



# UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PALERMO

Dipartimento: Scienze Economiche, Aziendali e Statistiche

A.A. 2016/2017

## PIANO DI STUDI DEL CORSO DI LAUREA IN SCIENZE DEL TURISMO

### Caratteristiche



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



3 ANNI



PALERMO



ACCESSO  
PROGRAMMATO



2112

### Obiettivi del Corso di Studi

Obiettivi specifici:

Il laureato nel corso di laurea in "Scienze del Turismo" possiede conoscenze in ambito economico, aziendale, statistico, giuridico, geografico, storico, storico-artistico, linguistico e demotnoantropologico in relazione al percorso formativo delineato. Il Corso di Laurea prevede anche alcune "alternative" a scelta dello studente che consentono la presentazione di Piani di Studi ad approvazione automatica.

In particolare, i laureati del Corso di Laurea sono stati istruiti ad una lettura integrata delle varie discipline del corso, essendo il turismo caratterizzato da una notevole e dinamica interdisciplinarieta. Pertanto essi sono idonei a fare di un insieme di beni e di servizi un sistema integrato di offerta, in quanto dotati di capacita' relazionali e di metodologie di "problem solving", finalizzate a fare crescere la coesione tra gli stakeholders e a perseguire obiettivi unitari di sviluppo. Il campo di studio comprende perciu, 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 degli utenti, 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 localita, la produzione culturale locale, la segmentazione del mercato ed i diversi tipi di turismo, la qualita' del servizio, l'utilizzo delle nuove tecnologie.

Oltre alla lingua italiana sa utilizzare efficacemente, in forma scritta e orale, la lingua inglese e sa comunicare in una seconda lingua dell'Unione Europea, a scelta dello studente tra francese, spagnolo.

Infine, sa utilizzare efficacemente gli strumenti informatici utili per la fruizione e la gestione dei contenuti e dei dati statistici pertinenti il settore turistico.

Dette competenze vengono acquisite dallo studente laureato seguendo un percorso formativo che comprende lezioni frontali, esercitazioni, laboratori linguistici ed anche la partecipazione a convegni e seminari, organizzati dal Corso di Studio. Il laureato, durante la frequenza al CdS, viene sottoposto a verifiche, sotto forma scritta ed orale, per la maggior parte delle discipline di base e caratterizzanti. 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 infatti funzionale alla maturazione di un'esperienza che consenta al laureando non solo una conoscenza delle dinamiche proprie del mondo del lavoro, ma soprattutto una verifica di quanto appreso nelle aule universitarie: l'imparare mentre si fa (il "learning by doing") e' infatti fondamentale.

Sono state previste in ingresso procedure per la verifica dei requisiti minimi richiesti realizzate a livello di Ateneo.

Il metodo d'insegnamento perseguito nel CdS e' di tipo descrittivo, con l'analisi dei diversi fenomeni cosi' come si presentano nel mondo del turismo; induttivo, con la ricerca delle cause e lo sviluppo dei fenomeni stessi; deduttivo, con lo studio delle conseguenze prodotte dal verificarsi dei fenomeni; comparativo con il confronto fra le soluzioni e le scelte operative adottate. Il materiale didattico utilizza anche i risultati delle ricerche condotte dai docenti su tematiche specifiche, al fine di trasferire ai discenti non solo i principi e gli strumenti piu' avanzati dal punto di vista teorico, ma anche le esperienze piu' innovative delle imprese di successo.

Nella fase di realizzazione del progetto culturale si e' ritenuto di assicurare un piu' ampio grado di liberta' alla possibilita' di attivare insegnamenti nei settori sopra ricordati, ritenuti strategici al progetto di laurea. ciU' ha determinato la formazione di un ampio intervallo di crediti per le attivita' formative di base, caratterizzanti e affini, volte a consentire, in sede di redazione del manifesto degli studi, una articolazione piu' adeguata agli obiettivi da raggiungere e piu' aderente alle risorse disponibili. Gli ampi intervalli di credito presenti nella tabella crediti si giustificano per consentire una piu' variegata presenza di insegnamenti volti a qualificare l'offerta formativa.

