

# GESTIONE DELLE ATTIVITA' TURISTICHE E CULTURALI (LM02)

(Lecce - Università degli Studi)

## Insegnamento **STORIA ECONOMICA DEL TURISMO**

GenCod 02757

**Insegnamento** STORIA ECONOMICA DEL TURISMO **Anno di corso** 2

**Insegnamento in inglese** ECONOMIC HISTORY OF TOURISM

**Lingua** ITALIANO

**Settore disciplinare** SECS-P/12

**Percorso** PERCORSO  
GENERICO/COMUNE

**Corso di studi di riferimento** GESTIONE DELLE ATTIVITA' TURISTICHE E

**Docente** ALESSANDRA TESSARI

**Tipo corso di studi** Laurea Magistrale

**Sede** Lecce

**Crediti** 8.0

**Periodo** Secondo Semestre

**Ripartizione oraria** Ore Attività frontale:

**Tipo esame** Orale

64,0  
**Per immatricolati nel** 2017/2018

**Valutazione** Voto Finale

**Erogato nel** 2018/2019

**Orario dell'insegnamento**

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

### BREVE DESCRIZIONE DEL CORSO

Nel corso: 1) si descrive l'evoluzione nel lungo periodo del fenomeno turistico usando i criteri della diffusione tra le classi sociali e l'impatto economico delle diverse tipologie di vacanza; 2) si illustrano i principali fattori che influenzano la nascita, lo sviluppo e il declino delle tipologie di vacanza, con particolare riferimento alle trasformazioni culturali, tecnologiche ed organizzative che si verificano a partire dal XV secolo; 3) si approfondiscono le relazioni tra il fenomeno turistico e il contesto economico/politico in cui operano i diversi attori nazionali e sovranazionali; 4) si illustrano le principali teorie che spiegano le relazioni di potere alla base dell'industria turistica globale; 5) si descrive lo sviluppo del fenomeno turistico legato alla letteratura e al mondo del cinema soffermandosi sulle cause sottostanti, le motivazioni del turista e le diverse modalità in cui il

### PREREQUISITI

nessuno

---

## OBIETTIVI FORMATIVI

Il corso è incentrato sull'analisi delle diverse tipologie turistiche emerse nel corso del tempo, inserendole nel contesto storico/geografico di riferimento per permettere la comprensione del ruolo economico, sociale e culturale assunto di volta in volta dall'industria turistica. Inoltre, attraverso l'analisi di una particolare tipologia turistica (media tourism), fornisce gli strumenti teorici necessari per indagare le diverse motivazioni del turista e le risposte di chi si occupa di promozione turistica.

**Risultati attesi (in termini dei descrittori di Dublino)**

- **Conoscenze e comprensione (Knowledge and understanding):** Gli studenti conseguono conoscenze e capacità di comprensione e di interpretazione critica così da: (1) individuare le principali linee evolutive del fenomeno turistico nel lungo periodo; (2) riconoscere i principali fattori che influenzano la domanda e l'offerta turistica nel tempo; (3) comprendere il peso del fenomeno turistico sotto il profilo economico, sociale, culturale; (4) analizzare l'evoluzione nel tempo delle motivazioni/aspettative del turista e delle risposte più adeguate per soddisfarle.
- **Capacità di applicare conoscenze e comprensione (Applying knowledge and understanding):** Le conoscenze apprese consentiranno agli studenti di: (1) comprendere i fattori che spiegano l'evoluzione del fenomeno turistico nel tempo; (2) di analizzare il ruolo ricoperto dall'industria turistica quale motore di sviluppo economico, sociale e culturale nel corso del tempo e in un contesto sempre più globalizzato; (3) di avere una visione complessiva necessaria alla costruzione di un prodotto turistico di successo.
- **Autonomia di giudizio (Making judgements):** Le conoscenze apprese durante il corso consentiranno agli studenti di sviluppare una propria autonomia di giudizio in relazione all'impatto delle trasformazioni culturali, economiche, tecnologiche ed organizzative sul fenomeno turistico e sulla conseguente evoluzione dell'industria turistica. Di più, l'inserimento del fenomeno turistico nel contesto delle dinamiche storiche globali permetterà di comprenderne l'utilizzo ai fini propagandistici, di diplomazia culturale o di semplice motore di sviluppo economico. Inoltre, l'analisi di casi di studio delle diverse possibili motivazioni ed aspettative dei turisti sarà utile agli studenti per comprendere le possibili risposte degli attori interessati all'offerta e promozione turistica.
- **Abilità comunicative (Communication skills):** Le conoscenze apprese durante il corso e le esercitazioni su diversi casi di studio permetteranno agli studenti di redigere in modo competente rapporti e pareri su temi di e problemi di turismo in chiave sia storica che contemporanea.
- **Capacità di apprendimento (Learning skills):** Il corso si propone di sviluppare e affinare le capacità di apprendere degli studenti e di sviluppare le loro abilità di analisi e valutazione critica in

---

## METODI DIDATTICI

lezioni frontali, esercitazioni, lavori su casi di studio in piccoli gruppi

---

## MODALITA' D'ESAME

la valutazione dello studente si basa su una prova scritta selettiva in lingua italiana.

