culturale alla società, promuovendo interazioni rispettose/etiche. Disponibilità ad assumere una posizione critica riguardo gli approcci da seguire in ordine alla gestione dell'interazione pubblica col patrimonio. Disponibilità a condividere conoscenze e competenze.

D) Abilità comunicative:

Comunicare le finalità, i risultati, le ricadute economiche e sociali, le prospettive per territori e comunità degli interventi archeologici, e culturali in genere, a interlocutori specialisti e non specialisti. Comunicare e trasmettere i contenuti scientifici e culturali del proprio ambito di studio in contesti di apprendimento formale, informale e non-formale. Applicare tecniche per la comunicazione efficace delle ricerche, norme e tecniche editoriali per la pubblicazione di collane e riviste specializzate. Applicare tecniche e metodologie del lavoro in gruppo di pari e in gruppi multiprofessionali.

E) Capacità di apprendimento:

Studiare in modo auto-gestito o autonomo, attingendo anche all'ampia casistica internazionale, le diverse declinazioni della 'public archaeology' e le nuove traiettorie di sviluppo della comunicazione del patrimonio culturale.

Prerequisiti



L'insegnamento non prevede propedeuticità; conoscenze ed esperienze dei diversi aspetti del patrimonio culturale conseguite durante il corso di studi triennale potranno rappresentare un'utile base per il confronto critico e le applicazioni operative dei contenuti della disciplina.

Contenuti

Modulo A. Pensato sia per gli studenti del Corso di Laurea Magistrale in Archeologia, sia per gli studenti del Corso di Laurea Magistrale in Storia dell'Arte, il modulo fornirà strumenti di analisi e operativi legati ai principali temi delle "public heritages" e della comunicazione dei beni culturali.

1. La funzione sociale del patrimonio culturale e dell'archeologia;
2. "Public heritage" e archeologia pubblica. Aspetti definitivi;
3. Le origini e gli sviluppi della 'public archaeology' in America e in Europa;
4. Gli elementi della comunicazione dei beni culturali;
5. Tipologie di comunicazione dei beni culturali;
6. Coinvolgimento pubblico, analisi dei portatori di interesse e gestione del rischio nel campo dei beni culturali tra ricerca, educazione e sviluppo sostenibile;
7. Professioni dei beni culturali e volontariato;
8. Heritage Community management: verso una gestione condivisa del patrimonio;
9. Esperienze e prospettive della partecipazione pubblica nei campi del patrimonio culturale in Italia;
10. La Sardegna: ricerca, identità, tutela, partecipazione e progetti di sviluppo a partire dal patrimonio culturale.
11. Pianificazione interpretativa del patrimonio archeologico; i problemi della misurazione integrata degli impatti;
12. Archeologia per il turismo culturale. "Autenticità" tra informazione e comunicazione;

Verifica dell'apprendimento

- a) La verifica dell'apprendimento, consistente in un esame orale, sarà finalizzata ad accertare l'effettiva acquisizione da parte dello studente degli obiettivi formativi, comprensiva della capacità maturata dallo studente di applicare comprensione e conoscenza a casi concreti;
- b) la valutazione finale sarà espressa attraverso un voto in trentesimi;
- c) Il punteggio della prova d'esame è attribuito mediante un voto compreso tra i 18/30 (conoscenza elementare della materia, limitata agli aspetti nozionistici, conoscenza sufficiente degli strumenti di valutazione, difficoltà ad applicare le conoscenze, ridotta padronanza linguistica) ai 30/30, con eventuale lode (capacità di sistematizzare in maniera logica e coerente le conoscenze acquisite, capacità di valutare e applicare in modo critico i concetti, riuscendo ad esprimerli con un'adeguata padronanza di linguaggio).

Durante lo svolgimento delle lezioni, possono tenersi verifiche ed esercitazioni che costituiscono una base preliminare per la valutazione complessiva dello studente.

Testi

G. Volpe, Archeologia pubblica. Metodi, tecniche, esperienze, Carocci, Roma 2020 (pp. 11-136)



Curriculum: Progettazione e gestione degli eventi e del turismo culturale

INSEGNAMENTO: INNOVAZIONE CULTURALE E TURISMO SOSTENIBILE

ANNO 2 SEMESTRE 2

CFU 6- SSD SPS/08

Obiettivi Formativi

Il corso vuole fornire agli studenti e alle studentesse conoscenze e strumenti basilari utili a comprendere i processi di innovazione sociale, con particolare riferimento alla valorizzazione del patrimonio culturale e ambientale. Lo sguardo delle scienze umane e sociali è, infatti, fondamentale per l'attivazione di processi sostenibili e consapevoli di valorizzazione di identità locali, comunità, istituzioni e imprese attive sul territorio nell'ambito della cultura e del turismo.

CONOSCENZE E ABILITÀ DA ACQUISIRE: Consolidare le conoscenze interdisciplinari relative ai processi di innovazione culturale e turismo sostenibile. Uno specifico approfondimento sarà dedicato al rapporto tra innovazione sociale, patrimonio culturale e ambientale nella realtà meridionale e mediterranea (conoscenza e capacità di comprensione);

- Potenziare le capacità di analisi critica dei fenomeni sociali attraverso la selezione di testi che propongono una visione molteplice dei processi di innovazione e culturale in atto nel mondo contemporaneo (autonomia di giudizio);
- Incoraggiare la partecipazione attiva degli studenti e delle studentesse con interventi ed esposizioni nel corso delle lezioni, al fine di esercitare le abilità espressive e comunicative di ciascuno (abilità comunicative);
- Sostenere l'autonomia di studio e analisi degli studenti e delle studentesse attraverso attività di discussione del materiale di lettura durante le lezioni (capacità di apprendimento).

Prerequisiti

Sono consigliate alcune competenze di carattere introduttivo riguardanti la storia contemporanea e la sociologia generale

Contenuti

Il corso è diretto a formare gli studenti da un punto di vista teorico-concettuale ed empirico.

Nella prima parte del corso saranno affrontati i seguenti argomenti: innovazione sociale; innovazione culturale; welfare culturale; cittadinanza attiva; partecipazione; turismo sostenibile o responsabile.

La seconda parte del corso sarà dedicata ad una riflessione sull'innovazione sociale applicata alla gestione del patrimonio culturale e ambientale, con un campo di osservazione volutamente ristretto sulla realtà meridionale e mediterranea a partire da casi di studio concreti. Ciò al fine di favorire il contatto con il territorio, le comunità e gli attori sociali coinvolti, e promuovere processi di coesione sociale e di inclusione urbana.

Metodi didattici

Attività di apprendimento previste e metodologie di insegnamento:

Le 36 ore previste saranno così suddivise:

22 ore Lezioni frontali

16 ore attività laboratoriali-ricerca sul campo



Verifica dell'apprendimento

Esame scritto e orale con valutazione in 30esimi, con la finalità di verificare la padronanza teorica e pratica delle conoscenze acquisite durante il corso.

Testi

Gruppi di slides fornite dal docente.



Curriculum: Progettazione e gestione degli eventi e del turismo culturale

INSEGNAMENTO: ANTROPOLOGIA DEGLI EVENTI CULTURALI

ANNO 2 SEMESTRE 2

CFU 6 - SSD M-DEA/01

Obiettivi Formativi

Il corso intende fornire a studenti e studentesse l'acquisizione critica del lessico di base e dei quadri teorico-metodologici dell'antropologia dei processi di patrimonializzazione e dell'antropologia sociale che si occupa di indagare etnograficamente gli "eventi culturali." L'obiettivo è fornire strumenti per collocare prodotti e processi connessi agli eventi culturali nelle diverse aree di riferimento.

Risultati dell'apprendimento attesi:

1) Conoscenza e comprensione

Al termine del corso lo/la studente/studentessa acquisirà:

- Conoscenze di base delle principali teorie e metodologie nel campo dell'antropologia dei processi di patrimonializzazione e dell'antropologia sociale sugli eventi culturali.
- Capacità di comprensione delle terminologie e degli argomenti prevalenti nel dibattito antropologico in relazione a festival ed eventi culturali.
- Conoscenza approfondita su un caso studio di indagine etnografica.

2) 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 per leggere processi, dinamiche, e conflitti connessi con gli eventi culturali.
- Connettere criticamente la lettura di testi di antropologia sociale a dibattiti antropologici prevalenti.
- Analizzare problemi ed esprimere giudizi critici sulle questioni affrontate nel corso.

Prerequisiti

Conoscenze di base dell'antropologia sociale e culturale e dell'antropologia del turismo.

Contenuti

Modulo 1: Lineamenti generali di Antropologia dei processi di patrimonializzazione (14 ore)

- Introduzione a patrimoni e patrimonializzazione
- Approcci partecipativi e critici ai processi di patrimonializzazione
- Mercificazione culturale e feticismo della merce
- Antropologia dei processi di festivalizzazione
- Ecologie dei festival: autenticità e processi di produzione dell'identità
- Ecologie dei festival: economie da un punto di vista antropologico

Modulo 2: Etnografia del Festival Time in Jazz (11 ore)

- Studio di caso etnografico del festival.



Modulo 3: Antropologia del Tarantismo oggi (11 ore)

- Dall'opera di Ernesto De Martino alla Notte della Taranta.

Metodi didattici

- Lezioni frontali con proiezione di materiali audiovisivi.

Verifica dell'apprendimento

Per studenti frequentanti:

- Partecipazione alle lezioni (15%)
- Interventi e discussione in aula (30%)
- Esame orale finale (55%)

Per studenti non frequentanti:

- Esame orale finale al 100%.

Testi

Testi di base:

1. Berardino Palumbo, «L'Unesco e il campanile. Riflessioni antropologiche sulle politiche di patrimonializzazione osservate da un luogo della Sicilia orientale» *Eupolis* 21-22 pp. 118-125.
2. Giovanni Pizza, «Mercificazione» in **Antropologia culturale e sociale: concetti storia prospettive** a cura di B. Palumbo, G. Pizza e P. Schirripa, Hoepli, Milano 2023, pp. 231-243.
3. Nicola Frost, «Anthropology and Festivals: Festival Ecologies», **Ethnos**, 81(4), pp. 569-583, doi:10.1080/00141844.2014.989875.

Testi a scelta (uno tra i seguenti):

1. Rosa Maria Meloni, **La tribù sonora: Time in Jazz tra identità, turismo e territorio**, CISU, Roma, 2020.
2. Giovanni Pizza, **Il tarantismo oggi: antropologia politica cultura**, Carocci, Roma, 2015.



Curriculum: Progettazione e gestione degli eventi e del turismo culturale

INSEGNAMENTO: DESIGN DELL'ALLESTIMENTO MUSEALE

ANNO 2 SEMESTRE 2

CFU 6 - SSD ICAR/13

Obiettivi Formativi

Il corso si propone di formare una figura professionale nell'ambito della curatela museale e degli eventi culturali. Attraverso l'ideazione e la progettazione di allestimenti, gli studenti acquisiranno competenze pratiche sulla preparazione e realizzazione di eventi culturali, dall'ideazione del concept all'allestimento e alla comunicazione.

I musei, come soggetti attivi del sistema culturale e attrattori turistici, richiedono una gestione complessa in grado di interagire con il pubblico e trasmettere conoscenze. Il corso contribuirà alla formazione delle competenze necessarie alla curatela di eventi e alla gestione museale, con un focus su progettazione espositiva e organizzazione degli spazi.

Contenuti

Modulo 1: Introduzione alla museologia e museografia (14 ore)

Definizione di museo come soggetto attivo culturale e turistico.

Analisi storica e moderna degli allestimenti museali: esempi di Scarpa, Albin, Renzo Piano.

Organizzazione dello spazio, illuminazione, climatizzazione.

Modulo 2: Progettazione di un evento museale (16 ore)

Fasi di curatela di un evento espositivo.

Preparazione di materiali a stampa, gestione della comunicazione e del vernissage.

