PROGRAMMA DEL CORSO DI SOCIOLOGIA DEL TURISMO

SETTORE SCIENTIFICO

SPS/08

CFU

8

VERIFICA

L'esame può essere sostenuto sia in forma scritta che in forma orale.

L'esame orale consiste in un colloquio nel corso del quale il docente formula di solito tre domande. L'esame scritto consiste nello svolgimento di un test con 30 domande. Per ogni domanda lo studente deve scegliere una di 4 possibili risposte. Solo una risposta è corretta.

Sia le domande orali che le domande scritte sono formulate per valutare sia il grado di comprensione delle nozioni teoriche sia la capacità di ragionare utilizzando tali nozioni. Le domande sulle nozioni teoriche consentiranno di valutare il livello di comprensione. Le domande che richiedono l'elaborazione di un ragionamento consentiranno di valutare il livello di competenza e l'autonomia di giudizio maturati dallo studente.

Le abilità di comunicazione e la capacità di apprendimento saranno valutate attraverso le interazioni dirette tra docente e studente che avranno luogo durante la fruizione del corso (videoconferenze, e-tivity report, studio di casi elaborati) proposti dal docente o dal tutor.

AGENDA

L'iscrizione e i rapporti con gli studenti sono gestiti mediante la piattaforma informatica che permette l'iscrizione ai corsi, la fruizione delle lezioni, la partecipazione a forum e tutoraggi, il download del materiale didattico e la comunicazione con il docente.

Un tutor assisterà gli studenti nello svolgimento di queste attività.

ATTIVITÀ DI DIDATTICA EROGATIVA (DE)

DESCRIZIONE

- 1 - Introduzione alla sociologia del turismo
- 2 - Introduzione alla sociologia generale
- 3 - I concetti della sociologia. Azione, relazione, interazione sociale
- 4 - I concetti della sociologia. Struttura sociale, attore individuale e attore collettivo
- 5 - I concetti della sociologia: le istituzioni sociali (famiglia, religione e stratificazione sociale)
- 6 - I concetti della sociologia: società, sfera pubblica e opinione pubblica
- 7 - I concetti della sociologia: i media, la comunicazione e la società
- 8 - I concetti della sociologia: attori e processi della politica e società
- 9 - Società di massa e industria culturale
- 10 - Il postmoderno
- 11 - Comunicazione sociale e media
- 12 - Dalla società di massa alla società senza classi
- 13 - Sociologia del turismo: cenni storici
- 14 - La sociologia del turismo: Le interpretazioni sociologiche del turismo
- 15 - La ricerca sociologica: gli istituti di ricerca e il disegno della ricerca
- 16 - Il disegno della ricerca: elementi fondamentali
- 17 - Il disegno della ricerca: come costruire un questionario con Google Drive
- 18 - Il questionario: editing, indici ed items
- 19 - Come diffondere un questionario online
- 20 - Come analizzare i risultati di un questionario con Google Drive
- 21 - Costruire una ricerca sul turismo: la costruzione di una survey per una località turistica
- 22 - Costruire una ricerca sul turismo: la costruzione di una survey per un'impresa turistica
- 23 - Costruire una ricerca sul turismo: la costruzione di una survey per la valutazione della comunicazione di un'impresa turistica
- 24 - Costruire una ricerca sul turismo la costruzione di una survey per la valutazione della comunicazione di un prodotto/servizio turistico
- 25 - Il progetto di ricerca: altri strumenti metodologici

- 26 - Fondamenti teorici della comunicazione di massa
- 27 - Modelli teorici del processo di comunicazione
- 28 - Canva: gli strumenti base per la promozione l'impresa turistica
- 29 - Modello esecutivo di costruzione di un messaggio pubblicitario
- 30 - Canva: gli strumenti fondamentali della progettazione esecutiva
- 31 - Canva: gli strumenti opzionali della progettazione esecutiva
- 32 - Costruire una campagna post per i social network con Canva
- 33 - Costruire una campagna di affissione con Canva
- 34 - Costruire un video con Canva
- 35 - Costruire depliant, volantini e infografiche per il turismo con Canva
- 36 - Modelli strategici del messaggio pubblicitario
- 37 - Come costruire un piano di comunicazione per il turismo: fasi preliminari
- 38 - Il piano di comunicazione: definizione del posizionamento
- 39 - Il piano di comunicazione: dall'analisi verso la strategia
- 40 - Il brief e come nasce una campagna pubblicitaria
- 41 - Il sistema dei media e il media planning
- 42 - Gli strumenti del digital marketing: gli strumenti di analytics
- 43 - Gli strumenti del digital marketing: altri strumenti di analisi
- 44 - Gli strumenti del digital marketing: strumenti di SEO e per il web
- 45 - Gli strumenti del digital marketing: gli strumenti SEM
- 46 - Gli strumenti del digital marketing: gli strumenti editoriali
- 47 - Gli strumenti del digital marketing: il piano editoriale
- 48 - Riepilogo percorso didattico e prospettive della disciplina