Università Mercatorum
Università telematica delle Camere di Commercio Italiane

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)

48 Videolezioni + 48 test di autovalutazione Impegno totale stimato: 48 ore

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