



Denominazione	LABORATORIO DI SVILUPPO TURISTICO e di DESTINATION MANAGEMENT (LUM TDDM LaB)
Moduli componenti	-
Settore scientifico-disciplinare	SECS-P/07
Anno di corso e semestre di erogazione	3° anno, 2° semestre
Lingua di insegnamento	-
Carico didattico in crediti formativi universitari	4
Numero di ore di attività didattica frontale	24 ore
Docente	Prof. Francesco Saverio Massari (in collaborazione con A.R.E.T. Pugliapromozione)
Risultati di apprendimento specifici	<p>Il turismo non può più essere considerato un settore a sé stante. Come dimostrato dalle azioni dei paesi maggiormente competitivi ed espresso nelle linee strategiche delle maggiori istituzioni internazionali (UN, WTO), esso costituisce una parte essenziale dello sviluppo sostenibile (economico, sociale, ambientale, culturale, ecc.) delle comunità, dei territori e delle nazioni. Pertanto, occorre conoscerlo e gestirlo con le conoscenze/competenze più opportune.</p> <p>Realizzato in collaborazione con Pugliapromozione (Agenzia REgionale del Turismo), il II TDDM LaB intende essere un "luogo" di dialogo, apprendimento e confronto critico per quanto riguarda le tematiche della gestione strategica e operativa del turismo, tanto a livello dei singoli operatori interessati, quanto a livello di coordinamento e promozione territoriale (Destination Management). Pertanto, in un'ottica di dialogo studenti-docenti-operatori (imprese, funzionari pubblici, ecc.), vengono approfonditi i processi strategici, gestionali, di marketing e di innovazione che devono essere implementati per co-creare con il turista un'esperienza positiva e memorabile, garantendo, contemporaneamente, lo sviluppo sostenibile della destinazione.</p>
Programma	<p>Il TDDM LaB prevede una formazione teorica relativa alle seguenti tematiche di base:</p> <ul style="list-style-type: none"> - La definizione di turismo. Il contesto di riferimento e i cambiamenti intervenuti nelle dinamiche turistiche nazionali ed internazionali. Il settore turistico tra Sharing Economy, Digitalizzazione e Sviluppo sostenibile. - I cambiamenti riguardanti la domanda. Il turismo secondo la prospettiva della «value-in-experience»: il turista quale portatore di competenze e co-creatore/co-innovatore dell'esperienza. L'importanza di saper progettare e co-realizzare una "tourist experience" unica, memorabile e innovativa. - La Technology Enhanced Destination Experience. L'innovazione digitale a supporto delle sinergie tra cultura e turismo. I Big Data e l'Intelligenza Artificiale – i Social Networks - la Realtà Virtuale e la Realtà Aumentata – il Metaverso - I vari tipi di operatori del sistema turistico. Gli alberghi: i processi gestionali, strategici ed organizzativi. Gli aspetti normativi. Il Digital Marketing e il Revenue Management. L'importanza del Design e i Boutique/Design hotel. Le catene alberghiere. I B&B e la dimensione «relazionale-esperenziale». L'ospitalità diffusa. Il turismo e la valorizzazione delle risorse territoriali: gli agriturismi. - I Tour Operator e le Agenzie di Viaggio. Le OTA e i platform business model. - Approfondimenti su: turismo enogastronomico – turismo & cultura – M.I.C.E. & Bleisure – Wedding tourism – Mare & Nautica. L'attenzione all'accessibilità e all'inclusività nei processi turistici. - Il networking territoriale in ambito turistico: la Destinazione. La competitività delle destinazioni tra sviluppo sostenibile e digitalizzazione: i principali indici e modelli di analisi. Il Destination Management e il Destination Marketing. Le relazioni tra il turismo e gli altri settori collegati (il cinema, l'arte, la cultura, l'enogastronomia, ecc.). Le capitali europee dello Smart Tourism: alcuni casi di successo. <p>Contestualmente, il TDDM LaB prevede diverse tipologie di eventi laboratoriali (realizzati con partner privati e pubblici) riguardanti approfondimenti tematici quali, per esempio:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Innovare la M.I.C.E. experience - Bellezza, design, tradizione e innovazione. Come co-creare una wedding experience memorabile



	<ul style="list-style-type: none">- La rivoluzione digitale a supporto delle sinergie tra turismo e cultura- La digitalizzazione a supporto del Revenue management e della sostenibilità nelle grandi catene alberghiere- L'esperienza turistica legata alla valorizzazione del territorio e del patrimonio enogastronomico- Destination Management e Destination Marketing: il ruolo di Pugliapromozione- Attività progettuali e di ricerca svolte in collaborazione con Pugliapromozione (quali per esempio la partecipazione ai tavoli di confronto per l'aggiornamento del Piano Strategico Regionale sul Turismo)
Tipologie di attività didattiche previste e relative modalità di svolgimento	Adottando un'ottica multidisciplinare, il TDDM LaB prevede la realizzazione di lezioni introduttive indirizzate ad agevolare il collegamento tra le conoscenze acquisite durante i corsi di insegnamento e quelle relative alle dinamiche turistiche. Successivamente, grazie al supporto degli esperti di Pugliapromozione e dei partner imprenditoriali LUM, l'obiettivo è quello di dare un "senso" alle conoscenze, trasformandole in competenze. Le conoscenze saranno contestualizzate e calate nella realtà operativa. In tal modo, gli studenti potranno padroneggiare le competenze e gli strumenti manageriali più importanti a livello turistico. Altro importante obiettivo è lo sviluppo di un approccio critico indirizzato all'innovazione. Le attività del Laboratorio consistono in workshop; visite aziendali; eventi formativi on site/on line e nella realizzazione di progetti individuali/in team. Dette attività saranno sviluppate attraverso metodologie formative innovative (processi di active learning – cooperative learning – flipped classroom).
Metodi e criteri di valutazione dell'apprendimento	L'attribuzione dei crediti stabiliti annualmente in riferimento al TDDM LaB avverrà al termine del calendario degli eventi, verificandosi entrambe le seguenti condizioni: <ul style="list-style-type: none">- la frequenza di almeno il 70% delle ore collegate con la realizzazione degli eventi laboratoriali;- la realizzazione di un project work finale da presentare in occasione della sessione finale del laboratorio.
Criteri di misurazione dell'apprendimento e di attribuzione del voto finale	<ul style="list-style-type: none">- Non è prevista l'attribuzione di un voto finale.- Agli studenti frequentanti almeno il 70% delle ore collegate con la realizzazione degli eventi laboratoriali e che svolgeranno l'esercitazione finale valutata positivamente, sarà rilasciato un attestato finale di partecipazione "LUM – Pugliapromozione".- Laddove risultino soddisfatti i requisiti di cui sopra, il laboratorio potrà essere riconosciuto come tirocinio formativo. Ai fini del calcolo delle frequenze verranno rilevate le presenze attraverso i codici di accesso agli eventi laboratoriali.
Propedeuticità	Conoscenze di base necessarie per seguire il corso con profitto: economia aziendale, strategia aziendale, marketing, contabilità, organizzazione aziendale.
Materiale didattico utilizzato e materiale didattico consigliato	Slides a cura del docente