Modulo 3: Esercitazione pratica (10 ore)

Simulazione di curatela in una sede pubblica.

Analisi dei costi e budget: catalogo, grafica, pubblicità, movimentazione delle opere.

Metodi didattici

Lezioni frontali con proiezione di immagini.

Incontri con curatori ed esperti museali.

Visite a musei locali e discussioni in aula.

Verifica dell'apprendimento

L'apprendimento sarà verificato mediante:

Esame orale (70%): Discussione su casi pratici.

Progetto (30%): Lavoro di gruppo su una mostra.

Testi

Clemente P., Rossi E. *Il terzo principio della museografia: antropologia, contadini, musei*. Carocci, Roma 1999.

Emiliani A. *Musei e Museologia*. Einaudi, Torino.

Basso Peressut L. *Il Museo Moderno. Architettura e museografia*. Lybra, 2005.



Curriculum: Progettazione e gestione degli eventi e del turismo culturale

INSEGNAMENTO: TIPOLOGIE DEI PAESAGGI DELLA SARDEGNA

ANNO 2 SEMESTRE 2

CFU 6 - SSD ICAR/10

Obiettivi Formativi

Il corso mira a sviluppare competenze critiche nell'analisi e lettura dei paesaggi rurali e urbani della Sardegna. Gli studenti studieranno i caratteri identitari e insediativi dell'architettura dei centri storici, nonché le dinamiche di trasformazione dei paesaggi agrari. Saranno approfondite le tipologie paesaggistiche sarde e il loro potenziale di innovazione e trasformazione.

Contenuti

Modulo 1: Paesaggi rurali e agrari (14 ore)

- Sistemi naturali e insediativi dei paesaggi rurali sardi.
- Strutture tipologiche e distribuzione sub-regionale.
- Processi di trasformazione dei paesaggi agrari.

Modulo 2: Centri storici e architettura tradizionale (14 ore)

- Studio dell'architettura abitativa nei centri storici.
- Rapporto tra tradizione e innovazione nel patrimonio costruito.

Modulo 3: Studio sul campo (8 ore)

- Sopralluoghi e analisi sul campo dei paesaggi sardi.

Metodi didattici

Il corso sarà strutturato con lezioni teoriche (70%) e sopralluoghi sul campo (30%). L'approccio "learning by doing" permetterà agli studenti di applicare le conoscenze acquisite.

Verifica dell'apprendimento

La verifica avverrà tramite:

- Esame orale (100%): Relazione e discussione dei risultati del corso, eventualmente con l'ausilio di elaborati grafici.

Testi

- Angioni G., Sanna A. *L'architettura popolare in Italia. Sardegna*. Laterza, Bari, 1988.
- Turri E. *Il Paesaggio come teatro*. Marsilio, Padova, 2001.
- AA.VV. *Atlante delle culture costruttive della Sardegna*. DEI, Roma, 2008.



Curriculum: Progettazione e gestione degli eventi e del turismo culturale

INSEGNAMENTO: PAESAGGI TOPONOMASTICI DELLA SARDEGNA

ANNO 2 SEMESTRE 2

CFU 6 - SSD L-LIN/01

Obiettivi Formativi

Fornire una conoscenza di base della toponomastica sarda, così da individuarne le diverse componenti storico-linguistiche; acquisire competenze per la valorizzazione culturale dei territori, riconoscendo e sapendo illustrare i diversi paesaggi toponomastici; fornire la base metodologica per lo sviluppo di abilità applicative, quali la predisposizione degli itinerari turistici con particolare riguardo al turismo colto ed esperienziale

Prerequisiti

Contenuti

La toponomastica è il settore della linguistica che studia i nomi dei luoghi o toponimi. Il paesaggio toponomastico è la miscela di toponimi di diversa origine così come è distribuita su un certo territorio. L'assegnazione di nomi ai luoghi è un processo essenziale nell'antropizzazione di un territorio. I nomi di luogo si caratterizzano per una forte conservatività nel tempo. Per tale ragione, il loro studio fornisce informazioni preziose sulla storia dei territori in cui occorrono, fungendo da 'spie' dello stratificarsi delle fasi storico-culturali. La particolare conservatività della Sardegna fa sì che il patrimonio di nomi di luogo che la caratterizza conservi anche il più ricco patrimonio onomastico preistorico d'Europa e del Mediterraneo occidentale. Per tutto ciò, la tipicità del paesaggio toponomastico sardo risulta così evidente a chi proviene da altre realtà linguistiche. La diversa distribuzione delle differenti componenti del patrimonio toponomastico della Sardegna consente di delineare paesaggi toponomastici differenziati, profilando le specifiche identità territoriali e fornendo preziose informazioni sui territori, sulla storia delle comunità antropiche e sulle attività che le hanno caratterizzate nel tempo.

Metodi didattici

Verifica dell'apprendimento

Esame scritto e orale con valutazione in 30esimi, con la finalità di verificare la padronanza teorica e pratica delle conoscenze acquisite durante il corso.

Testi



Curriculum: Progettazione e gestione degli eventi e del turismo culturale

INSEGNAMENTO: ECONOMIA DELLA CULTURA

ANNO 3 SEMESTRE 1

CFU 6 - SSD SECS-P/02

OBIETTIVI FORMATIVI

~~Il corso "Economia della cultura" si inserisce nel terzo anno del Corso di Laurea triennale "Management delle destinazioni e del turismo culturale (MDTC)". Coerentemente con il progetto formativo di questo Corso di Laurea, concorre al perseguimento di obiettivi formativi specifici quali...~~ **da chiarire nel Documento di progettazione**

In particolare, il principale obiettivo del corso è quello di esplorare il ruolo della cultura sui risultati economici, con particolare attenzione a come la cultura modella le decisioni economiche. Il corso esaminerà alcuni contributi teorici ed empirici sull'economia dell'arte e della cultura e su come questa si intersechi con altri importanti fattori, geografici, sociali e istituzionali nel favorire o meno il successo dei sistemi economici dei territori. Inoltre, il corso si propone di fornire strumenti analitici per esaminare e comprendere il rapporto tra il sistema economico e i vari aspetti del settore culturale, con particolare attenzione sia alle motivazioni e agli strumenti dell'intervento pubblico, sia alle caratteristiche economiche dei mercati culturali privati.

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

Conoscenza e capacità di comprensione

- Conoscere e comprendere i principi economici applicati al settore dell'arte e della cultura;
- Conoscere e comprendere le teorie economiche applicate al settore culturale e i concetti fondamentali come il valore economico dei beni culturali, la domanda e offerta di beni culturali, e il funzionamento dei mercati culturali;
- Conoscere e comprendere il ruolo di arte e cultura come motore di crescita e sviluppo sostenibile;
- Conoscere e comprendere le norme e le pratiche per la tutela e la conservazione delle risorse culturali, storiche, artistiche e naturali;
- Conoscere e comprendere il ruolo strategico delle risorse culturali per diversificare e innovare l'offerta turistica;
- Conoscere e comprendere il ruolo strategico delle nuove tecnologie e degli approcci innovativi per promuovere una fruizione sostenibile del patrimonio artistico- culturale;
- Conoscere e comprendere il ruolo dell'intervento pubblico per la preservazione, valorizzazione e fruizione del patrimonio artistico- culturale;
- Conoscere le politiche culturali e le istituzioni che regolano e promuovono la cultura a livello locale, nazionale e internazionale;



- Conoscere e comprendere l'importanza dell'approccio empirico per una conoscenza consapevole dei fenomeni economici inerenti arte e cultura;
- Conoscere e comprendere la relazione tra economia e cultura e, in particolare, tra le due nozioni parallele di valore economico e valore culturale espressione di due campi di studio apparentemente lontani fra loro;
- Identificare le dinamiche dei settori culturali e creativi, con attenzione all'impatto economico e sociale delle loro attività.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

- Saper applicare le conoscenze per l'analisi del sistema locale al fine di supportare i processi decisionali relativi all'integrazione del patrimonio artistico-culturale nei progetti di sviluppo locale;
- Saper applicare le conoscenze per l'analisi dei piani e delle politiche relative al patrimonio artistico-culturale;
- Saper applicare le conoscenze per l'utilizzo di data-base utili ai fini di specifiche analisi in ambito artistico-culturale;
- Saper applicare l'approccio multidisciplinare per interpretare, descrivere e risolvere i problemi legati alla gestione, valorizzazione e tutela del patrimonio artistico-culturale;
- Saper analizzare casi reali (come il funzionamento di un museo, un festival o un ente culturale) utilizzando strumenti economici per valutare sostenibilità finanziaria, modelli di gestione e impatto economico;
- Saper progettare e gestire iniziative culturali analizzando le possibilità di finanziamento pubblico e privato;
- Saper valutare l'efficacia delle politiche culturali attraverso l'uso di metodi economici, come l'analisi costi-benefici o la valutazione di impatto.

Autonomia di giudizio

- Essere in grado di formulare una propria valutazione e/o giudizio sulla base della interpretazione delle teorie e dei dati disponibili, nonché di individuare, raccogliere ed elaborare ulteriori dati necessari per conseguire una maggiore consapevolezza riguardo a temi specifici come le politiche culturali e le scelte economiche degli enti pubblici e privati riguardanti la gestione del patrimonio e delle industrie creative;
- Avere la capacità del saper fare, cioè del saper assumere iniziative e decisioni nella consapevolezza che ogni attività viene svolta in condizioni di incertezza e rischio, tenendo conto, oltre che degli aspetti tecnici, anche di quelli economici, etici e sociali;
- Formulare giudizi autonomi sulle dinamiche del mercato culturale, bilanciando le esigenze economiche con i valori culturali, sociali e simbolici di un bene o servizio.

Abilità comunicative

- Comunicare in modo efficace progetti e linee d'azione 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;
- Collaborare in team interdisciplinari che includano economisti, esperti culturali e operatori del settore, gestendo la comunicazione per obiettivi comuni.



Capacità di apprendimento.

- Capacità di rimanere aggiornato sulle nuove tendenze nel settore culturale e nelle politiche economiche che lo riguardano, attraverso lo studio di articoli scientifici, rapporti di organizzazioni internazionali e nuove tecnologie (come la digitalizzazione nella cultura).
- Saper intraprendere percorsi di apprendimento autonomo necessari per operare in conformità alle esigenze di un settore in evoluzione come quello culturale, sviluppando la capacità di integrare le conoscenze acquisite in contesti pratici e applicati.

Prerequisiti

Conoscenza dei principi base della economia politica.

Contenuti

Parte I – Oggetto, evoluzione e fondamenti economici della disciplina

Parte II - Il settore dell'arte e della cultura: dimensione, crescita e significato

- Oggetto, evoluzione e fondamenti economici della disciplina
- Spettacoli e manifestazioni dal vivo
- I beni e il patrimonio culturali
- I festival, gli eventi, e il turismo culturale
- Le industrie creative

Parte II – Il peso di arte e cultura nei processi di crescita e sviluppo: creatività, industrie culturali e territori

- Alle origini del nuovo paradigma dell'economia culturale e creativa
- Definire e misurare l'economia culturale e creativa
- Ruolo di arte e cultura nei processi di crescita e sviluppo locale
- Città creative e distretti culturali

Parte III – Il ruolo del settore pubblico

- Le giustificazioni dell'intervento pubblico
- L'intervento dello Stato
- La valutazione economica degli investimenti e delle politiche culturali

Parte IV – Analisi di casi studio

Metodi Didattici

L'insegnamento si sviluppa per un totale di 36 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”.

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.

Modalità

La modalità di verifica consiste in una prova scritta. Possono essere previste prove in itinere solo per i frequentanti.

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.

