

# MANAGER DEL TURISMO (LB41)

(Lecce - Università degli Studi)

## Insegnamento GEOGRAFIA DEL TURISMO II

GenCod A004848

**Docente titolare** FEDERICA EPIFANI

**Insegnamento** GEOGRAFIA DEL TURISMO II

**Insegnamento in inglese** TOURISM GEOGRAPHY II

**Settore disciplinare** M-GGR/02

**Corso di studi di riferimento** MANAGER DEL TURISMO

**Tipo corso di studi** Laurea

**Crediti** 6.0

**Ripartizione oraria** Ore Attività frontale: 48.0

**Per immatricolati nel** 2020/2021

**Erogato nel** 2021/2022

**Anno di corso** 2

**Lingua** ITALIANO

**Percorso** PERCORSI COMUNE/GENERICO

**Sede** Lecce

**Periodo** Primo Semestre

**Tipo esame** Orale

**Valutazione** Voto Finale

**Orario dell'insegnamento**

<https://easyroom.unisalento.it/Orario>

---

## BREVE DESCRIZIONE DEL CORSO

In un mondo sempre più interconnesso e fluido, anche il turismo si configura come fenomeno dalla crescente complessità.

La geografia intesa come studio delle relazioni a livello multi-scalare dota la studiosa e lo studioso di un'ampia gamma di strumenti utili a interpretare, in un'ottica olistica, il turismo come driver di sviluppo e come fattore di pressione sul territorio. Significa, quindi, interrogarsi sugli impatti delle attività turistiche sui territori (sostenibilità); sul contributo del turismo alle traiettorie di sviluppo; sulle riconfigurazioni spaziali e territoriali che ne derivano.

Inoltre, la natura intrinseca della geografia quale rappresentazione di una determinata realtà implica la necessità di un approccio molteplice, atto a dar conto di rappresentazioni "altre", plurali.

A livello turistico, ciò si riflette sulla soggettività dell'esperienza turistica: "cosa mi aspetto, sulla base di quello che conosco, cosa cerco, sulla base dei miei bisogni"; ma riguarda anche il processo di costruzione delle narrazioni inerenti la destinazione turistica, e che contribuiscono a crearne l'immagine, poiché "lo spazio turistico è prima di tutto un'immagine" (Miossec). Un'immagine che, a seconda dei casi, asseconda delle traiettorie mainstream, etero-determinate, iperconnette (Epifani et al.), laddove l'obiettivo ultimo è quello di attrarre un target il più vasto possibile; oppure orientativo-attrattiva (Pollice), laddove le strategie di pianificazione turistica sono frutto della progettazione condivisa degli attori locali e ruotano attorno alla valorizzazione del patrimonio culturale territoriale integrando tanto le esigenze delle comunità quanto quelle dei turisti/visitatori, i quali ricercano sempre più esperienze immersive che permettano loro di vivere i luoghi quali cittadine e cittadini temporanee/i.

In un mondo sempre più interconnesso e fluido, anche il turismo si configura come fenomeno dalla crescente complessità.

La geografia intesa come studio delle relazioni a livello multi-scalare dota la studiosa e lo studioso di un'ampia gamma di strumenti utili a interpretare, in un'ottica olistica, il turismo come driver di sviluppo e come fattore di pressione sul territorio. Significa, quindi, interrogarsi sugli impatti delle attività turistiche sui territori (sostenibilità); sul contributo del turismo alle traiettorie di sviluppo; sulle riconfigurazioni spaziali e territoriali che ne derivano.

Inoltre, la natura intrinseca della geografia quale rappresentazione di una determinata realtà implica la necessità di un approccio molteplice, atto a dar conto di rappresentazioni "altre", plurali.

A livello turistico, ciò si riflette sulla soggettività dell'esperienza turistica: "cosa mi aspetto, sulla base di quello che conosco, cosa cerco, sulla base dei miei bisogni"; ma riguarda anche il processo di costruzione delle narrazioni inerenti la destinazione turistica, e che contribuiscono a crearne l'immagine, poiché "lo spazio turistico è prima di tutto un'immagine" (Miossec). Un'immagine che, a seconda dei casi, asseconda delle traiettorie mainstream, etero-determinate, iperconnette (Epifani et al.), laddove l'obiettivo ultimo è quello di attrarre un target il più vasto possibile; oppure orientativo-attrattiva (Pollice), laddove le strategie di pianificazione turistica sono frutto della progettazione condivisa degli attori locali e ruotano attorno alla valorizzazione del patrimonio culturale territoriale integrando tanto le esigenze delle comunità quanto quelle dei turisti/visitatori, i quali ricercano sempre più esperienze immersive che permettano loro di vivere i luoghi quali cittadine e cittadini temporanee/i.

