SCHEDA DELL'INSEGNAMENTO (SI)
SOCIAL MEDIA DATA ANALYSIS

SSD: SOCIOLOGIA GENERALE (SPS/07)

DENOMINAZIONE DEL CORSO DI STUDIO: HOSPITALITY MANAGEMENT (P31)
ANNO ACCADEMICO 2025/2026

INFORMAZIONI GENERALI - DOCENTE

DOCENTE: DE LUCA PICIONE GIUSEPPE LUCA
TELEFONO: 081-675148
EMAIL: giuseppeluca.delucapicione@unina.it

INFORMAZIONI GENERALI - ATTIVITÀ

INSEGNAMENTO INTEGRATO: U2629 - STATISTICS AND SOCIAL MEDIA DATA ANALYSIS
MODULO: U2631 - SOCIAL MEDIA DATA ANALYSIS
LINGUA DI EROGAZIONE DELL'INSEGNAMENTO: ITALIANO
CANALE:
ANNO DI CORSO: III
PERIODO DI SVOLGIMENTO: SEMESTRE I
CFU: 5

INSEGNAMENTI PROPEDEUTICI

Nessuno

EVENTUALI PREREQUISITI

Nessuno

OBIETTIVI FORMATIVI

L'insegnamento si propone di fornire agli studenti le nozioni di base relative all'approccio sociologico ai Social Media

RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI (DESCRITTORI DI DUBLINO)

Conoscenza e capacità di comprensione

Lo studente deve dimostrare di possedere le conoscenze fondamentali relativamente a: Sociologia e Social Media; Sociologia e Storytelling; Sociologia e Turismo.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Scopo del corso èfornire agli studenti le competenze per maturare la capacità di riconoscere i meccanismi di funzionamento delle imprese turistiche innovative e di inserirsi al loro interno proponendo nuove forme di management. Le imprese innovative possono essere progettate, modificate, modellate dagli attori sociali. Èimportante, quindi, che gli studenti imparino con competenza a interagire con loro. Gli studenti devono presentare in modo chiaro le proprie argomentazioni in relazione ai concetti principali applicando il linguaggio e il vocabolario della disciplina. Ogni studente ètenuto ad approfondire le varie tematiche al di là dei testi e della didattica curriculare, partecipando attivamente al dibattito su innovazione e turismo attraverso letture integrative, in particolare media internazionali, e la partecipazione a seminari ed eventi culturali.

PROGRAMMA-SYLLABUS

Prima parte/unità didattiche: I Studi sociologici sulla comunicazione nei nuovi media; II L'approccio sociologico al social media marketing; III Spazi di narrazione; IV *Storie*nella realtà turistica attuale: costruire sulla svolta esperienziale; V Nuove direzioni nello storytelling turistico; VI Tendenze emergenti e turismo web.Seconda parte/tour e casi studio:Visita al Museo Archeologico di Napoli; Presentazione del libro di Antonio Emanuele Piedimonte: Procida. Guida storica e letteraria ai segreti dell'isola. Miti, leggende, racconti, misteri, natura e curiosità, Millennium Edizioni.Terza parte/ project work:Analisi dei dati social del tourism making nelle isole di Napoli *Procida* e *Ischia*

MATERIALE DIDATTICO

Cohen, S. A., Cohen, E. (2017), New Directions in the Sociology of Tourism, Current Issues in Tourism, 22, 2019, 153-172; De Fina, A., Storytelling and audience reactions in social media, Language in Society, 45, 2016, 473–498; Lund, N.F., Cohen, S. A., Scarles, C., The power of social media storytelling in destination branding, Journal of Destination Marketing &Management,8, 2018, 271-280; Moscardo, G., The story turn in tourism: forces and futures, Journal of tourism futures, 2020, 168-173; Mo Monaco, S., Tourism and the new generations emerging trends and social implications in Italy, Journal of tourism futures, 2018, 7-15.

MODALITÀ DI SVOLGIMENTO DELL'INSEGNAMENTO-MODULO

Lezioni frontali, flipped, Project work

VERIFICA DI APPRENDIMENTO E CRITERI DI VALUTAZIONE

b) Modalità di valutazione

-