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)

Il percorso prevede un numero di crediti così distribuito:

- attività di base da 30 a 68 cfu, superiore alla soglia minima prevista dal DM 270, proprio per fornire allo studente solide conoscenze scientifiche su cui impostare lo studio specifico.
- attività formative caratterizzanti da 60 a 108 cfu per consentire particolari armonizzazioni tra le varie discipline tendenti a qualificare la specificità dell'offerta proposta.
- attività affini da da 18 a 33 cfu sufficientemente articolato per consentire l'integrazione tra le competenze di base e quelle caratterizzanti acquisite.
- altre attività formative da 23 a 36 cfu in cui si dà maggior rilievo al tirocinio orientato verso l'inserimento nel mondo del lavoro, oltre a soggiorni presso altre Università europee nel quadro di accordi internazionali.

Ai laureandi si forniscono in linea di massima annualmente, all'inizio dell'a.a., indicazioni dei temi su cui soffermarsi per la prova finale:

Autonomia di giudizio:

Il laureato sa interpretare le dinamiche economiche, le strategie di marketing, i dati statistici, i dispositivi giuridici, le peculiarità dei luoghi e dei beni culturali locali, confrontandoli con il più vasto contesto nazionale e internazionale. È in grado di contestualizzare i risultati della comparazione e di giungere a proposte innovative per la valorizzazione dei sistemi turistici.

Durante il corso di studi inoltre lo studente viene guidato e abituato nell'analisi delle opportunità di business in ambienti totalmente connessi in rete, che, come è noto, ridisegnano sia i mercati che i modelli organizzativi, con un impatto radicale sul business medesimo. Il laureato conosce quindi che l'interconnessione tende a sfumare i confini dell'impresa e utilizza gli indicatori economici per favorire scientificamente agilità e adattamento nello studio e nella progettazione dei sistemi turistici, inglobando anche gli aspetti sociali ed etici.

L'autonomia di giudizio, a cui si viene educati nello svolgimento dei singoli insegnamenti, viene verificata nella prova d'esame di ciascun insegnamento e nella prova finale di laurea.

Abilità comunicative:

Il laureato è in grado di comunicare a livello specialistico in merito alle tecniche, nonché alle loro applicazioni e ai contenuti relativi ai singoli ambiti scientifico-disciplinari previsti nel quadro formativo del corso. È in grado altresì di trasferire le proprie conoscenze a livello anche a interlocutori non specialisti. Possiede inoltre le competenze teoriche di marketing e di informatica innovativa che gli consentono di integrare tra tecnologia e mercato.

L'adozione delle nuove tecnologie rappresenta non solo una rivoluzione nel modo di erogare i servizi tradizionali, ma anche e soprattutto l'opportunità di implementarne di nuovi. Tali abilità vengono sviluppate e verificate nel periodo di tirocinio (obbligatorio) e valutate nella prova finale.

Le abilità comunicative vengono perseguite e verificate non solo attraverso i corsi di insegnamento e le relative prove d'esame, ma anche attraverso lo svolgimento dell'attività di tirocinio e la preparazione e discussione (in sede di esame di laurea) dell'elaborato della prova finale, durante la cui presentazione vengono valutati le capacità di sintesi, comunicazione ed esposizione del candidato.

Capacità di apprendimento:

Il laureato possiede le conoscenze di base e le capacità di apprendimento utili non solo all'ingresso nel mondo del lavoro ma anche alla prosecuzione in campo accademico con la laurea magistrale, certamente nella classe LM-49, ma con qualche debito formativo, anche in altre classi delle scienze economiche.

La capacità di apprendimento viene verificata in tutte le prove d'esame degli insegnamenti curriculari, in eventuali prove in itinere e nell'esame finale di laurea, momento importante per la sperimentazione pratica e la valutazione sul raggiungimento degli obiettivi formativi programmati.

## **Sbocchi occupazionali**

Profilo:

Agenti di pubblicità

Funzioni:

Il corso è finalizzato alla preparazione di laureati rispondenti alle conoscenze e competenze generali per la promozione dei maggiori canali di informazione turistica.

Competenze:

I laureati sono in grado di svolgere pubblicità turistica, marketing turistico, realizzazione di siti web, ecc.

Sbocchi:

Enti pubblici, enti pubblici territoriali, agenzie di pubblicità, ecc.

Profilo:

Tecnici delle attività ricettive e professionali assimilate

Funzioni:

Il corso mira a creare laureati con competenze per la produzione e scambio del servizio di ospitalità.

Competenze:

Capacità di organizzare o gestire azioni di marketing turistico che vanno dal saper organizzare eventi di promozione e sviluppo del turismo, alla raccolta e analisi dei dati statistici sui flussi turistici, al verificare la conformità a standard di qualità, al curare i rapporti con i tour operator e gli agenti di viaggio, a progettare e organizzare attività turistiche, ecc.