**Descrizione del metodo di accertamento:** la prova d'esame consta di due quesiti, uno per ciascuna delle parti trattate nel programma. I quesiti prevedono una risposta aperta e mirano ad accertare la conoscenza e la capacità di riorganizzare criticamente gli argomenti contenuti nel programma del corso, anche attraverso collegamenti opportuni tra gli stessi. Per superare l'esame è necessario ottenere la sufficienza in tutti i quesiti proposti.

Le nozioni acquisite dallo studente che supera l'esame sono in linea con i descrittori di Dublino declinati nella sezione "obiettivi formativi", ovvero conferiranno conoscenze e comprensione, capacità di applicare conoscenze e comprensione, autonomia di giudizio, abilità comunicative e capacità di apprendimento.

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).

---

## APPELLI D'ESAME

[https://easytest.unisalento.it/Calendario/Dipartimento\\_di\\_Scienze\\_dellEconomia/index.html](https://easytest.unisalento.it/Calendario/Dipartimento_di_Scienze_dellEconomia/index.html)

## PROGRAMMA ESTESO

### Parte generale:

- L'evoluzione dell'industria turistica fra tradizione e costante ricerca di novità
- Il Grand Tour tra classicismo, desiderio di pittoresco e culto del sublime
- l'alpinismo e la conquista del 'selvaggio': dall'impresa sull'Eiger del 'superuomo' Tony Kurz alle spedizioni commerciali sull'Everest di Rob Hall
- rivoluzione nei trasporti e nuove tipologie di vacanza nell'epoca Vittoriana
- il campeggio: da fuga romantica a pubblica istituzione a business privato
- l'invenzione della Costa Azzurra: da Francis Scott Fitzgerald a Brigitte Bardot
- crisi del '29, *Dust Bowl* e la nascita della *motel industry*
- turismo e strumentalizzazione politica: il turismo sociale dei regimi totalitari tra le due guerre
- Il Dopoguerra e l'*American way of life*: turismo *on the road* e il mito della Route 66
- imperialismo americano e pratica del surf: nasce la spiaggia globale
- dai primi viaggi organizzati dei Mechanics' Institutes ai pacchetti turistici di Thomas Cook
- "Hi-di-hi!"....."Hi-di-ho!" : lo straordinario successo dei villaggi turistici di Billy Butlin
- Piano Marshall: lo sviluppo turistico tra sforzo di ricostruzione e rischio totalitarismi
- dal primo movimento turistico internazionale (IUOTO) all'organizzazione mondiale per il turismo (WTO)
- dalla 'mistica della femminilità' del II dopoguerra alla controcultura del movimento *Hippy* di fine anni '60: il boom delle vacanze per tutta la famiglia
  - Walt Disney come mediatore storico dalla fine della società Vittoriana alla Guerra fredda: Disneyland e la formula dei parchi a tema

### Parte speciale: Media Tourism

- Analisi delle fonti: dai racconti di viaggio del Grand Tour al cinema contemporaneo
- analisi dei luoghi
- analisi delle motivazioni
- parchi letterari e festival culturali
- casi di studio:
  - - Dracula Tourism, place myth e place identity in Romania
  - - Tour crimes sulle orme di Wallander, Sherlock Holmes e Morse

## TESTI DI RIFERIMENTO

### **Per la parte generale**

- 1) O. Lofgren, "Storia delle vacanze", Milano, Mondadori 2001 (esclusi paragrafo 1.3 "Racconti e resoconti" e paragrafo 3.3 "A caccia di turisti")
- 2) E. G.E. Zuelow, "A History of Modern Tourism", London and NY, Palgrave 2016 (fare solo i capitoli 8-9-10)

### **Per la parte speciale**

- 3) D. Light, "The Dracula Dilemma", London and New York, Routledge 2016 (fare solo il paragrafo 1.2 "Literature, Film and Tourism")
- 4 ) N. van Es & Reijnders S., "Chasing sleuths and unravelling the metropolis analyzing the tourist experience of Sherlock Holmes' London, Philip Marlowe's Los Angeles and Lisbeth Salander's Stockholm", in *Annals of Tourism Research*, 57 (2016), pp. 113-125.
- 5 ) D. Light, "Dracula Tourism in Romania. Cultural identity and the State", in *Annals of Tourism Research*, 34 (2007), pp. 746-765.
- 6) S.J. Squire, "The Cultural Values of Literary Tourism", in *Annals of Tourism Research*, 21 (1994), pp. 103-120.
- 7) D. Herbert, "Literary Places, Tourism and the Heritage Experience", in *Annals of Tourism Research*, 28 (2001), pp. 312-333.
- 8) S. Reijnders, "Places of the imagination. Media, tourism, culture", London and New York,