



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PALERMO

Dipartimento: Scienze Economiche, Aziendali e Statistiche

A.A. 2023/2024

PIANO DI STUDI DEL CORSO DI LAUREA IN TURISMO, TERRITORI E IMPRESE - MANAGEMENT DELLE IMPRESE -

Caratteristiche



Classe di Laurea in Scienze
del turismo (L-15)



3 ANNI



PALERMO



ACCESSO LIBERO



2269

Obiettivi del Corso di Studi

Obiettivi specifici:

Il Corso di Studi in 'Turismo, Territori e Imprese' fornisce le conoscenze in ambito economico, aziendale, statistico, giuridico, geografico, storico, storico-artistico, linguistico e demotnoantropologico del fenomeno turistico. I discenti del Corso di Studi vengono istruiti ad una lettura integrata del fenomeno assumendo una prospettiva interdisciplinare. Pertanto, essi sono idonei a progettare un sistema integrato di offerta, grazie anche alle capacità relazionali e di metodologie di 'problem solving', finalizzate a fare crescere la coesione tra gli stakeholder e a perseguire obiettivi unitari di sviluppo. Il campo di studio comprende relativamente alla domanda: le motivazioni che spingono a viaggiare, il processo che determina la scelta del servizio, i comportamenti di consumo, la demassificazione del turismo, le esigenze nei confronti degli operatori del turismo (in termini professionali e culturali), i modelli culturali del turista, l'evoluzione sociale degli stili di vita. Relativamente all'offerta: la valorizzazione delle risorse ambientali naturali e storico-culturali, l'organizzazione e la gestione degli spazi ospitali e delle attrattive delle località, la produzione culturale locale, la qualità del servizio, l'utilizzo delle nuove tecnologie per il marketing e la promozione dei prodotti e servizi turistici.

Lo studente saprà comunicare efficacemente, in forma scritta e orale, in lingua inglese e in una seconda lingua dell'Unione Europea, a scelta dello studente tra francese e spagnolo. Infine, lo studente saprà utilizzare efficacemente gli strumenti informatici per la fruizione e la gestione dei contenuti e dei dati statistici pertinenti il settore turistico.

Insieme delle suddette conoscenze sono acquisite dallo studente attraverso la partecipazione a lezioni frontali, esercitazioni, laboratori linguistici e anche a convegni e seminari, organizzati dal Corso di Studi. Durante il percorso formativo, lo studente è sottoposto a verifiche con prove scritte e orali. Le verifiche vengono svolte anche in itinere proprio per facilitare l'apprendimento. Particolare attenzione, inoltre, viene riservata dal CdS all'organizzazione e gestione del tirocinio, ritenendolo funzionale alla maturazione di un'esperienza che consenta allo studente non solo una conoscenza delle dinamiche proprie del mondo del lavoro, ma soprattutto ad attivare processi di 'learning by doing'.

Il metodo d'insegnamento perseguito nel Corso di Studi integra diversi approcci: a) descrittivo - analisi quali-quantitativa del fenomeno turistico; b) induttivo - analisi delle relazioni causa/effetto sottese al fenomeno turistico; c) deduttivo - analisi delle conseguenze prodotte dal verificarsi dei fenomeni; d) comparativo - confronto fra le soluzioni e le scelte operative alternative adottabili.

Il materiale didattico per i singoli insegnamenti combinerà manuali nazionali e internazionali, articoli divulgativi e scientifici utili a consentire allo studente di sviluppare una solida e articolata preparazione teorico-concettuale per la formulazione della strategia dell'impresa turistica, nonché per supportare il policy-maker nelle scelte territoriali di promozione del turismo. Un focus pratico al corso è dato dall'applicazione delle conoscenze teoriche apprese dagli studenti all'analisi di casi concreti tesi a evidenziare le principali problematiche e le sfide derivanti dai cambiamenti della domanda e dall'accelerazione delle dinamiche competitive nel settore turistico.