Sbocchi:

Enti pubblici, enti pubblici territoriali, aziende alberghiere, ecc.

Profilo:

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)

Organizzatori di fiere, esposizioni ed eventi culturali

Funzioni:

Il corso mira a formare una figura che possiede le conoscenze sulle varie attività necessarie all'ideazione, all'organizzazione e alla gestione di fiere, esposizioni ed eventi culturali.

Competenze:

Il laureato possiede le capacità organizzative e di gestione di fiere, esposizioni ed eventi culturali. È in grado di fornire servizi per l'organizzazione e la gestione di fiere; collocare gli spazi e gli ambienti espositivi disponibili, di organizzare la fruizione da parte del pubblico e degli espositori.

Sbocchi:

Enti pubblici territoriali, strutture private. Addetti all'accoglienza e all'informazione nelle imprese e negli enti pubblici.

Profilo:

Organizzatori di Convegni e ricevimenti

Funzioni:

Il corso mira a formare quelle professioni volte a organizzare convegni, conferenze e ricevimenti garantendo accoglienza, socialità e servizi ai convenuti.

Competenze:

Meeting planner, organizzatore di convegni, organizzatore di feste, organizzatore ricevimenti, party manager, responsabile centro congressi.

Sbocchi:

Imprese e enti pubblici come addetti all'accoglienza e all'informazione, assistenti congressuali.

Profilo:

Agenti di viaggio

Funzioni:

Il corso mira a formare la figura dell'agente di viaggio che ai tempi nostri si è evoluta grazie ai cambiamenti apportati dalle nuove tecnologie, dalla mutata sensibilità dei clienti, dal cambiamento stesso dei motivi che spingono le persone a viaggiare.

Competenze:

L'agente di viaggio deve essere in grado di operare all'interno di agenzie di viaggio a contatto con il pubblico e attraverso le Olta (On line travel agency), in grado di proporre viaggi con modalità professionali acquisite grazie alle conoscenze linguistiche e alle tecniche di vendita e comunicazione.

Sbocchi:

Agenzie viaggi, network (gruppi consorziati di agenzie di viaggi), Olta (On line travel agency), Associazioni turistiche

Profilo:

Guide turistiche

Funzioni:

Il corso mira a formare la figura di chi accompagna persone singole o gruppi di persone nelle visite ad opere d'arte, a musei, a gallerie, a scavi archeologici, illustrandone le attrattive storiche, artistiche, monumentali, paesaggistiche e naturali

Competenze:

La guida turistica deve conoscere la lingua straniera, avere conoscenze approfondite in campo storico-artistico, culturale e naturalistico relative all'ambito territoriale

Sbocchi:

La guida turistica trova lavoro presso agenzie di viaggio, tour operator, enti turistici di ogni genere

### Caratteristiche della prova finale

Per conseguire la laurea lo/a studente/ssa deve avere acquisito 180 crediti formativi compresi quelli relativi alla prova finale pari a 3 cfu. 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. La prova finale consiste in una prova orale secondo modalità definite dal regolamento sulla prova finale del Corso di Laurea per ogni a.a., nel rispetto e in coerenza della tempistica, delle prescrizioni ministeriali e delle inerenti linee guida di Ateneo.

Insegnamenti 1° anno	CFU	Sem.	Val.	SSD	TAF
04677 - LINGUA INGLESE <i>Pagano(PC)</i>	12	1	V	L-LIN/12	A
10987 - MATEMATICA ED ELEMENTI DI INFORMATICA <i>Pecorella(PA)</i>	6	1	V	SECS-S/06	C
02718 - ECONOMIA DEL TURISMO <i>Purpura(PQ)</i>	9	2	V	SECS-P/06	C
11254 - ISTITUZIONI DI DIRITTO C.I.	12	2	V		
- DIRITTO PRIVATO <i>Montanari(RD)</i>	6	1		IUS/01	A
- DIRITTO PUBBLICO <i>Anselmo(PQ)</i>	6	2		IUS/09	A
04047 - ISTITUZIONI DI ECONOMIA <i>Fazio(PA)</i>	9	2	V	SECS-P/01	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 1 ° anno	CFU	Sem.	Val.	SSD	TAF
Gruppo di attiv. form. opzionali	16				B