Su queste basi teoriche e attraverso esperienze di simulazione, il corso intende fornire alle studentesse e agli studenti gli elementi necessari alla definizione di progetti di valorizzazione turistica del territorio.

---

## PREREQUISITI

Conoscenze di base di geografia del turismo  
Propedeuticità richiesta: geografia del turismo I

---

## OBIETTIVI FORMATIVI

### Obiettivi formativi:

Obiettivo del corso è sviluppare negli studenti un insieme di competenze che consenta loro di elaborare e promuovere in piena autonomia un piano di valorizzazione sostenibile del turismo per territori, risorse culturali/naturali, organizzazioni economiche, imparando ad interagire con enti pubblici e privati che operano nel settore turistico e in settori ad esso correlati e a coinvolgere le comunità locali in modo da promuovere forme di sviluppo endogeno, autocentrato e community involved.

### Risultati attesi secondo i descrittori di Dublino:

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

- Conoscenze e comprensione degli spazi turistici nelle loro diverse configurazioni;
  - Conoscenze e comprensione dei flussi turistici nelle loro caratteristiche quantitative, qualitative, tipologiche ed evolutive;
  - Conoscenze e comprensione dei principi e delle metodologie che presiedono alla pianificazione turistica del territorio;
  - Conoscenze e comprensione dei principi e degli strumenti per promuovere la valorizzazione turistica del territorio;

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

- Capacità di applicare conoscenze e comprensione all'analisi e pianificazione dei territori turistici nelle loro diverse configurazioni;

### Autonomia di giudizio (*making judgements*)

- Autonomia di giudizio nella valutazione dei fenomeni turistici siano essi relativi alla domanda o all'offerta;
- Autonomia di giudizio nella valutazione e selezioni delle opzioni strategiche ed operative in termini di pianificazione turistica;

### Abilità comunicative (*communication skills*)

- Abilità comunicative relative alla capacità di interloquire con soggetti e professionalità che operano nel settore turistico e nei settori ad esso funzionalmente collegati;
- Abilità comunicative relative alla capacità di coinvolgere i propri interlocutori;

### Capacità di apprendimento (*learning skills*)

Capacità di apprendimento in contesti dinamici ed estremamente complessi.

---

## METODI DIDATTICI

Convenzionale con lezioni frontali ed esercitazioni  
Seminari di approfondimento e incontri con testimoni privilegiati  
Lavori di gruppo

---

## MODALITA' D'ESAME

Esame orale.

Gli studenti frequentanti sono tenuti a presentare un'idea progettuale sulla base delle indicazioni fornite a lezione.

Modalità di accertamento: L'accertamento della conoscenza e della capacità di comprensione avviene tramite una prova orale attraverso la quale si verifica la capacità di analisi critica delle principali tematiche affrontate dal corso, nonché le capacità applicative e progettuali.

Lo Studente, disabile e/o con DSA, che intende usufruire di un intervento individualizzato per lo svolgimento della prova d'esame deve contattare l'ufficio Integrazione Disabili dell'Università del Salento all'indirizzo [paola.martino@unisalento.it](mailto:paola.martino@unisalento.it)

---

## PROGRAMMA ESTESO

Strumenti teorici generali - rassegna dei principali concetti geografici, secondo i diversi orientamenti. Scala, transcalarità. Regione, tipologie di regioni, regione turistica. Spazio e territorio: configurazioni della territorialità. Sviluppo, sviluppo locale, sostenibilità.

Attività ricreative e turismo - definizioni e approcci teorici. - il turismo nell'economia mondiale; - turismo e globalizzazione La domanda di turismo e attività ricreative. L'offerta di turismo e attività ricreative. l'analisi strategica dello spazio turistico; forme e modelli di coinvolgimento delle comunità locali; la pianificazione dello spazio turistico: teoria e metodi; la qualità sostenibile nel turismo; Marketing e Branding territoriale

Contesti - Aree rurali. Aree costiere. SIDS. Centri storici.

Narrazioni territoriali e definizione dell'immagine turistica. Fonti e dati. Tecniche di Placetelling e relative applicazioni.

---

## TESTI DI RIFERIMENTO

Per gli studenti frequentanti non vi sono testi di riferimento, costituirà infatti materia d'esame il materiale didattico fornito durante le lezioni e caricato nella repository di questa pagina.

Per gli studenti non frequentanti, **oltre ai saggi caricati nella repository di questa pagina**, è previsto lo studio dei seguenti volumi:

Gavinelli D., Zanolin G., Geografie del turismo contemporaneo. Pratiche, narrazioni, luoghi, 2019, Carocci