Il percorso prevede un numero di crediti opportunamente distribuito tra attività di base (Diritto, Inglese e altre Lingue Europee, Economia aziendale, Economia e Gestione delle Imprese, Geografia) con l'obiettivo di fornire allo studente solide conoscenze scientifiche su cui impostare lo studio specifico, che si declina nelle varie attività formative caratterizzanti (Statistica di base e Applicate, Economia Applicata, Politica Economica, Scienze delle Finanze, Storia dell'arte, Museologia) per consentire particolari armonizzazioni tra le varie discipline tendenti a qualificare la specificità dell'offerta proposta articolata in tre diversi indirizzi. Il primo indirizzo fornisce agli studenti una conoscenza articolata sulla creazione e appropriazione del valore delle

Legenda: Per. = periodo o semestre, Val. = Valutazione (V=voto, G=giudizio), TAF= Tipologia Attività Formativa (A=base, B=caratterizzante, C=Affine, S=stages, D=a scelta, F=altre)

imprese che operano nel settore turistico. In generale, si focalizzerà l'attenzione su come un'impresa possa ottenere un vantaggio rispetto ai rivali e conservarlo nel tempo. Il secondo indirizzo fornisce conoscenze e strumenti riconducibili alla formulazione delle politiche territoriali a diversi livelli - locale, regionale, nazionale ed europeo - e all'analisi e gestione delle destinazioni turistiche. Il terzo indirizzo combina conoscenze economiche e manageriali di base per lo sviluppo turistico dei territori e la gestione integrata e sostenibile delle risorse culturali e naturali di un territorio.

Sbocchi occupazionali

Profilo:

Travel Agent

Funzioni:

Il Cds fornisce ai laureati le conoscenze e le competenze del travel agent in contesti competitivi sempre più globali, dinamici e digitali. Il travel agent si occupa di proporre, consigliare e promuovere sul mercato pacchetti turistici.

Competenze:

I laureati sono in grado di operare all'interno di agenzie di viaggio a contatto con il pubblico e attraverso le on line travel agency (OLTA) nonché di proporre viaggi con modalità professionali acquisite tramite i corsi di lingue straniere e di marketing tradizionale e digitale. Le conoscenze e competenze di base della sociologia, dell'antropologia e della statistica supporteranno il laureato a valutare la mutata sensibilità e i profili motivazionali della clientela.

Sbocchi:

Agenzie viaggi, network e gruppi consorziati di agenzie di viaggi, OLTA, Associazioni turistiche e uffici turistici.

Profilo:

Event Manager

Funzioni:

Il Cds fornisce ai laureati le conoscenze e le competenze di event manager. Essi saranno chiamati a organizzare convegni, conferenze e ricevimenti assicurando accoglienza, socialità e servizi ai convenuti. Tali funzioni richiedono conoscenze e competenze per l'organizzazione e la gestione di fiere, il collocamento degli spazi e degli ambienti espositivi disponibili, l'organizzazione della fruizione da parte del pubblico e degli espositori.

Competenze:

I laureati sono in grado di operare come event manager grazie alle conoscenze e competenze gestionali e organizzative e alle capacità linguistiche e di comunicazione acquisite. Tali conoscenze, e competenze consentono ai laureati di promuovere e sviluppare iniziative territoriali per la valorizzazione e fruizione del patrimonio storico-artistico, culturale e bio-marino.

Sbocchi:

Imprese ed enti pubblici come addetti all'accoglienza e all'informazione, assistenti congressuali, aziende di gestione delle risorse turistiche (esempio, musei e aree archeologiche).

Profilo:

Consulente strategico-organizzativo delle imprese turistiche

Funzioni:

Il CdS fornisce ai laureati conoscenze e competenze per il management, il controllo e l'organizzazione delle imprese del turismo.

Competenze:

I laureati sono in grado di utilizzare gli strumenti di programmazione e controllo delle attività relative alla produzione e commercializzazione dei beni o dei servizi turistici. In particolare, i laureati saranno in grado di condurre studi sui costi di imprese turistiche per individuare modalità di controllo.

Sbocchi:

Imprese del turismo.

