

# MANAGEMENT DELLE ORGANIZZAZIONI TURISTICHE (LB53)

(Lecce - Università degli Studi)

## Insegnamento **SOCIOLOGIA DEI PROCESSI CULTURALI E COMUNICATIVI**

GenCod A006950

**Docente titolare** Luigi SPEDICATO

**Insegnamento** SOCIOLOGIA DEI PROCESSI CULTURALI E COMUNICATIVI

**Insegnamento in inglese** SOCIOLOGY OF CULTURAL AND COMMUNICATIVE

**Settore disciplinare** SPS/08

**Corso di studi di riferimento** MANAGEMENT DELLE ORGANIZZAZIONI

**Tipo corso di studi** Laurea

**Crediti** 6.0

**Ripartizione oraria** Ore Attività frontale: 48.0

**Per immatricolati nel** 2022/2023

**Erogato nel** 2023/2024

**Anno di corso** 2

**Lingua** ITALIANO

**Percorso** PERCORSI COMUNE/GENERICO

**Sede** Lecce

**Periodo** Secondo Semestre

**Tipo esame** Orale

**Valutazione** Voto Finale

**Orario dell'insegnamento**

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

### BREVE DESCRIZIONE DEL CORSO

Coerentemente con gli obiettivi generali del Corso di Laurea in cui è inserito, il corso di Sociologia dei processi culturali e comunicativi ha lo scopo di fornire strumenti di conoscenza e di competenza sociologica rispetto alla comunicazione come strumento di una molteplicità di relazioni sociali nella società contemporanea. Il corso verterà sui principali orientamenti dell'approccio sociologico allo studio della comunicazione anche negli ambienti digitali, e sull'uso efficace della comunicazione in ambito turistico. In particolare, saranno trattati i seguenti temi:  
Teorie della comunicazione di massa con particolare attenzione agli effetti dei media  
Tecniche di segmentazione del target e di pianificazione di campagne comunicative sul prodotto-turismo  
I media digitali ed il loro impatto sociale

### PREREQUISITI

Non sono richiesti prerequisiti.

OBIETTIVI FORMATIVI	<p>Al termine del corso gli studenti avranno sviluppato: Autonomia di giudizio, abilità comunicative e capacità di apprendimento verranno sviluppate attraverso lavori di gruppo svolto dagli studenti. L'esame finale mira a verificare i risultati di apprendimento attesi in relazione alle dinamiche di conoscenza e comprensione, di presentazione critica di concetti, prospettive teoriche, ambiti di discussione e di ricerca empirica riguardanti il tema della sociologia della comunicazione e della sociologia dei media digitali.</p> <p><u>Risultati attesi secondo i descrittori di Dublino:</u></p> <p>Conoscenza e capacità di comprensione (<i>knowledge and understanding</i>):          Conoscenza e comprensione del funzionamento delle dinamiche comunicative. Conoscenza e comprensione delle teorie sugli effetti dei media. Conoscenza e competenze rispetto ad ambiti applicativi delle teorie delle comunicazioni quali l'analisi delle audience, attori, processi e dinamiche del consumo culturale, metodologie di segmentazione dei pubblici dei vari media.</p> <p><u>Capacità di applicare conoscenza e comprensione (<i>applying knowledge and understanding</i>)</u>          Capacità di applicare pragmaticamente le principali teorie della sociologia della comunicazione ai contesti operativi che caratterizzano l'azione del manager turistico, con particolare riferimento alle tecniche di segmentazione del target in attività di pianificazione e realizzazione di campagne comunicative sui media.</p> <p><u>Autonomia di giudizio (<i>making judgements</i>)</u>          L'autonomia di giudizio viene conseguita sviluppando la capacità di interpretare i mutamenti nella composizione delle audience quale premessa per l'individuazione delle strategie comunicative più efficaci nella promozione e nella comunicazione del prodotto-turismo.</p> <p><u>Abilità comunicative (<i>communication skills</i>)</u>          Capacità di ideare e sviluppare modelli comunicativi orientati a target diversificati in contesti caratterizzati da una elevata diversificazione degli orizzonti di scelta del prodotto-turismo.</p> <p><u>Capacità di apprendimento (<i>learning skills</i>)</u>          Capacità di apprendimento continuo dell'innovazione nelle strategie comunicative soprattutto con riferimento ai media digitali</p>
---------------------	---

METODI DIDATTICI	Lezioni frontali con il supporto di materiali audiovisivi; partecipazione, anche in modalità online, di testimoni privilegiati; lavori individuali e di gruppo su temi proposti dal docente.
------------------	--

MODALITA' D'ESAME	<p>L'esame verrà svolto in modalità orale, con votazione espressa in trentesimi. Gli studenti possono presentare elaborati scritti da discutere in sede d'esame, purché su temi concordati preventivamente con il docente.</p> <p>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 <a href="mailto:paola.martino@unisalento.it">paola.martino@unisalento.it</a></p>
-------------------	--

APPELLI D'ESAME	Le date e gli orari degli appelli d'esame sono reperibili sulla pagina personale del docente e sulla piattaforma ESSE3.
-----------------	---

ALTRE INFORMAZIONI UTILI	Studenti e laureandi possono chiedere un appuntamento al docente inviando una mail ai seguenti indirizzi: <a href="mailto:luigi.spedicato@unisalento.it">luigi.spedicato@unisalento.it</a> oppure <a href="mailto:prof.luigispedicato@gmail.com">prof.luigispedicato@gmail.com</a>
--------------------------	--

---

## PROGRAMMA ESTESO

Media, comunicazione, cultura e società. Gli effetti dei media. Lo sviluppo dei media studies: ricerca amministrativa, teorie dell'influenza selettiva, gli audience studies. Metodologie e tecniche di segmentazione del target. La società delle Reti e i media digitali. La comunicazione turistica.

---

## TESTI DI RIFERIMENTO

M. G. Giacomarra, Turismo e comunicazione. Strategie di costruzione del prodotto turistico, Sellerio editore, Palermo, 2005.

S. Bentivegna, G. Boccia Artieri, Le teorie delle comunicazioni di massa e la sfida digitale, Laterza, Bari-Roma, 2019.