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

Di Maio A., Economia del patrimonio e delle attività culturali. Strumenti di analisi, Hoepli, 2019;

- Altro

Towse R., Textbook in Cultural Economics 2a edizione, Cambridge University Press, 2019;

Borowiecki K.J., The Economics of Arts and Culture, Cambridge University Press, 2023;

G. Candela, A.E. Scorcu, Economia delle arti, ultima ed. Zanichelli, Bologna;

Symbola, Io sono cultura, Unioncamere, 2023;

R. Capello, Economia Regionale, Il Mulino.



Curriculum: Progettazione e gestione degli eventi e del turismo culturale

INSEGNAMENTO: PROGETTAZIONE E ORGANIZZAZIONE DEGLI EVENTI

ANNO 3 SEMESTRE 1

CFU 6 - SSD SECS-P/10

Obiettivi Formativi

Il corso mira a fornire competenze pratiche e teoriche per pianificare, organizzare e valutare eventi di diversa natura. Nella prima parte verranno introdotti alcuni concetti generali, le diverse tipologie di eventi, le loro caratteristiche, nonché gli stakeholder coinvolti. Sulla base di questo inquadramento generale, si analizzeranno nel dettaglio, gli aspetti relativi alla composizione del team operativo, le diverse fasi dell'evento e gli strumenti utilizzabili. Infine, una parte sarà dedicata alle problematiche legate all'organizzazione del lavoro del team ed alle competenze dell'organizzatore dell'evento.

Descrittori di Dublino

1. Conoscenza e capacità di comprensione:

Al termine del corso, lo studente dovrà:

- Conoscere i diversi tipi di eventi culturali;
- conoscere il ciclo di vita di un evento, dall'ideazione e pianificazione, alla realizzazione e valutazione post-evento
- Conoscere i principali approcci di organizzazione del lavoro delle persone coinvolte e modalità di gestione delle stesse

2. Capacità di applicare conoscenza e comprensione:

Lo studente dovrà essere in grado di:

- Progettare un evento dal concept alla realizzazione, pianificando le diverse fasi operative.
- Sviluppare strategie di gestione delle risorse umane e dei partner coinvolti.

3. Capacità di giudizio:

Lo studente sarà in grado di:

- Valutare criticamente la fattibilità e l'impatto di un evento.
- Identificare i principali rischi nella gestione di un evento e proporre soluzioni pratiche.
- Effettuare scelte strategiche in base al contesto socio-economico e alle risorse disponibili.

4. Abilità comunicative:

Lo studente potrà sviluppare tale capacità attraverso la presentazione in aula di un project work.

5. Capacità di apprendimento:

Allo studente verrà richiesto di sviluppare un metodo di apprendimento critico attraverso la capacità di saper connettere competenze teoriche ed analisi empirica.

Prerequisiti

Contenuti

- Tipologie di evento e caratteristiche
- Competenze di natura organizzativa necessarie per la gestione di un evento
- Le fasi di progettazione di un evento
- La gestione di un evento
- La gestione del gruppo di lavoro



- Valutazione dell'impatto economico, sociale e culturale degli eventi.

Metodi didattici

Verifica dell'apprendimento

- Prova scritta: verifica delle conoscenze teoriche.
- Project work: presentazione di un progetto di evento (individuale o di gruppo).

Testi

Argano et al. (2017), Organizzare eventi culturali. Ideazione, progettazione e gestione strategica del pubblico, F. Angeli, Milano
Judith Mair, Gürhan Aktaş, Metin Kozak (2024), International Case Studies in Event Management



Curriculum: Progettazione e gestione degli eventi e del turismo culturale

INSEGNAMENTO: COMUNICAZIONE E PROMOZIONE DELLE DESTINAZIONI E DEGLI EVENTI CULTURALI

ANNO 3 SEMESTRE 1

CFU 9 - SSD SECS-P/08

Obiettivi Formativi

Il corso fornisce una comprensione approfondita delle strategie di comunicazione e promozione applicate al settore delle destinazioni turistiche e degli eventi culturali. Si concentrerà su come sviluppare e gestire campagne promozionali che attraggano visitatori e come costruire una narrazione efficace per valorizzare la cultura locale e le attrazioni turistiche. Saranno esaminati casi studio di successo, tendenze emergenti e strumenti digitali e tradizionali per la promozione.

Obiettivi formativi

1. Conoscenza e capacità di comprensione

Lo studente svilupperà una comprensione critica delle principali teorie e pratiche di comunicazione e promozione nel contesto delle destinazioni turistiche e degli eventi culturali. Imparerà a riconoscere le dinamiche di comunicazione che influenzano il successo delle campagne promozionali.

2. Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Lo studente sarà in grado di progettare piani di comunicazione e promozione efficaci, utilizzando strumenti e tecniche adeguate, sia tradizionali che digitali, per attirare specifici segmenti di mercato. Sarà anche capace di monitorare e valutare l'efficacia di tali piani.

3. Autonomia di giudizio

Lo studente svilupperà la capacità di valutare criticamente differenti strategie promozionali e di comunicazione, sapendo scegliere quelle più idonee a diversi contesti, con particolare riferimento alla promozione di eventi culturali e destinazioni turistiche.

4. Abilità comunicative

Lo studente acquisirà competenze per comunicare efficacemente con diversi stakeholder (es. istituzioni, imprese, comunità locali e turisti) utilizzando linguaggi appropriati e piattaforme adatte a seconda dei destinatari della comunicazione.

5. Capacità di apprendimento (D5)

Lo studente sarà in grado di continuare ad aggiornarsi in maniera autonoma, identificando e utilizzando fonti di informazione rilevanti nel settore della comunicazione turistica e della promozione culturale, tenendo conto delle evoluzioni del mercato.

Prerequisiti

Contenuti

- Introduzione alla comunicazione turistica: Teorie e modelli di comunicazione; elementi di branding territoriale.
- Marketing culturale e storytelling: Tecniche di narrazione applicate a eventi e destinazioni culturali.



- Strategie di promozione delle destinazioni: Case study di successo, analisi dei fattori che influenzano la scelta della destinazione.
- Digital marketing e social media: Utilizzo di strumenti digitali e piattaforme social per la promozione di eventi e destinazioni.
- Public relations e media relations: Come gestire la comunicazione con i media e migliorare la reputazione delle destinazioni.
- Eventi culturali come strumento di promozione territoriale: Pianificazione e promozione di eventi culturali e la loro importanza per lo sviluppo locale.
- Sostenibilità e responsabilità sociale nella promozione turistica: L'impatto della comunicazione responsabile su visitatori e comunità locali.
- Monitoraggio e valutazione delle campagne promozionali: Strumenti e metriche per valutare l'efficacia delle attività di promozione.

Metodi didattici

- Lezioni frontali con discussione interattiva.
- Analisi di casi studio.
- Lavori di gruppo su progetti di promozione.
- Simulazioni di campagne di comunicazione.

Verifica dell'apprendimento

- Prova scritta (50%): Domande a risposta aperta su teorie e applicazioni pratiche.
- Progetto di gruppo (30%): Elaborazione di un piano di comunicazione per una destinazione turistica o un evento culturale.
- Presentazione orale (20%): Presentazione dei risultati del progetto e discussione in aula.

Testi

- Mazzei, A., & Ravazzani, S. (2024). *Comunicazione d'impresa*. Pearson.
- Collese, U., Checchinato, F., & Dalle Carbonare, M. (2016). *Gli eventi. Come progettarli e realizzarli*. FrancoAngeli.
- Carli, M.P., Milone, M., Terenzio, M.C. (2021). *Gli eventi: dalla progettazione all'organizzazione. Manuale operativo di Event Management*. FrancoAngeli.
- Altri materiali indicati dal docente durante il corso.



Curriculum: PERCORSO COMUNE/LABORATORI

INSEGNAMENTO: WEB MARKETING

ANNO 3 SEMESTRE 2

CFU 3 - SSD SECS-P/08

Obiettivi Formativi

Fornire le conoscenze operative sui requisiti per l'efficace costruzione di un sito web aziendale, capace di creare engagement per il proprio target di riferimento.

Saper posizionare il proprio prodotto in rete e nei motori di ricerca e nei portali on line di promo commercializzazione.

Saper svolgere le attività di analisi dei dati e del traffico generato con le campagne di marketing online,

Saper pianificare e monitorare una campagna di marketing

Prerequisiti

Aver sostenuto l'esame di riferimento, previsto nel piano degli studi.

Marketing delle destinazioni

Contenuti

Distribuzione ed ecosistemi tecnologici e di vendita dei prodotti turistici

OTA, canali di vendita online e fattori di visibilità

Profilo attività su Google

Ottimizzazione dei contenuti

Posizionamento e ricerche

SEO Editing

Promozione e canali pubblicitari

Google vs Meta advertising

AI per i contenuti

AI per analisi dati

GPTs e Assistenti

Trends & scenari futuri

Metodi didattici

Verifica dell'apprendimento

Costituiscono oggetto di verifica e valutazione gli esercizi che verranno assegnati nel corso del laboratorio.

Ogni esercizio svolto sarà poi utilizzato dal docente per la predisposizione di una valutazione finale di ciascun partecipante.

Testi

Palladino D. Digital Marketing Extra Alberghiero - Hoepli (2019)

Beltrante D. Vivere di Turismo – Dante Flaccovio Editore (2018)

Puerto S, Travaglini A, D'Amico V. (2015). Digital Marketing Turistico. LSWR Modelli di Business.



- Puorto S, Travaglini A, D'Amico V. (2017). Hotel Digital Marketing. LSWR Modelli di Business.
- Mazzotti M. (2018). Web marketing turistico e oltre. Strategie per rilanciare la tua struttura e raggiungere il successo. HOEPLI
- Alessandrini A. (2017). Marketing turistico. Rendi visibile la tua struttura ricettiva online. Flaccovio
- Pontone D. (2017). Hotel Marketing: Come aumentare i clienti di una struttura ricettiva attraverso internet. Giunti
- Massai M. (2017) Marketing per Hotel. Tecniche e strategie per rendere il tuo hotel di successo, acquisendo clienti, aumentando le vendite e generando profitti. Bruno Editori



Curriculum: PERCORSO COMUNE/LABORATORI

INSEGNAMENTO: REVENUE MANAGEMENT

ANNO 3 SEMESTRE 2

CFU 3 - SSD SECS-P/07

Obiettivi Formativi

Conoscenza delle tecniche più efficaci di Revenue Management.

Apprendimento dei concetti base, delle strategie e delle applicazioni pratiche del Revenue.

Prerequisiti

Aver sostenuto l'esame di riferimento, previsto nel piano degli studi.

Marketing delle destinazione/Economia aziendale

Contenuti

che cos'è il Revenue Management;

il competitive set, il mercato dinamico e la segmentazione della domanda;

strategie di Revenue: tariffa di partenza e dinamicizzazione del prezzo

creazione di un forecast;

gli strumenti indispensabili: pms, revenue management system, channel manager;

distribuzione e gestione delle OTA: i principali canali di vendita on line e le loro caratteristiche di funzionamento;

elementi di Revenue avanzato;

rpt e rpo (rifiuti per tariffa e rifiuti per occupazione), overbooking e oversale, spillage e spoilage, up-selling, down-selling, cross-selling;

vendite off line: gruppi, convenzioni e tour operator, vendita telefonica e walk in;

Revenue e web.

Metodi didattici

Lezioni frontali, esercitazioni in aula.

Verifica dell'apprendimento

Sarà valutato il livello di apprendimento attraverso la realizzazione di un esame finale scritto.

Testi

Franco Grasso (2020), La Revenue economy, Hoepli.

Franco Grasso (2012), Oltre il Revenue, Hoepli.

Franco Grasso (2006), Il Revenue Management Alberghiero, Hoepli.



Curriculum: **PERCORSO COMUNE/LABORATORI**

INSEGNAMENTO: SENTIMENT ANALYSIS

ANNO 3 SEMESTRE 2

CFU 3 - SSD SECS-S/01

Obiettivi Formativi

Il corso di Sentiment Analysis applicata al Turismo è rivolto agli studenti della laurea specialistica in Turismo, con l'obiettivo di fornire competenze, conoscenze e abilità nel campo dell'analisi testuale e della sentiment analysis, con un focus specifico sul settore turistico. Il corso mira a sviluppare le competenze necessarie per la gestione e l'analisi dei dati testuali provenienti da recensioni online, social media e altre piattaforme digitali legate al turismo.