Profilo:

Marketing manager delle imprese turistiche

Funzioni:

Il Cds fornisce ai laureati conoscenze e competenze per la pianificazione, l'implementazione e la gestione delle strategie e politiche di vendite delle imprese turistiche.

Competenze:

I laureati sono in grado di utilizzare gli strumenti di marketing (anche digitale) per la promozione dei prodotti e dei servizi dell'impresa turistica, nonché di accogliere, assistere e informare i clienti dell'impresa. La conoscenza delle lingue straniere e le abilità informatiche completano efficacemente il profilo di marketing manager delle imprese turistiche.

Sbocchi:

Imprese del turismo: strutture ricettive, di intermediazione turistica e dei trasporti.

Profilo:

Esperto delle politiche turistico-territoriali

Funzioni:

Il Cds fornisce ai laureati conoscenze e competenze di base per la gestione della ricettività dei flussi turistici di un territorio, la promozione del territorio, la partecipazione a fondi europei di supporto alle politiche turistico-territoriali.

Competenze:

I laureati sono in grado di effettuare la raccolta e analisi dei dati statistici sui flussi turistici per una migliore gestione del territorio e la sua promozione turistica. Inoltre, sono in grado di utilizzare i modelli e gli strumenti di economia delle destinazioni turistiche.

Sbocchi:

Legenda: Per. = periodo o semestre, Val. = Valutazione (V=voto, G=giudizio), TAF= Tipologia Attività Formativa (A=base, B=caratterizzante, C=Affine, S=stages, D=a scelta, F=altre)

Enti pubblici.

Caratteristiche della prova finale

Per conseguire la laurea lo studente deve avere acquisito 180 crediti formativi compresi quelli relativi alla prova finale pari a 3. La prova finale ha l'obiettivo di verificare il livello di maturità e la capacità critica del laureando, con riferimento agli apprendimenti e alle conoscenze acquisite a completamento delle attività previste dall'ordinamento didattico. A partire dall'anno accademico 2016-2017 la prova finale verterà su un argomento scelto dal candidato da una lista di temi approvata dal Consiglio di Corso di Studi. Tale lista comprende diversi argomenti, di carattere generale, per area disciplinari, con l'indicazioni di tutor. Il tutor aiuterà lo studente a orientarsi tra le fonti bibliografiche e/o statistiche. La prova finale consiste in un esame orale valutato con un voto espresso in trentesimi.

Insegnamenti 1 ° anno	CFU	Sem.	Val.	SSD	TAF
22518 - CONOSCENZE DI BASE MATEMATICHE E DIGITALI <i>Pecorella(PA)</i>	8	1	V	SECS-S/06	C
18861 - ELEMENTI DI DIRITTO <i>Colletti(RD)</i>	6	1	V	IUS/01	A
22519 - MICRO E MACROECONOMIA APPLICATA C.I.	12	Ann.	V		
- ISTITUZIONI DI ECONOMIA <i>Fricano(RD)</i>	6	1		SECS-P/06	B
- ECONOMIA E RISORSE DEL TURISMO <i>Ruggieri(PA)</i>	6	2		SECS-P/06	B
22676 - GEOGRAFIA, BENI CULTURALI E AMBIENTALI <i>Mercatanti(PO)</i>	8	2	V	M-GGR/01	A
22521 - LINGUA INGLESE NEL DISCORSO TURISTICO <i>Guccione(PA)</i>	8	2	V	L-LIN/12	A
Gruppo di attiv. form. opzionali	16				B

58

Insegnamenti 2 ° anno	CFU	Sem.	Val.	SSD	TAF
11261 - DIRITTO DEI TRASPORTI E DEL TURISMO <i>Bevilacqua(RU)</i>	6	1	V	IUS/06	B
00294 - ECONOMIA AZIENDALE <i>Picciotto(RU)</i>	6	1	V	SECS-P/07	A
06644 - STATISTICA <i>Di Salvo(RU)</i>	6	1	V	SECS-S/01	A
16945 - SOCIOLOGIA DEL TURISMO <i>Pepe(RU)</i>	10	2	V	SPS/07	B
06672 - STATISTICA ECONOMICA <i>Piacentino(PO)</i>	6	2	V	SECS-S/03	B
22538 - STRUMENTI DI PROGRAMMAZIONE, RENDICONTAZIONE E CONTROLLO <i>Picciotto(RU)</i>	6	2	V	SECS-P/07	B
Gruppo di attiv. form. opzionali II	16				C
Gruppo di attiv. form. opzionali III	8				C