**64**

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
15469 - ECONOMIA AZIENDALE / CONTABILITA' E BILANCIO C.I. <i>- ECONOMIA AZIENDALE Ruisi(PO)</i>	12	Ann.	V		
<i>- ECONOMIA AZIENDALE Ruisi(PO)</i>	6	1		SECS-P/07	A
<i>- CONTABILITA' E BILANCIO DELLE AZIENDE TURISTICHE Picciotto(RU)</i>	6	2		SECS-P/07	B
06644 - STATISTICA <i>Balsamo(PQ)</i>	6	1	V	SECS-S/01	A
07992 - ECONOMIA DELL'INDUSTRIA TURISTICA <i>Ruggieri(PA)</i>	6	2	V	SECS-P/06	C
03604 - GEOGRAFIA <i>Cusimano(PQ)</i>	8	2	V	M-GGR/01	A
16945 - SOCIOLOGIA DEL TURISMO <i>Lo Verde(PO)</i>	8	2	V	SPS/07	B
06664 - STATISTICA DEL TURISMO <i>De Cantis(PO)</i>	6	2	V	SECS-S/05	B
06672 - STATISTICA ECONOMICA <i>Cuffaro(PQ)</i>	6	2	V	SECS-S/03	B
Gruppo di attiv. form. opzionali II	7				A

**65**

Insegnamenti 3 ° anno	CFU	Sem.	Val.	SSD	TAF
04869 - MARKETING TURISTICO <i>Levanti(PA)</i>	6	1	V	SECS-P/08	A
14184 - TIROCINIO FORMATIVO E DI ORIENTAMENTO	12	1	G		F
05419 - ORGANIZZAZIONE AZIENDALE <i>Ingrassia(PO)</i>	6	2	V	SECS-P/10	B
05917 - PROVA FINALE	3	2	V		E
Gruppo di attiv. form. opzionali III	6				C
Gruppo di attiv. form. opzionali IV	6				B
Attiv. form. a scelta dello studente (consigliate)	12				D

**51**

## 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>Mazzola(IE)</i>	8	1	V	L-ART/02	B
07079 - STORIA MODERNA <i>Giuffrida(PQ)</i>	8	1	V	M-STO/02	B

Gruppo di attiv. form. opzionali II	CFU	Sem.	Val.	SSD	TAF
04664 - LINGUA FRANCESE <i>Gugliotta(PC)</i>	7	1	V	L-LIN/04	A

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)

## GRUPPI DI ATTIVITA' FORMATIVE OPZIONALI

<b>Gruppo di attiv. form. opzionali II</b>	<b>CFU</b>	<b>Sem.</b>	<b>Val.</b>	<b>SSD</b>	<b>TAF</b>
04718 - LINGUA SPAGNOLA <i>Restivo(PC)</i>	7	1	V	L-LIN/07	A
<b>Gruppo di attiv. form. opzionali III</b>	<b>CFU</b>	<b>Sem.</b>	<b>Val.</b>	<b>SSD</b>	<b>TAF</b>
17902 - STATISTICA PER LE AZIENDE TURISTICHE <i>Cracolici(PO)</i>	6	2	V	SECS-S/03	C
15483 - TECNICHE DI RILEVAZIONE E ANALISI DEI CONSUMI TURISTICI <i>Attanasio(PO)</i>	6	2	V	SECS-S/05	C
<b>Gruppo di attiv. form. opzionali IV</b>	<b>CFU</b>	<b>Sem.</b>	<b>Val.</b>	<b>SSD</b>	<b>TAF</b>
17904 - GESTIONE DELLE IMPRESE TURISTICHE <i>Levanti(PA)</i>	6	1	V	SECS-P/08	B
05718 - POLITICA ECONOMICA <i>Agnello(PO)</i>	6	2	V	SECS-P/02	B
06318 - SCIENZA DELLE FINANZE <i>Berritella(PA)</i>	6	1	V	SECS-P/03	B
<b>Attiv. form. a scelta dello studente (consigliate)</b>	<b>CFU</b>	<b>Sem.</b>	<b>Val.</b>	<b>SSD</b>	<b>TAF</b>
18029 - ECONOMIA AGRARIA DELLE AZIENDE TURISTICHE <i>Donia(PA)</i>	6	2	V	AGR/01	D
18444 - LINEAMENTI DI DIRITTO SPORTIVO <i>Riccobene(RU)</i>	6	2	V	IUS/01	D

## PROPEDEUTICITA' TRA INSEGNAMENTI

- 04869 - MARKETING TURISTICO  
15469 - ECONOMIA AZIENDALE / CONTABILITA' E BILANCIO C.I.
- 06664 - STATISTICA DEL TURISMO  
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)