Conoscenza e comprensione

L'insegnamento ha l'obiettivo di far conoscere e comprendere allo studente i modelli di elaborazione del testo, il processo di estrazione, pulitura e analisi di dati non strutturati provenienti dal web e in particolare dai social media e dalle recensioni di strutture turistiche. Gli studenti acquisiranno competenze per identificare ed estrarre informazioni rilevanti come il Sentiment e le Emozioni espresse dai turisti nei contenuti online.

Si approfondiranno le metodologie operative per l'analisi testuale e la sentiment analysis, con particolare riferimento al turismo, e verranno introdotti strumenti utili come Google Analytics per analizzare l'impatto delle recensioni e delle interazioni sui social media sulla percezione delle destinazioni turistiche.

Al termine del corso, lo studente conoscerà:

I concetti fondamentali del text mining e della sentiment analysis applicata al turismo.

I principali strumenti e framework per l'analisi testuale e sentiment analysis, con un focus sull'uso del linguaggio Python e librerie come NLTK e Scikit-Learn.

Come utilizzare tecniche di web scraping e analisi dei social network per estrarre dati rilevanti per la gestione delle destinazioni turistiche e delle strutture ricettive.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Lo studente sarà capace di:

Analizzare e comprendere il funzionamento dei principali componenti di un sistema di sentiment analysis applicato al turismo.

Progettare e implementare script in Python per l'estrazione e analisi di dati testuali dalle principali piattaforme social e di recensioni turistiche (come TripAdvisor e Google Reviews).

Utilizzare librerie Python per classificare contenuti testuali, analizzare il sentiment dei turisti, e ottenere informazioni utili per la gestione delle destinazioni e l'ottimizzazione dell'esperienza turistica.

Applicare le tecniche di sentiment analysis per valutare l'impatto delle recensioni turistiche sulla reputazione delle destinazioni e delle strutture, fornendo raccomandazioni per il miglioramento.

Autonomia di giudizio

Lo studente sarà in grado di:

Valutare le metodologie e gli strumenti più appropriati per l'estrazione e l'analisi dei dati testuali nel settore turistico. Identificare e selezionare le tecniche più adatte per risolvere problemi legati all'analisi del sentiment turistico e giudicare l'efficacia delle strategie basate sui dati raccolti.



Fornire analisi e raccomandazioni informate, basate sull'interpretazione dei dati provenienti dalle piattaforme digitali, per la gestione strategica delle destinazioni turistiche.

Abilità comunicative

Lo studente sarà capace di:

Comunicare i risultati delle analisi di sentiment ai manager delle destinazioni turistiche e agli stakeholder, utilizzando visualizzazioni grafiche e report chiari e dettagliati.

Produrre report efficaci che sintetizzano le informazioni estratte dalle recensioni e dai social media, supportando decisioni strategiche per il miglioramento delle strutture e dell'offerta turistica.

Capacità di apprendimento

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

Sviluppare la capacità di apprendere nuovi strumenti e tecniche di analisi testuale e sentiment analysis applicabili nel contesto turistico.

Adattare le conoscenze acquisite per affrontare nuove sfide nel campo del turismo digitale, migliorando la capacità di valutare e ottimizzare le performance delle destinazioni turistiche.

Mantenere un aggiornamento continuo sulle nuove metodologie di sentiment analysis, integrandole nella gestione del turismo e nel miglioramento della customer experience

Prerequisiti

Aver sostenuto l'esame di riferimento, previsto nel piano degli studi.

Lo studente deve avere una buona comprensione dei concetti di base della programmazione e una familiarità con il ragionamento analitico e logico-matematico. È necessaria una conoscenza di base della programmazione in Python e delle tecniche di analisi dei dati acquisite durante i corsi precedenti.

Contenuti

Fondamenti di Information Retrieval e Analisi Testuale.

Modelli booleani e vettoriali.

Analisi di precision/recall.

Esercizi ed esempi pratici.

Fondamenti di Web e Text Search ed estrazione dei dati.

Indicizzazione.

PageRank.

Tokenizzazione.

Ripulitura del testo.

Stemming.

Lemmatizzazione.

Le metriche BOW e TFxIDF.

Esercizi ed esempi.

Introduzione Elaborazione del Linguaggio Naturale con esempi.

Tokenizzazione.

Ripulitura del testo.

Stemming.

Lemmatizzazione.



Le metriche BOW e TFxIDF.

Esercizi ed esempi.

Sentiment e Social Media Analysis.

Introduzione all'estrazione dei dati delle reti sociali più popolari.

Metriche delle reti sociali.

Introduzione alla sentiment analysis e alla rilevazione delle emozioni.

Esercizi ed esempi.

Metodi didattici

Verifica dell'apprendimento

Lo studente dovrà preparare un report in cui effettuerà un'analisi del sentiment delle review pubblicate online relative a strutture culturali, museali e destinazioni turistiche.

Testi

Verrà fornito il materiale in aula



Curriculum: PERCORSO COMUNE/LABORATORI

INSEGNAMENTO: SOCIAL MEDIA MANAGEMENT

ANNO 3 SEMESTRE 2

CFU 3 - SECS-S/05

Obiettivi Formativi

Il laboratorio mira a fornire competenze pratiche e analitiche per la gestione strategica dei social media nel contesto turistico e culturale. Gli studenti apprenderanno come pianificare, monitorare e analizzare campagne sui social media, sviluppando abilità sia di comunicazione efficace sia di analisi dei dati per la valutazione delle performance.

Risultati di apprendimento attesi

1. Conoscenza e capacità di comprensione

Comprensione delle strategie di social media marketing applicate al settore turistico e culturale, e delle metodologie per l'analisi e il monitoraggio delle campagne.

2. Conoscenza e capacità di comprensione applicate

Capacità di utilizzare strumenti di gestione e analisi dei social media per pianificare contenuti, monitorare interazioni e valutare le performance attraverso metriche specifiche.

3. Autonomia di giudizio

Capacità di interpretare i dati e valutare l'efficacia delle campagne, apportando modifiche strategiche in funzione degli obiettivi di comunicazione e promozione.

4. Abilità comunicative

Sviluppo di abilità per la creazione di contenuti mirati e di strategie di comunicazione in linea con le caratteristiche del pubblico di destinazione.

5. Capacità di apprendimento

Capacità di aggiornarsi sui trend e le innovazioni nel campo del social media management e di adattare le proprie competenze alle nuove piattaforme e strumenti di analisi.

Prerequisiti

Aver sostenuto l'esame di riferimento, previsto nel piano degli studi.

Contenuti

1. Introduzione al Social Media Management

- Panoramica sulle piattaforme principali: Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, TikTok
- Social media nel contesto turistico e culturale: obiettivi e sfide

2. Pianificazione dei contenuti e strategie di engagement

- Definizione del piano editoriale e segmentazione del target
- Tipologie di contenuti (visuali, testuali, video) e storytelling per il turismo e la cultura

3. Gestione delle campagne e strumenti operativi



- Utilizzo di piattaforme di gestione come Hootsuite o Buffer per la programmazione e pubblicazione
- Tecniche di interazione e customer care per migliorare l'engagement
- 4. Analisi dei dati e KPI per il Social Media Management
 - Introduzione ai Key Performance Indicators (KPI) per il social media: reach, engagement rate, conversioni
 - Utilizzo di strumenti analitici come Facebook Insights, Instagram Analytics, e Google Analytics per valutare le performance
- 5. Progetto finale: Sviluppo e analisi di una campagna social
 - Progettazione e lancio di una campagna social media su una destinazione o evento culturale
 - Analisi dei dati post-campagna e valutazione dell'impatto raggiunto

Metodi didattici

- Esercitazioni pratiche: Attività di creazione e gestione dei contenuti e analisi delle campagne in aula.
- Lavori di gruppo: Progettazione di campagne in team, con revisione collettiva delle strategie e dei contenuti.
- Analisi di casi studio: Analisi di campagne di successo di enti turistici o culturali.
- Simulazioni in ambiente digitale: Esperienza diretta con strumenti di monitoraggio e gestione.

Verifica dell'apprendimento

- Progetto finale: Realizzazione e analisi di una campagna di social media management su una destinazione o un evento, con report finale delle performance.
- Valutazione continua: Partecipazione e attività in aula, con esercitazioni pratiche sui vari strumenti digitali.

Testi

- Manuale operativo: Guida pratica all'uso di piattaforme di gestione dei social media (ad es. Hootsuite o Buffer).
- Materiali forniti dal docente: Dispense su strumenti di analisi e esempi di campagne turistiche.
- Risorse online: Tutorial, case study e risorse dei social network per la gestione e l'analisi dei dati.



Curriculum: PERCORSO COMUNE/LABORATORI

INSEGNAMENTO: PROGRAMMAZIONE E GESTIONE DELLE ASSUNZIONI IN AMBITO TURISTICO

ANNO 3 SEMESTRE 2

CFU 3 - SSD IUS-07

Obiettivi Formativi

L'obiettivo è quello di trasferire agli studenti conoscenze specifiche sugli strumenti contrattuali, analizzandone la disciplina legale e dei contratti collettivi di riferimento e studiando casi pratici.

Fornire conoscenze specifiche sui contratti di lavoro utilizzabili in ambito turistico. Al termine del laboratorio gli studenti saranno in grado di:

- valutare quali tipologie contrattuali proporre per le assunzioni, sia con riferimento alle regole da seguire che con riferimento ai costi;
- gestire i rapporti di lavoro, quantomeno in termini di assunzione (lettera di assunzione e comunicazioni di legge), di tempi di lavoro e di estinzione dei contratti.

Prerequisiti

Aver sostenuto l'esame di riferimento, previsto nel piano degli studi.

Nessuno. È raccomandabile la conoscenza del diritto privato e del diritto del lavoro.

Contenuti

Analisi della disciplina legale e dei contratti collettivi di riferimento delle varie tipologie contrattuali e studio di casi pratici. Verranno studiati il contratto a termine, il contratto part time, il contratto di lavoro intermittente, il contratto di somministrazione, il distacco, la codatorialità, il contratto di rete, il contratto d'appalto (interno).

Metodi didattici

Lezioni frontali con analisi di casi pratici, contratti collettivi e bozze di documenti.

Verifica dell'apprendimento

Al termine del laboratorio verrà valutata la capacità di soluzione di problemi pratici. Verrà valutata la capacità di orientamento e scelta della tipologia contrattuale più appropriata al contesto in cui si opera, sia in termini di costi (non solo economici) che di benefici.

Testi

Con riferimento alla parte che attiene ai contratti di lavoro, si suggerisce lo studio di un manuale (aggiornato alle più recenti modifiche) di diritto del lavoro.

Materiali didattici



I materiali scaricabili da internet (testi di legge, contratti collettivi) verranno indicati all'inizio del laboratorio. I documenti su cui analizzare casi pratici (lettere di assunzione, bozze di comunicazioni varie, sentenze) verranno fornite direttamente dal docente.



Curriculum: PERCORSO COMUNE/LABORATORI

INSEGNAMENTO: PIATTAFORME DI PROMO-COMMERCIALIZZAZIONE DEL PRODOTTO DESTINAZIONE

ANNO 3 SEMESTRE 2

CFU 3 - SSD SECS-P/08

Obiettivi Formativi

Il laboratorio mira a fornire agli studenti competenze operative nella promo-commercializzazione delle destinazioni turistiche tramite piattaforme digitali specializzate. Gli studenti acquisiranno esperienza diretta con il Destination Management System (DMS) di Madeep, imparando a gestire e promuovere prodotti turistici tramite strumenti avanzati di distribuzione e marketing digitale.