64

Insegnamenti 3 ° anno	CFU	Sem.	Val.	SSD	TAF
02742 - ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE <i>Levanti(PA)</i>	6	1	V	SECS-P/08	A
22545 - MARKETING DELLE IMPRESE TURISTICHE C.I.	12	Ann.	V		
- MARKETING STRATEGICO ED OPERATIVO <i>Levanti(PA)</i>	6	1		SECS-P/08	B
- DIGITAL MARKETING	6	2		SECS-P/08	B

Legenda: Per. = periodo o semestre, Val. = Valutazione (V=voto, G=giudizio), TAF= Tipologia Attività Formativa (A=base, B=caratterizzante, C=Affine, S=stages, D=a scelta, F=altre)

Insegnamenti 3 ° anno	CFU	Sem.	Val.	SSD	TAF
22513 - TALENT MANAGEMENT E SVILUPPO DI COMPETENZE <i>Pace(PA)</i>	5	1	G		F
14184 - TIROCINIO FORMATIVO E DI ORIENTAMENTO	12	1	G		F
22511 - ORGANIZZAZIONE E GESTIONE DELLE RISORSE UMANE NEL TURISMO <i>Ingrassia(PO)</i>	8	2	V	SECS-P/10	B
05917 - PROVA FINALE	3	2	V		E
Attiv. form. a scelta dello studente	12				D
	58				

GRUPPI DI ATTIVITA' FORMATIVE OPZIONALI

Gruppo di attiv. form. opzionali	CFU	Sem.	Val.	SSD	TAF
17942 - MUSEOLOGIA E GESTIONE DEI BENI MUSEALI <i>Bonacasa(PC)</i>	8	2	V	L-ART/04	B
00932 - STORIA DELL'ARTE MODERNA <i>Anselmo(PC)</i>	8	2	V	L-ART/02	B
18545 - STORIA ECONOMICA E DEL PENSIERO ECONOMICO <i>Pirolò(RD)</i>	8	1	V	SECS-P/12	B
Gruppo di attiv. form. opzionali II	CFU	Sem.	Val.	SSD	TAF
22512 - ENGLISH LANGUAGE AND CULTURE IN TOURISM DISCOURSE <i>Romeo(PA)</i>	8	1	V	L-LIN/10	C
04664 - LINGUA FRANCESE	8	2	V	L-LIN/04	C
04718 - LINGUA SPAGNOLA	8	2	V	L-LIN/07	C
Gruppo di attiv. form. opzionali III	CFU	Sem.	Val.	SSD	TAF
22160 - ANTROPOLOGIA CULTURALE E MONDI CONTEMPORANEI C.I.	8	1	V		
- ANTROPOLOGIA CULTURALE E MONDI CONTEMPORANEI MODULO 2 <i>Mancuso(PA)</i>	4	1	V	M-DEA/01	C
- ANTROPOLOGIA CULTURALE E MONDI CONTEMPORANEI MODULO 1 <i>D'Agostino(PO)</i>	4	1	V	M-DEA/01	C
22532 - POLITICA ECONOMICA E DEL TURISMO <i>Pizzuto(RD)</i>	8	1	V	SECS-P/02	C
06318 - SCIENZA DELLE FINANZE <i>Berritella(PA)</i>	8	1	V	SECS-P/03	C

PROPEDEUTICITA' TRA INSEGNAMENTI

06672 - STATISTICA ECONOMICA
06644 - STATISTICA

Legenda: Per. = periodo o semestre, Val. = Valutazione (V=voto, G=giudizio), TAF= Tipologia Attività Formativa (A=base, B=caratterizzante, C=Affine, S=stages, D=a scelta, F=altre)