



Università  
per Stranieri  
di Perugia

## PROGRAMMA D'ESAME

Laurea Triennale: **Made in Italy, cibo e ospitalità**

**(MICO)**

Insegnamento: **Media e turismo**

Anno di corso: **I**

Semestre: **I**

Docente: **Rolando Marini**

SSD: **SPS/08**

CFU: **6**

Carico di lavoro globale: **150 ore**

Ripartizione del carico di lavoro: **40 ore di lezione e 110**

**ore di studio individuale**

Lingua di insegnamento: **Italiano**

**Anno Accademico 2022-23**

## PREREQUISITI

---

Non sono previsti pre-requisiti disciplinari o tematici.

Solida conoscenza della lingua italiana: per gli studenti di madrelingua non italiana è **caldamente consigliata** la frequenza al lettorato di italiano.

## OBIETTIVI FORMATIVI

---

### Conoscenze e comprensione:

Acquisire conoscenze nel campo del rapporto tra media di massa, media digitali e promozione del turismo e della cultura del turismo.

Acquisire conoscenze relative alla costruzione mediale del concetto di viaggio e dell'esperienza del viaggio.

Acquisire capacità di impostare e condurre, in gruppo, un'indagine sulla produzione informativa relativa al viaggio, al turismo e alla promozione della fruizione dei beni culturali e ambientali.

### Capacità di applicare conoscenze e comprensione:

Capacità di orientamento nel campo della produzione e del consumo di informazione sul turismo.

Capacità di analisi della costruzione di un prodotto informativo sul turismo, in termini di strategia editoriale e rapporto con i fruitori/pubblici.

Capacità di analisi dei flussi interattivi nei social media e della costruzione delle *communities*.

Capacità di valutazione, a livello professionale, della congruità della struttura e delle forme linguistiche e discorsive che caratterizzano un prodotto informativo sul turismo rispetto alle sue strategie comunicative nei social media. Consapevolezza dei processi di costruzione del patto comunicativo produttori/fruitori.

## CONTENUTO DEL CORSO

---

### Parte prima – I media e il viaggio

- Storia della guida di viaggio.
- Letteratura e viaggio: dal viaggio di istruzione alle mode suscitate dalla letteratura.
- Esperienze storiche di pubblicazioni periodiche, specializzate e generaliste, sul viaggio. L'evoluzione del rapporto con il pubblico.
- Il consumo di informazione sul turismo secondo le rilevazioni periodiche sulla lettura. Lettura e diffusione.
- L'evoluzione della cultura del turismo tra leisure e consumo critico. Trasformazioni culturali ed impatto sul viaggio come atto di consumo.
- Il rapporto con il marketing del turismo e con i diversi tipi di offerta integrata di turismo.

### Parte seconda – Prodotti informativi sul viaggio/turismo e strategie comunicative: esercitazione

Ricognizione dell'offerta di pubblicazioni periodiche sul turismo/viaggio, cartacee, digitali e multiplatforma.

Linee-guida per l'analisi dei prodotti informativi cartacei e digitali:

- struttura dei contenuti e strategia editoriale;
- creazione di un rapporto fiduciario e di un patto comunicativo con il pubblico;
- mix dei temi e "ombrello culturale";
- identikit del lettore-tipo;
- rapporto tra contenuti e pubblicità;
- narrazione e fotografia;
- tipi di viaggio e tipi di viaggiatori;
- il rapporto con il pubblico che viene installato nei testi: coerenze e incoerenze;
- strategie e forme della comunicazione dei produttori di informazione nei social media tra promozione dei prodotti e costruzione delle relazioni;
- la costruzione di community nella Rete;
- Internet: interazioni produttori-pubblico e interazioni tra membri del pubblico.
- Individuazione di modelli in chiave comparata.

## **METODI DIDATTICI**

---

### Per studenti frequentanti

Lezioni frontali per la prima parte; esercitazioni guidate per la seconda parte, finalizzate all'analisi dei prodotti informativi cartacei e digitali con lavoro di gruppo articolato lungo le varie parti delle linee-guida, anche con discussioni *in itinere* e relazione finale di gruppo.

### Per studenti non frequentanti

Per i lavoratori-studenti vengono effettuati seminari che illustrano gli aspetti più rilevanti del programma e le modalità di svolgimento dell'esercitazione (anche individuale) e poi le modalità dell'esame (due ore per due incontri, per un totale di quattro ore).

Tali seminari vengono programmati in collaborazione con l'Ufficio Orientamento.

Il docente fornisce indicazioni e assistenza per l'esecuzione in autonomia del percorso esercitativo, per realizzare il quale sono messi a disposizione materiali nella piattaforma LOL-webclass.

## **METODI DI ACCERTAMENTO**

---

Per i frequentanti: relazioni di gruppo (orali a fine corso, da redigere in forma scritta ma sintetica per l'esame orale) relative all'esercitazione; prova orale individuale finalizzata ad accertare la padronanza dei concetti e dei loro nessi. La prova orale è anche finalizzata ad accertare la capacità di collegare il prodotto finale dell'esercitazione alle problematiche più rilevanti che emergono dalla prima parte del programma e dalla discussione dell'apparato teorico dell'esercitazione.