Risultati di apprendimento attesi

1. Conoscenza e capacità di comprensione

Gli studenti apprenderanno il ruolo e le funzionalità delle piattaforme DMS, con particolare attenzione alle strategie di promo-commercializzazione attraverso Madeep.

2. Conoscenza e capacità di comprensione applicate

Acquisiranno capacità operative nel configurare e gestire campagne di promo-commercializzazione, utilizzando strumenti specifici di Madeep per attrarre e gestire i clienti.

3. Autonomia di giudizio

Sapranno valutare l'efficacia delle funzionalità di Madeep in base agli obiettivi di marketing di una destinazione e prendere decisioni informate sulle modalità di utilizzo.

4. Abilità comunicative

Gli studenti saranno in grado di comunicare strategie di promo-commercializzazione e risultati della gestione della piattaforma Madeep in modo chiaro e professionale.

5. Capacità di apprendimento

Saranno in grado di aggiornarsi e adattarsi ai cambiamenti tecnologici e di mercato, grazie all'esperienza diretta con un sistema di gestione digitale innovativo.

Prerequisiti

Aver sostenuto l'esame di riferimento, previsto nel piano degli studi.

Contenuti

1. Introduzione alle piattaforme di promo-commercializzazione e al DMS Madeep

- Funzionamento e ruolo delle piattaforme DMS per le destinazioni
- Panoramica delle funzionalità di Madeep e delle sue applicazioni pratiche



2. Configurazione e gestione del profilo di una destinazione su Madeep
 - Creazione e gestione del profilo di destinazione
 - Strumenti di segmentazione del pubblico e targeting
3. Creazione e gestione di campagne promozionali su Madeep
 - Impostazione di campagne pubblicitarie e promozionali
 - Strategie di posizionamento e distribuzione sui canali digitali integrati in Madeep
4. Analisi delle performance e ottimizzazione
 - Strumenti di analisi e monitoraggio della piattaforma
 - Utilizzo di report e KPI per ottimizzare le strategie di promo-commercializzazione
5. Esercitazione finale: Sviluppo di un piano di promo-commercializzazione
 - Elaborazione di una campagna di promo-commercializzazione per una destinazione
 - Presentazione dei risultati e discussione delle performance

Metodi didattici

- Esercitazioni pratiche su Madeep: Attività guidate sull'utilizzo delle funzionalità principali della piattaforma.
- Lavori di gruppo: Collaborazione per la realizzazione di campagne promozionali.
- Analisi di casi studio: Visione di esempi di successo tramite Madeep e altre piattaforme DMS.
- Simulazioni in ambiente reale: Test delle campagne promozionali su Madeep per analizzare la risposta dei clienti.

Verifica dell'apprendimento

- Progetto finale su Madeep: Creazione e gestione di una campagna di promo-commercializzazione reale o simulata, con analisi e discussione dei risultati.
- Valutazione continua: Partecipazione attiva alle attività di esercitazione e ai lavori di gruppo.

Testi

- Manuale operativo di Madeep: Guida pratica fornita dal docente per l'uso della piattaforma.
- Materiali forniti dal docente: Dispense e documenti di supporto specifici per le esercitazioni pratiche su Madeep.



Curriculum: PERCORSO COMUNE/INSEGNAMENTI A SCELTA DELLO STUDENTE

INSEGNAMENTO: ELEMENTI DI MOBILITÀ SOSTENIBILE

ANNO 3 SEMESTRE 2

CFU 6 - SSD ICAR/05

Obiettivi Formativi

Fornire una conoscenza teorica ed applicativa degli elementi essenziali che caratterizzano il fenomeno della mobilità con particolare riferimento al tema delle politiche di pianificazione e gestione della stessa. Il corso approfondisce gli aspetti teorici sulla generazione della mobilità e le sue interazioni con i sistemi economici e territoriali, con particolare attenzione verso le sinergie con la filiera turistica. Inoltre, si focalizza sugli aspetti che riguardano la mobilità sostenibile con particolare riferimento agli effetti di natura ambientale, sociale e storico/culturale

Prerequisiti

Contenuti

Definizione del concetto di Mobilità Sostenibile. Relazioni fra sistema dei trasporti e sistema economico-territoriale. Le esternalità dei trasporti. Il PUMS quale strumento di governo della mobilità sostenibile. Caratteristiche generali dei sistemi di trasporto. Intermodalità. Modelli di gestione della mobilità: misure hard e soft.

Metodi didattici

Verifica dell'apprendimento

Esame scritto e orale con valutazione in 30esimi, con la finalità di verificare la padronanza teorica e pratica delle conoscenze acquisite durante il corso.

Testi



Curriculum: Z_SCELTA STUDENTE/PERCORSO COMUNE

INSEGNAMENTO: STRUMENTI E METODI DI VALUTAZIONE DI POLITICHE E PROGETTI PER IL TURISMO

ANNO 3 SEMESTRE 2

CFU 6 - SSD ICAR/22

Obiettivi Formativi

Il corso si propone di illustrare e applicare i principali modelli di analisi e valutazione relativi a strategie, politiche e interventi di trasformazione a scala territoriale, urbana ed edilizia, con un focus specifico sulle dinamiche legate al turismo. Verranno presentati gli strumenti utili a supportare processi decisionali complessi, mettendo in evidenza l'importanza della valutazione durante l'intero ciclo progettuale, fin dalle fasi preliminari.

L'obiettivo principale è fornire agli studenti e alle studentesse competenze teoriche e pratiche per comprendere gli impatti economici, sociali e ambientali degli interventi legati al turismo, in linea con gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs) dell'Agenda 2030. Il corso mira a sviluppare una visione critica sui valori in gioco e sui molteplici impatti, diretti e indiretti, derivanti dagli interventi di sviluppo turistico. Questo approccio permette di valutare come il turismo possa contribuire alle dinamiche di valorizzazione di un territorio, preservando l'ambiente e promuovendo l'equità sociale, generando nel contempo opportunità economiche per le comunità locali.

A tal fine, il programma si concentrerà sulla costruzione e analisi di alternative progettuali, utilizzando diversi modelli di valutazione utili a supportare i processi decisionali.

Grazie a queste conoscenze, i/le partecipanti saranno in grado di contribuire attivamente alla pianificazione e progettazione di interventi per il turismo, mediando potenziali conflitti e ottimizzando gli impatti positivi per i territori coinvolti.

Prerequisiti

Non sono richiesti particolari prerequisiti.

Contenuti

Il corso si struttura in lezioni frontali e attività laboratoriali, con il coinvolgimento di esperti del settore. Le sessioni teoriche approfondiranno la teoria delle decisioni e i metodi di valutazione per interventi e progetti a diverse scale (territoriale, urbana, edilizia), con particolare attenzione alle applicazioni nel settore del turismo.

Il corso affronterà i seguenti temi principali:

- Processi decisionali e strumenti di supporto alle decisioni;
- Strutturazione dei problemi complessi e metodi di risoluzione;
- Tecniche di analisi e di valutazione, includendo analisi multicriteri;
- Metodi di valutazione economica e finanziaria: strumenti di analisi costi-benefici, valore economico totale e valore sociale;
- Gestione del rischio e incertezza tramite analisi di sensitività e scenari di rischio.

L'attività laboratoriale sarà dedicata allo sviluppo di un caso di studio concreto che permetterà agli studenti di applicare le conoscenze teoriche acquisite. Gli studenti lavoreranno in gruppi per raccogliere dati, identificare le principali sfide e proporre soluzioni innovative, in linea con gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs). Questo approccio pratico non solo stimolerà l'apprendimento attivo, ma incoraggerà anche una visione critica rispetto alle implicazioni delle decisioni progettuali.



Metodi didattici

Verifica dell'apprendimento

Orale: discussione dell'attività laboratoriale

Testi

Durante il corso saranno resi disponibili ulteriori materiali



Curriculum: Z_SCELTA STUDENTE/PERCORSO COMUNE

**INSEGNAMENTO: ELEMENTI DI PROGETTAZIONE DELL'ARCHITETTURA
E DEL PAESAGGIO PER I LUOGHI DEL TURISMO**

ANNO 3 SEMESTRE 2

CFU 6 - SSD ICAR-14/15

Obiettivi Formativi

Gli obiettivi formativi che il corso si prefigge sono quelli della conoscenza delle logiche e degli strumenti della progettazione architettonica, urbana e del paesaggio, sia in riferimento al patrimonio storico che a quello contemporaneo, con particolare riguardo alla qualità dei luoghi del turismo, in termini di relazioni con i contesti e di sostenibilità ambientale.

Le competenze acquisite dallo studente riguarderanno la conoscenza e la capacità di comprensione dei progetti di architettura e paesaggio, la capacità di applicare conoscenze e comprensione nella costruzione di un progetto di valorizzazione turistica di un particolare ambito territoriale e paesaggistico.

Prerequisiti

I prerequisiti sono riconducibili alle conoscenze acquisite dal discente durante gli anni di studio precedenti a quelli universitari, sia in riferimento alla Storia dell'Arte e dell'Architettura che al disegno e alla rappresentazione.

Contenuti

Il corso affronta i temi legati alla costruzione del progetto come processo immaginativo transcalare, sviluppa la costruzione del bagaglio di strumenti per il riconoscimento dei paesaggi storici e delle loro evoluzioni nella contemporaneità, dell'apparato tecnico-normativo riguardante i temi della accessibilità fisica, cognitiva e sensoriale e predisporre, attraverso un'ampia casistica nazionale e internazionale, alla conoscenza e alla costruzione della propria capacità critica di lettura delle esperienze architettoniche e paesaggistiche in ambito di sviluppo turistico nei differenti contesti.

Parallelamente a ciò, si affronteranno alcune letture autoriali al fine di offrire le principali nozioni di base per la corretta impostazione progettuale. Esse vertono sulle seguenti questioni principali: "Le preesistenze ambientali e il paesaggio antropogeografico"; "Questioni di metodo"; "L'architettura come tema"; "Il concetto di *locus*".

Questi argomenti sono utilizzati durante il corso al fine di promuovere nel gruppo classe un pensiero critico, stimolando gli studenti alla costruzione di una propria capacità interpretativa e comunicativa.

Metodi didattici

L'articolazione del corso prevede ore di lezione frontali e seminari specialistici, alcune delle quali tenute da docenti esterni. Il processo di apprendimento matura attraverso casi studio, assegnati ai discenti in forma di elaborati, a partire dai quali si elabora un processo di 'modificazione critica' in forma scritta, individuando punti di attenzione e priorità di intervento.

Verifica dell'apprendimento



La valutazione finale sarà calcolata come media pesata tra la valutazione del modulo di Progettazione architettonica e quella del modulo Paesaggio.

Il calcolo ponderato assumerà come pesi i crediti previsti dai due moduli.

In riferimento all'esame finale, per entrambi i moduli, consiste in una discussione sugli argomenti trattati durante le lezioni e sui contenuti delle opere investigate.

Nella valutazione dell'esame la determinazione del voto finale terrà conto anche della presenza e partecipazione alle attività didattiche.

Per superare l'esame e riportare un voto non inferiore a 18/30 lo studente deve dimostrare di aver acquisito una conoscenza sufficiente degli argomenti e dei testi.

Le valutazioni tra 27/30 e 29/30 indicano una buona capacità di elaborazione teorico-critica; le valutazioni tra 24/30 e 26/30 indicano una discreta capacità di elaborazione teorico-critica, con una sufficiente presenza e partecipazione alle attività didattiche; le valutazioni tra 18/30 e 23/30 indicano una sufficiente capacità di elaborazione teorico-critica, anche se non supportata da una sufficiente presenza e partecipazione alle attività didattiche.

Testi

Roger E.N., Le preesistenze ambientali e i temi pratici contemporanei, in «Casabella continuità» n. 204, febbraio-marzo 1955; e anche in Esperienza dell'architettura, Einaudi, Torino 1958, ed. cons.: Skira, Milano 1997, pp. 279-286.

Ungers O.M., Architettura come tema, Quaderni di Lotus, Electa, Milano, 1982 (parte).

Gregotti V., Il territorio dell'architettura, Feltrinelli, Milano, 1966.

Rossi A., L'architettura della città, CittàStudi, Milano, 1966.

Le Lannou M., Pastori e contadini di Sardegna, Della Torre, Sassari, 1941.

Koolhaas R., Junkspace, Quodlibet, Macerata, 2006.

Materiali didattici forniti dai docenti durante le lezioni.

Obiettivi sviluppo sostenibile

- 7. Energia pulita e accessibile;
- 11. Città e comunità sostenibili;
- 12. Consumo e produzione responsabili;
- 13. Lotta contro il cambiamento climatico;
- 15. Vita sulla terra.



Curriculum: Z_SCELTA STUDENTE/PERCORSO COMUNE

INSEGNAMENTO: DIRITTO DEL LAVORO

ANNO 3 SEMESTRE 2

CFU 6 - SSD IUS-07

Obiettivi Formativi

Obiettivo del corso è quello di fornire agli studenti conoscenze di base del diritto del lavoro, con specifico riferimento al settore turistico. Lo studio si accompagnerà all'analisi della disciplina contenuta nei contratti collettivi nazionali di riferimento e di casi pratici. Gli obiettivi specifici del corso sono i seguenti.

- 1) Conoscenza e comprensione: superato l'esame lo studente conoscerà i principi generali, gli istituti e le nozioni fondamentali del sistema del diritto del lavoro, con particolare riguardo alla disciplina specifica (di legge e di contratto) in materia di turismo. In particolare, apprenderà le principali novità e studierà i profili pratici e applicativi degli istituti esaminati.
- 2) Capacità di applicare conoscenza e comprensione: superato l'esame lo studente saprà instaurare correttamente rapporti di lavoro e gestirli con padronanza delle regole fondamentali; comprendere le criticità e segnalare l'esigenza del ricorso ad un professionista esterno; interfacciarsi con i lavoratori, con altri datori di lavoro e con i professionisti nella gestione dei rapporti di lavoro.
- 3) Autonomia di giudizio: superato l'esame lo studente dovrà avere la capacità di applicare in autonomia le conoscenze acquisite, e sarà in grado di esprimere valutazioni su casi pratici semplici.
- 4) Abilità comunicative: superato l'esame lo studente avrà la capacità di comunicare informazioni, idee, problemi e soluzioni, utilizzando un linguaggio appropriato.
- 5) Capacità di apprendimento: superato l'esame lo studente avrà le capacità necessarie per proseguire gli studi con alto grado di autonomia. In particolare, lo studente avrà le conoscenze di base e le capacità di apprendimento utili all'ingresso nel mondo del lavoro, allo svolgimento della pratica professionale, ed alla prosecuzione del proprio percorso formativo con master o laurea magistrale.

Prerequisiti

All'inizio del corso, ovvero all'inizio dello studio per gli studenti non frequentanti, è importante possedere le conoscenze derivanti dallo studio del diritto privato (soggetti, obbligazioni, contratto, responsabilità).

Contenuti

Il diritto del lavoro e le sue fonti. Il lavoro autonomo, quello parasubordinato e quello subordinato (la qualificazione). Il contratto di lavoro subordinato (le parti; la causa; l'oggetto; la stipula; la forma). Il periodo di prova. La prestazione di fatto. I servizi per l'impiego ed i casi di assunzione obbligatoria. L'inquadramento e le mansioni. Il luogo di lavoro. Lo jus variandi. L'orario di lavoro, le pause, i riposi e le ferie. Le ipotesi di sospensione del rapporto di lavoro per fatti attinenti al dipendente (malattia, infortunio, gravidanza, puerperio, i congedi e le aspettative); Le ipotesi di sospensione e di riduzione dell'orario per fatti inerenti il datore di lavoro (CIGS, FIS, CIG, ammortizzatori in deroga e contratti di solidarietà). La retribuzione (forme, determinazione e composizione). Il contratto di lavoro a termine. Il contratto di lavoro part time) La somministrazione di lavoro, il distacco e l'appalto. L'apprendistato e le ulteriori tipologie contrattuali. Il licenziamento individuale (requisiti di sostanza e di forma). Il licenziamento collettivo (la



procedura ed i requisiti di forma). Le tutele contro il licenziamento illegittimo. L'impugnazione del licenziamento. La disciplina delle rinunce e delle transazioni. La conciliazione. La disciplina della prescrizione. La libertà sindacale. I sindacati. Le forme di rappresentanza sindacale in azienda. I diritti sindacali. Il contratto collettivo (ambito di applicazione, effetti e struttura). La repressione della condotta antisindacale. Lo sciopero. Lo sciopero nei servizi essenziali. La serrata.

Metodi didattici

Lezioni frontali. Potranno essere inseriti seminari e esercitazioni su casi pratici finalizzati all'approfondimento. La didattica verrà erogata in presenza, Le lezioni potranno essere integrate con materiali audiovisivi e con lo streaming.

Verifica dell'apprendimento

La valutazione dello studente prevede una prova orale finale, con possibilità di verifiche intermedie, in cui verranno poste mediamente quattro domande, di cui due di portata ampia, e due più specifiche. Il voto finale risulterà frutto della media dei voti delle singole risposte. Il voto finale comunque terrà conto anche della frequenza alle lezioni, ai seminari ed alle esercitazioni.

Testi

- Santoro Passarelli Giuseppe, Diritto dei lavori e dell'occupazione, Giappichelli Torino (ultima edizione) oppure, in alternativa
- Vallebona Antonio, Breviario di diritto del lavoro, Giappichelli, Torino (ultima edizione).



Curriculum: Z_SCELTA STUDENTE/PERCORSO COMUNE

INSEGNAMENTO: LINGUA SARDA

ANNO 3 SEMESTRE 2

CFU 6 - SSD L-FIL-LET/09

Obiettivi Formativi

Il corso mira a fornire una conoscenza di base della lingua sarda, permettendo agli studenti di comprendere le caratteristiche linguistiche, storiche e culturali della Sardegna. Gli studenti saranno introdotti alla grammatica, al lessico e alle varianti principali del sardo e acquisiranno competenze di lettura e comprensione del sardo scritto. L'insegnamento promuove inoltre la valorizzazione della lingua sarda come patrimonio culturale, rilevante per la promozione turistica e culturale dell'isola.

Risultati di apprendimento attesi

1. Conoscenza e capacità di comprensione
Acquisire le basi grammaticali e lessicali della lingua sarda e comprendere l'importanza della lingua nella storia e nella cultura della Sardegna.
2. Conoscenza e capacità di comprensione applicate
Saper leggere e comprendere testi di media difficoltà in lingua sarda e usare semplici espressioni per la comunicazione di base, specialmente in contesti di promozione culturale.
3. Autonomia di giudizio
Riconoscere il ruolo della lingua sarda come elemento identitario e come strumento di valorizzazione del patrimonio culturale e linguistico della Sardegna.
4. Abilità comunicative
Acquisire la capacità di utilizzare espressioni e termini in lingua sarda, sviluppando una sensibilità per le varianti dialettali principali (Logudorese e Campidanese).
5. Capacità di apprendimento
Sviluppare capacità di apprendimento autonomo per approfondire in seguito lo studio della lingua sarda e delle sue varianti.

Prerequisiti

Contenuti

1. Introduzione alla lingua sarda
 - Storia ed evoluzione del sardo; legami con il latino e altre lingue neolatine
 - Importanza della lingua sarda nella cultura e nell'identità regionale
 - la legislazione a tutela del sardo e delle altre lingue minoritarie
2. Dialettologia e varianti del sardo
 - Principali varianti della lingua sarda: Logudorese, Campidanese e altre



- Caratteristiche lessicali e fonetiche delle varianti
- 3. Grammatica di base
 - Morfologia e sintassi del sardo: pronomi, verbi, aggettivi e avverbi
 - Struttura della frase in sardo e principali regole grammaticali
- 4. Lessico fondamentale
 - Vocabolario di uso quotidiano, con particolare riferimento al contesto turistico e culturale
 - Terminologia specifica per la promozione delle tradizioni e dei beni culturali sardi
- 5. Lettura e analisi di testi in lingua sarda
 - Lettura e interpretazione di brani letterari, articoli di giornali, anche online, proverbi e testi di autori sardi
 - Analisi dei testi per identificare elementi linguistici e culturali rilevanti
- 6. Lingua sarda e promozione culturale
 - Utilizzo della lingua sarda per la promozione turistica e la valorizzazione del patrimonio culturale, anche digitale
 - Analisi di campagne e iniziative che hanno utilizzato la lingua sarda nella comunicazione turistica nei diversi mezzi di comunicazione di massa.
 - L'uso delle lingue minoritarie nel turismo: una panoramica sui principali paesi europei

Metodi didattici

- Lezioni frontali: Introduzione teorica alla grammatica e al lessico del sardo.
- Esercitazioni pratiche: Attività di lettura, comprensione e conversazione per rafforzare le competenze linguistiche, anche di articoli giornalistici su temi pertinenti scritti in sardo.
- Lavori di gruppo: Attività collaborative per l'interpretazione di testi e l'elaborazione di brevi comunicazioni in sardo

Verifica dell'apprendimento

- Esame scritto: Comprensione di testi in sardo e conoscenza delle regole grammaticali di base.
- Prova orale: Capacità di utilizzare espressioni in lingua sarda, con particolare attenzione alla pronuncia e alla fluidità.
- Project work: Elaborazione di un breve progetto di comunicazione in lingua sarda, mirato alla valorizzazione turistica di un aspetto della cultura locale.

Testi

1. G. Paulis, "Grammatica della lingua sarda", CUEC, 2017
 - Un manuale introduttivo alle regole grammaticali e sintattiche della lingua sarda.
2. M. Dettori, "Lingua e identità in Sardegna", Carocci, 2020
 - Approfondimento sul rapporto tra lingua e identità culturale sarda.
3. C. Wagner, "Sardegna: Lingua e Cultura", Condaghes, 2019
 - Una panoramica sulla lingua e le tradizioni sarde, con esempi di utilizzo del sardo in ambito turistico.



Curriculum: Z_SCELTA STUDENTE/PERCORSO COMUNE

INSEGNAMENTO: LESSICO AGROALIMENTARE DELLA SARDEGNA

ANNO 3 SEMESTRE 2

CFU 6 - SSD L-LIN/01

Obiettivi Formativi

Il corso mira a descrivere le tecniche, gli strumenti, le procedure e i prodotti del settore agro-alimentare attraverso l'indagine etnolinguistica. Tale approccio ha lo scopo di far emergere le motivazioni semantiche e culturali di alcune etichette linguistiche, con particolare riguardo alla Sardegna

Prerequisiti

Contenuti

Metodi didattici

Verifica dell'apprendimento

Esame scritto e orale con valutazione in 30esimi, con la finalità di verificare la padronanza teorica e pratica delle conoscenze acquisite durante il corso.

Testi



Curriculum: Z_SCELTA STUDENTE/PERCORSO COMUNE

INSEGNAMENTO: LINGUA INGLESE C1 (IDONEITÀ)

ANNO 3 SEMESTRE 2

CFU 6 - SSD L-LIN/12

Obiettivi Formativi

Il corso di Lingua Inglese di livello C1 è progettato per sviluppare competenze linguistiche avanzate, con particolare attenzione alla comunicazione fluente e accurata in contesti complessi sia scritti che orali. Gli studenti miglioreranno la loro capacità di comprendere e produrre testi complessi e di interagire con un alto grado di spontaneità e naturalezza. Il corso prevede attività didattiche interattive e l'uso di materiali autentici per garantire un apprendimento coinvolgente e pratico.