La valutazione si basa sulla conoscenza dei testi di riferimento e sulla congruità e qualità della relazione finale relativa all'esercitazione.

La valutazione si basa sulla conoscenza dei testi di riferimento, sulla frequenza e sulla partecipazione attiva ai lavori di gruppo in aula, sulla congruità e qualità della relazione finale relativa all'esercitazione e sulla capacità di elaborare nessi tra concetti.

Per i non frequentanti: la relazione orale di gruppo è sostituita da un elaborato scritto (individuale o di gruppo), su una selezione di pubblicazioni periodiche da concordare preliminarmente con il docente, di lunghezza tra 10 e 15 pagine, da presentare al docente almeno dieci giorni prima della data dell'appello.

La prova orale individuale è finalizzata ad accertare la padronanza dei concetti e dei loro nessi. La prova orale è anche finalizzata ad accertare la capacità di collegare il prodotto finale dell'esercitazione alle problematiche più rilevanti che emergono dalla prima parte del programma e dall'apparato teorico dell'esercitazione.

La valutazione si basa sulla conoscenza dei testi di riferimento, sulla congruità e qualità della relazione finale relativa all'esercitazione e sulla capacità di elaborare nessi tra concetti.

Per gli studenti con DSA, la cui certificazione sia depositata presso la Segreteria Studenti, sono previste misure compensative e/o dispensative. Le richieste saranno valutate caso per caso allo scopo di adattare il programma e le modalità d'esame alle singole esigenze. A tal fine è necessario contattare il docente con congruo anticipo, anche mediante la Commissione disabilità e DSA.

## TESTI DI RIFERIMENTO

---

Per frequentanti e non frequentanti:

VERRANNO MESSI A DISPOSIZIONE NELLA PIATTAFORMA LOL-WEBCLASS MATERIALI DI STUDIO TRATTI DA:

- Botta S. (a cura di), *Cultura del viaggio. Ricostruzione storico-geografica del territorio*, Unicopli, Bologna, 1989-2007.
- De Salvo P., Calzati V., *Il ruolo degli eventi nella promozione e valorizzazione dei territori rurali*, Franco Angeli, Milano, 2016.
- Allegra A., Capecchi G., Malagnini F., *Made in Italy, cibo e ospitalità*, F. Cesati Ed, Firenze, 2022, in particolare: Marini R., Le riviste di viaggio italiane. Uno schema di analisi e un'applicazione.

Materiali metodologici e linee guida reperibili nella piattaforma LOL

## TESTI DI CONSULTAZIONE E APPROFONDIMENTO

---

- Montesperelli P., Ruggiero C., Marini R., Sofia C., Fatelli G., *Interpretare testi*, S. Arcangelo di Romagna, Maggioli, 2020.
- Rheingold H., *Comunità virtuali. Parlare, incontrarsi, vivere nel cyberspazio*, Sperling & Kupfer, Milano, 1993
- Thompson J.B., *Mezzi di comunicazione e modernità*, Il Mulino, Bologna, 1998
- Rainie e Wellman, *Networked*, Guerini, Milano, 2012.
- Jenkins H., *Fan, Bloggers e videogames. L'emergere delle culture partecipative nell'era digitale*, Franco Angeli, Milano, 2008
- Iacono G., *Verso l'ecologia digitale delle organizzazioni*, Franco Angeli, Milano,
- Menduni E., Nencioni G., Panozzo M. *Social network: Facebook, Twitter, YouTube e gli altri. Relazioni sociali, estetica ed emozioni*, Mondadori, Milano, 2011
- Castronovo V., Tranfaglia N., *La stampa italiana nell'età della TV*, Laterza, Roma-Bari, 2008
- Villamira M.A. (a cura di), *Psicologia del viaggio e del turismo*, Utet, 2001.
- P. Burke A. Briggs, *La storia sociale dei media. Da Gutenberg a internet*, Il Mulino, Bologna, 2007.
- Murialdi P. *Come si legge il giornale*, Laterza, 1989.
- Amaturò E., *Messaggio, simbolo, comunicazione. Introduzione all'analisi del contenuto*, Carocci, 2000.
- Barbano A., *Manuale di giornalismo*, Laterza, 2012.

## ALTRE INFORMAZIONI

---

Il docente è reperibile presso l'ex Dipartimento di Culture Comparate di via Scortici 2 oppure nelle sedi pubblicate nel sito dell'Ateneo, una volta alla settimana, con orario che viene definito ogni semestre e che è indicato nel sito web di Ateneo.

Gli indirizzi di posta elettronica sono [rolando.marini@tiscali.it](mailto:rolando.marini@tiscali.it) oppure [rolando.marini@unistrapg.it](mailto:rolando.marini@unistrapg.it)