Obiettivi Formativi

1. Comprensione (Listening & Reading)
 - Comprendere testi complessi e articolati su una vasta gamma di argomenti, sia di natura generale che tecnica.
 - Seguire conversazioni fluide e ben strutturate, inclusi dibattiti e discorsi accademici, cogliendo significati impliciti e dettagliati.
 - Interpretare correttamente articoli, saggi e testi letterari complessi, cogliendo toni, umorismo e riferimenti culturali.
2. Produzione Orale e Scritto (Speaking & Writing)
 - Esprimere idee in modo chiaro e strutturato su argomenti complessi, adattando il linguaggio e il tono all'interlocutore e al contesto.
 - Sostenere e difendere punti di vista personali su tematiche di attualità, utilizzando argomentazioni logiche e coerenti.
 - Redigere saggi, articoli e relazioni formali, organizzando le idee in modo chiaro e dettagliato, con un'adeguata coesione testuale.
3. Abilità di Giudizio e Analisi Critica
 - Sviluppare la capacità di valutare criticamente fonti scritte e orali, identificando punti di forza, debolezze e argomenti non supportati.
 - Formulare opinioni personali su temi complessi, giustificandole con argomenti solidi e riferimenti culturali appropriati.
 - Essere in grado di discernere tra linguaggio formale e informale, scegliendo il registro più adeguato per il contesto specifico.
4. Autonomia di Apprendimento
 - Essere in grado di auto-valutare le proprie competenze linguistiche e di pianificare strategie per migliorare ulteriormente.
 - Sviluppare l'abilità di apprendere in modo indipendente attraverso l'esposizione a contenuti autentici, come podcast, giornali internazionali, e programmi accademici.

Prerequisiti



Contenuti

1. Grammatica Avanzata: revisione e approfondimento di strutture complesse (es. inversione, periodi ipotetici misti, usi avanzati dei tempi verbali).
2. Espressione Idiomatica e Vocabolario Settoriale: arricchimento del vocabolario con espressioni idiomatiche, frasi utili in contesti professionali e termini settoriali.
3. Listening: attività basate su registrazioni autentiche, tra cui interviste, conferenze e documentari.
4. Speaking: dibattiti, simulazioni di colloqui professionali, presentazioni orali su temi di attualità e discussioni guidate.
5. Reading: analisi critica di testi giornalistici, articoli accademici e letteratura moderna.
6. Writing: scrittura di saggi accademici, articoli di opinione, lettere formali e relazioni.

Metodi didattici

- Lezioni Frontali: per l'introduzione di nuovi contenuti grammaticali e lessicali.
- Attività Interattive: come lavori di gruppo, role-playing e giochi di simulazione per migliorare le abilità comunicative.
- Ascolto e Comprensione: uso di materiali autentici per sviluppare la comprensione orale.
- Scrittura e Feedback: esercizi di scrittura con feedback dettagliato per migliorare la precisione e l'efficacia comunicativa.
- Laboratori di Pronuncia: per affinare l'intonazione e migliorare l'accento.

Verifica dell'apprendimento

1. Prova Scritta: include domande di comprensione del testo, esercizi grammaticali, e un saggio breve.
2. Prova Orale: presentazione di un argomento complesso e discussione critica con il docente.
3. Autovalutazione e Portfolio: gli studenti dovranno mantenere un portfolio che includa esercizi svolti, riflessioni personali e un piano di studio per migliorare le proprie competenze.

Testi



Curriculum: Z_SCELTA STUDENTE/PERCORSO COMUNE

INSEGNAMENTO: ECOLOGIA POLITICA DEGLI SPAZI TURISTICI

ANNO 3 SEMESTRE 2

CFU 6 - SSD M-GGR/02

Obiettivi Formativi

Presentazione del corso e obiettivi formativi

Il corso mira a fornire agli studenti e alle studentesse una comprensione critica e integrata delle dinamiche ambientali e politiche legate allo sviluppo turistico.

L'obiettivo è di analizzare i conflitti e le tensioni tra la crescita del turismo e la protezione delle risorse naturali e culturali, favorendo una visione integrata e una gestione sostenibile delle destinazioni turistiche.

L'ecologia politica come disciplina ha l'obiettivo di comprendere la dimensione politica e sociale della natura, definendo quest'ultima come un ambito intimamente legato alle dinamiche sociali, culturali, politiche ed economiche. L'ecologia politica si occupa di analizzare criticamente le interazioni tra ambiente, politica ed economia, con particolare attenzione alle dinamiche di potere che influenzano la gestione delle risorse naturali.

Nel contesto degli studi sul turismo, l'ecologia politica è una lente fondamentale per esplorare il modo in cui le destinazioni turistiche, specialmente in contesti vulnerabili, sono influenzate da dinamiche globali e locali, mettendo in evidenza anche i conflitti ambientali che possono emergere. L'approccio consente quindi di studiare il turismo in chiave critica, mettendo in luce le complessità legate allo sviluppo turistico dei territori. Tale approccio consente inoltre l'individuazione di strategie innovative per la gestione delle destinazioni turistiche, che mettano al centro criteri di equità, giustizia e che diano valore alla dimensione sociale e comunitaria di cura dei territori, in contrasto con l'attuale struttura estrattiva e consumistica dell'industria turistica.

Il corso intende sviluppare capacità di analisi riguardo ai processi di trasformazione territoriale e ambientale che riguardano le destinazioni turistiche. In particolare, il corso permette di acquisire le competenze necessarie all'individuazione di soluzioni innovative, che riescano a conciliare le esigenze delle comunità locali con quelle di turisti e turiste, rispettando al contempo le priorità di protezione ambientale e di gestione sostenibile delle risorse naturali e culturali.

Si esploreranno le possibili strategie per un turismo che rispetti e che si integri con l'ambiente e il benessere del territorio, in particolare alla luce della attuale crisi climatica, degli impatti delle pratiche del turismo contemporaneo e della crescente coscienza ambientale, che coinvolge tanto la parte politica che le esigenze di chi visita i territori.

In particolare, il corso intende perseguire i seguenti obiettivi formativi:

- Comprendere le dinamiche di potere e i potenziali conflitti ambientali legati allo sviluppo turistico nei territori.
- Analizzare l'impatto ambientale, sociale, culturale ed economico del turismo su scala locale e globale.
- Fornire gli strumenti per esaminare e strutturare politiche sostenibili di gestione delle risorse naturali e culturali nelle destinazioni turistiche.

Prerequisiti



Contenuti

Il corso sarà strutturato nei seguenti moduli:

- **Introduzione all'Ecologia Politica:**
Definizione e storia dell'ecologia politica, analisi delle dinamiche politiche e dei conflitti ambientali legati alla gestione delle risorse.
- **Sviluppo Turistico e Impatto Ambientale:**
Studio delle conseguenze ambientali del turismo, analisi di casi studio.
- **Giustizia Ambientale e Turismo Sostenibile:**
Concetti di giustizia ambientale applicati al turismo. Analisi critica delle politiche di gestione sostenibile delle destinazioni turistiche, analisi di casi studio.
- **Modelli Alternativi di Turismo:**
Ecoturismo, turismo comunitario e altre forme di turismo sostenibile, analisi di casi studio.

Metodi didattici

Il corso sarà articolato in lezioni frontali. Lezioni teorico-concettuali si alterneranno ad incontri seminariali con approfondimenti tematici e analisi di casi studio.

Sarà proposto un laboratorio volto all'analisi e interpretazione critica di contesti locali, in coerenza con i contenuti teorici proposti. La prova laboratoriale, sviluppata in un contesto turistico della Sardegna, rappresenta una parte dell'esame da completare con una prova orale.

Verifica dell'apprendimento

- Esame scritto e/o orale con valutazione delle conoscenze teoriche acquisite e della capacità di applicarle a casi concreti. Redazione di un Project work:.- Valutazione della partecipazione: Partecipazione attiva alle discussioni e alle attività pratiche durante il corso.

Testi

La bibliografia sarà aggiornata al momento dell'attivazione dell'insegnamento



Curriculum: Z_SCELTA STUDENTE/PERCORSO COMUNE

INSEGNAMENTO: SOCIOLOGIA DELL'AMBIENTE E DEL TERRITORIO

ANNO 3 SEMESTRE 2

CFU 6 - SSD SPS/10

Obiettivi Formativi

Il corso intende fornire agli studenti strumenti concettuali e metodologici per comprendere le dinamiche sociologiche legate all'ambiente e al territorio, con un focus sulle interazioni tra le comunità locali, l'ambiente naturale e lo sviluppo turistico sostenibile. Gli studenti acquisiranno competenze per analizzare le problematiche ambientali e territoriali in un'ottica sociologica, rilevando l'importanza della gestione responsabile delle risorse e del patrimonio locale.

Risultati di apprendimento attesi

1. Conoscenza e capacità di comprensione

Comprendere i concetti base della sociologia dell'ambiente e del territorio e le principali teorie sui rapporti tra ambiente, società e sviluppo turistico.

2. Conoscenza e capacità di comprensione applicate

Applicare i concetti appresi per analizzare criticamente situazioni reali di gestione del territorio e della sostenibilità, con particolare riferimento al turismo culturale.

3. Autonomia di giudizio

Sviluppare un approccio critico nell'interpretazione dei fenomeni territoriali e ambientali, identificando i principali problemi di sostenibilità e i conflitti di interesse tra sviluppo turistico e conservazione ambientale.

4. Abilità comunicative

Acquisire la capacità di discutere e presentare le tematiche legate a ambiente e territorio con un linguaggio tecnico-sociologico, rivolgendosi a diversi interlocutori, inclusi esperti e pubblico generale.

5. Capacità di apprendimento

Sviluppare capacità di apprendimento autonomo e di aggiornamento continuo sulle tematiche di sociologia ambientale e territoriale, anche attraverso lo studio di nuove ricerche e casi studio.

Prerequisiti

Contenuti

1. Introduzione alla sociologia dell'ambiente e del territorio

- Concetti fondamentali: spazio, territorio, ambiente e sostenibilità
- Teorie sociologiche dell'ambiente e dello sviluppo sostenibile

2. La dimensione sociale dell'ambiente



- Interazione tra ambiente e società: visioni antropocentriche ed ecocentriche
- Teorie del rischio ambientale e percezione del rischio nelle comunità locali
- 3. Dinamiche territoriali e sviluppo locale
 - Il ruolo delle comunità locali nella gestione del territorio
 - Politiche di sviluppo sostenibile: pianificazione territoriale e partecipazione comunitaria
- 4. Conflitti territoriali e ambientali
 - Analisi dei conflitti tra sviluppo economico e conservazione ambientale
 - Casi studio: conflitti nel turismo di massa e nelle aree protette
- 5. Turismo sostenibile e gestione responsabile del territorio
 - Turismo e impatti ambientali: modelli di sostenibilità e resilienza
 - Strategie per la gestione sostenibile delle risorse naturali e culturali
- 6. Cittadinanza ambientale e governance del territorio
 - Forme di partecipazione e cittadinanza attiva per la tutela ambientale
 - Buone pratiche di governance ambientale a livello locale, nazionale e globale

Metodi didattici

- Lezioni frontali: Per l'acquisizione di concetti e teorie fondamentali.
- Analisi di casi studio: Discussione di situazioni reali che evidenziano i legami tra ambiente, territorio e sviluppo turistico.
- Lavori di gruppo: Progettazione di strategie sostenibili di gestione territoriale in contesti turistici.

Verifica dell'apprendimento

- Esame scritto e/o orale: Valutazione delle conoscenze teoriche acquisite e della capacità di applicarle a casi concreti.- Project work: Progettazione di un piano di gestione territoriale che preveda lo sviluppo turistico sostenibile.- Valutazione della partecipazione: Partecipazione attiva alle discussioni e alle attività pratiche durante il corso.

Testi

1. M. Castells, "La questione urbana", Il Mulino, 2020
 - Un testo di riferimento per la comprensione delle dinamiche urbane e territoriali.
2. E. Goffman, "La vita quotidiana come rappresentazione", Il Mulino, 2019
 - Utilizzato per analizzare le interazioni sociali negli spazi pubblici e turistici.
3. M. Bonnes, T. Lee, M. Bonaiuto, "Psicologia ambientale: Il contributo alla qualità della vita nelle città e nei territori", Carocci, 2018
 - Un approccio psicologico ai temi della sostenibilità ambientale e della qualità della vita nei contesti urbani e rurali.
4. D. Harvey, "Giustizia sociale e città", Feltrinelli, 2021
 - Un approfondimento sui concetti di giustizia sociale legati alla gestione del territorio.
5. M. Williams, "Sociologia dell'ambiente", Einaudi, 2022*
 - Una guida dettagliata alla sociologia ambientale e ai temi della sostenibilità.



Curriculum: Z_SCELTA STUDENTE/PERCORSO COMUNE

INSEGNAMENTO: TOURISM ANALYTICS

ANNO 3 SEMESTRE 2

CFU 6 - SSD SECS-P/07

Obiettivi Formativi

Il corso fornisce agli studenti le conoscenze e competenze necessarie per analizzare, interpretare e utilizzare i dati a supporto delle decisioni strategiche e operative nel settore del turismo culturale e nella gestione delle destinazioni. L'obiettivo è formare professionisti in grado di sfruttare gli strumenti della Business Analytics per migliorare la competitività, l'efficienza e la sostenibilità delle destinazioni turistiche, oltre a ottimizzare l'esperienza del visitatore e la gestione delle risorse culturali.

Il corso si svilupperà anche con collaborazioni con primarie società operanti nel settore dell'analisi dei dati a supporto del turismo.

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 ai seguenti Descrittori di Dublino, secondo lo schema seguente:

1. **Conoscenza e comprensione:**

Comprendere il ruolo strategico e la funzione informativa degli strumenti della Business Analytics con particolare riferimento alla gestione delle destinazioni turistiche, con un focus sull'utilizzo dell'analisi dei dati per migliorare i processi decisionali. Saper raccogliere, analizzare e interpretare i dati per comprendere le tendenze di mercato, il comportamento dei turisti e le performance delle destinazioni. Questo includerà l'uso di strumenti di analisi dei dati, sistemi di gestione delle informazioni e piattaforme digitali che aiutano a ottimizzare i servizi turistici e la gestione delle risorse.

2. **Applicazione della conoscenza e comprensione:**

Saper applicare le principali tecniche di Business Analytics alla realtà delle destinazioni turistiche. Saper utilizzare approcci basati sui dati per creare strategie turistiche sostenibili, sviluppare iniziative di marketing e gestire le risorse delle destinazioni. Integrando strumenti digitali come i sistemi informativi e il Process Mining, saranno in grado di identificare schemi nel comportamento dei turisti, prevedere la domanda e ottimizzare le operazioni in aree come la gestione dei flussi di visitatori, la pianificazione degli eventi e l'ottimizzazione dei ricavi.



3. **Capacità di giudizio:**

Essere capaci di sviluppare pensiero analitico e di decision-making mediante l'utilizzo di strumenti di Business Analytics. Saper valutare criticamente i dati delle attività turistiche, interpretare le tendenze e valutare l'impatto delle politiche e delle pratiche turistiche sulle destinazioni. Analizzando gli effetti economici, ambientali e sociali del turismo attraverso i dati, i laureati formuleranno raccomandazioni per migliorare le strategie turistiche, garantendo sostenibilità e competitività.

4. **Abilità comunicative:**

Saper comunicare efficacemente con una vasta gamma di portatori di interessi, tra cui turisti, comunità locali, responsabili delle politiche e professionisti del turismo. Saper presentare in modo semplice ed efficace i risultati complessi derivanti dall'analisi dei dati utilizzando visualizzazioni, rapporti e strumenti digitali. I progetti di gruppo e il lavoro collaborativo supporteranno gli studenti a migliorare le loro competenze nella comunicazione di analisi basate sui dati per informare le decisioni strategiche nel settore turistico.

5. **Capacità di apprendimento:**

Saper sviluppare in modo autonomo ulteriori competenze necessarie per uno sviluppo professionale continuo, in particolare nei campi della gestione turistica e della Business Analytics. Data la continua evoluzione delle tecnologie, gli studenti saranno adeguatamente attrezzati per l'apprendimento permanente e per l'adozione di nuove tecnologie digitali e di metodi analitici.

Prerequisiti

Contenuti

Modulo 1: Introduzione alla Business Analytics nel Turismo Culturale

- Il contenuto e le funzioni della Business Analytics.
- Un modello di Business Analytics.
- La Business Analytics nel turismo e nella gestione delle destinazioni.
- Il processo decisionale basato sui dati: dall'acquisizione delle informazioni all'azione.

Modulo 2: La Business Analytics a supporto delle decisioni

- La Business Analytics per la creazione di valore.
- Le analisi descrittive, predittive e prescrittive
- La Business Analytics a livello strategico, funzionale e analitico

Modulo 3: Progetti e Casi Studio



- Casi studio reali di applicazione della Business Analytics nel settore turistico e culturale.
- Progetto finale: gli studenti, in piccoli gruppi, sviluppano un progetto basato su un dataset reale fornito da un'azienda o da un ente turistico, con l'obiettivo di elaborare strategie data-driven per migliorare la gestione di una destinazione o di un attrattore culturale.

Metodi didattici

Verifica dell'apprendimento

- Esame scritto (70%): esame scritto sui vari argomenti del programma.
- Project Work (30%): realizzazione e presentazione di un progetto basato sull'analisi dati di un caso reale.

Testi

- Davenport, T. H., & Harris, J. G. (2017). *Competing on Analytics: The New Science of Winning*. Harvard Business Review Press.
- Laursen and Thorlund (2017), *Business Analytics for Managers. Taking Business Reporting Beyond Reporting*, 2nd edition, Wiley.
- Jiménez-Partearroyo, M., Medina-López, A. & Rana, S. (2024), Business intelligence and business analytics in tourism: insights through Gioia methodology. *International Entrepreneurship and Management Journal*.
- Yallop A., Seraphin H. (2020), Big data and analytics in tourism and hospitality: opportunities and risks, *Journal of Tourism Futures*, Vol. 6 N. 3, pp. 257-262.



Curriculum: Z_SCELTA STUDENTE/PERCORSO COMUNE

INSEGNAMENTO: FORME DI ACCESSIBILITA' AL PATRIMONIO CULTURALE

ANNO 3 SEMESTRE 2

CFU 6 - SSD ICAR/19

Obiettivi Formativi

A partire dalla definizione di patrimonio culturale, in particolare nelle sue declinazioni artistiche, archeologiche e architettoniche, e dal riconoscimento dei suoi valori, sia materiali che immateriali, il corso intende riflettere sulle questioni connesse a una godibilità per tutti, in considerazione di limiti fisici, sensoriali e cognitivi che si possono incontrare. Nello specifico, a partire dalle forme di fruizione e dalle definizioni di barriera, attraversando i più recenti strumenti normativi e documenti di indirizzo in merito, si evidenziano le potenzialità di soluzioni accessibili in termini sociali, culturali, ma anche economici, attraverso l'illustrazione delle attuali acquisizioni teoriche e di progetti virtuosi di conservazione, valorizzazione e musealizzazione. L'intento è quello di trasmettere ai discenti, chiamati in futuro a operare nel settore turistico, l'importanza dell'argomento, in coerenza con i principi della Convenzione di Faro, a partire dal presupposto che la conoscenza e l'uso dell'eredità culturale rientrano a pieno titolo tra i diritti umani, e che la comunità è chiamata ad assumere un ruolo attivo, di responsabilità individuale e collettiva, nei suoi confronti.

Prerequisiti

Contenuti

- Il patrimonio culturale. Valori e limiti materiali e immateriali
- Forme di accessibilità
- La normativa e le linee di indirizzo sull'accessibilità del patrimonio culturale
- L'accessibilità come strumento di valorizzazione del patrimonio culturale
- Accessibilità interna/esterna e comunicazione: tecnologie e strumenti
- L'accessibilità come valore etico
- L'accessibilità come valore economico
- Progetti 'accessibili' di conservazione, valorizzazione e musealizzazione

Metodi didattici

Verifica dell'apprendimento

Prova orale e prova pratico-laboratoriale consistente nella compilazione della check list del Progetto 'Ad Arte', riferito ad un museo del contesto regionale, così come previsto dalle linee guida per la redazione dei P.E.B.A. (Piano per l'Eliminazione delle Barriere Architettoniche).

Testi

A. Almici, A. Arengi. R. Camodeca, *Il valore dell'accessibilità. Una prospettiva economico-aziendale*, Franco Angeli, Milano 2020.



Arenghi A., Garofolo I., Sørmoen O., *Accessibility as a key enabling knowledge for enhancement of cultural heritage*, Franco Angeli, Milano 2016.

M. Agostiano (a cura di), *Linee guida per il superamento delle barriere architettoniche nei luoghi di interesse culturale*, II edizione, Gangemi Editore, Roma, 2009.

Cetorelli G. e Papi L. (a cura di), *Manuale di progettazione per l'accessibilità e la fruizione ampliata del patrimonio culturale. Dai funzionamenti della persona ai funzionamenti dei luoghi della cultura*, CNR Edizioni, Roma 2024.

C. Bartolomucci, C. Giannattasio, *Il conflitto tra accessibilità e fruizione nel progetto di conservazione*, in "Recupero e Conservazione", 89 (2009), pp. 38-49.

G.B. Cocco, C. Giannattasio, N. Paba, A. Pinna M. Tanca, *Sognare a occhi aperti. La città storica verticale e l'accessibilità per tutti/Daydreaming. The Vertical Historical City and Accessibility for All*, in M.L. Germanà, R. Prescia (a cura di), *L'accessibilità nel patrimonio architettonico. Approcci ed esperienze tra tecnologia e restauro*, Anteferma Edizioni, Treviso 2021, pp. 128-135.

S. Della Torre, *Il progetto di una conservazione senza barriere*, in "TeMa", 1 (1998), pp. 19-27.

M.L. Germanà, R. Prescia (a cura di), *L'accessibilità nel patrimonio architettonico. Approcci ed esperienze tra tecnologia e restauro*, Anteferma Edizioni, Treviso 2021.

C. Giannattasio, S. M. Grillo, V. Pintus e M. S. Pirisino, *Castelli medievali in Sardegna. Sistemi architetture tecniche murarie*, L'«Erma» di Bretschneider, Roma 2022.

C. Giannattasio, S. M. Grillo, S. Murru, *Il sistema di torri costiere della Sardegna. Forma, materiali, tecniche murarie*, L'«Erma» di Bretschneider, Roma 2017.

C. Giannattasio, *Integrazione, accessibilità e valorizzazione*, in S. Della Torre, V. Russo (a cura di), *Restauro dell'architettura. Per un progetto di qualità* (Atti del III Convegno SIRA, Napoli, 15-16 giugno 2023), vol. 6, Quasar 2024, pp. 1063-1066.

F. Musanti, *Veni Vidi Vici. Strumenti progettuali per l'accessibilità fisica, percettiva ed appropriazionale attraverso il caso dei siti archeologici urbani*, Tesi di Dottorato in Ingegneria civile e Architettura, XXXVI ciclo, Università degli Studi di Cagliari, relatori G.B. Cocco e C. Giannattasio, luglio 2024.

R. Picone (a cura di), *Pompei accessibile. Per una fruizione ampliata del sito archeologico*, L'«Erma» di Bretschneider, Roma 2014.

Powerpoint, materiale per lo svolgimento del tema d'anno.

Altro

Durante la fase laboratoriale saranno invitati rappresentanti delle principali associazioni facenti parte del Centro interdipartimentale Cagliari Accessibility Lab dell'Università di Cagliari per un confronto con gli studenti e le studentesse, con la finalità di promuovere una consapevolezza e una sensibilità tali da garantire loro una formazione adeguata a gestire la complessità del tema