

SYLLABUS DEL CORSO

Metodi Statistici per la Valutazione dei Servizi Turistici

2627-2-F7602M016-F7602M016-1

Obiettivi formativi

Al termine del corso, lo studente sarà in grado di:

- Acquisire conoscenze avanzate sui principali metodi statistici per la valutazione della qualità dei servizi turistici, con particolare riferimento alla misurazione della soddisfazione e fedeltà dei clienti, all'analisi delle variabili latenti, all'uso dei modelli Servqual, all'analisi degli item, all'analisi della varianza (ANOVA) e ai metodi di riduzione dei dati (es. PCA).
- Applicare in modo critico e appropriato le tecniche statistiche apprese per la progettazione e realizzazione di indagini empiriche nel settore turistico, utilizzando strumenti software (in particolare SPSS) per la gestione, elaborazione e interpretazione dei dati. Lo studente sarà in grado di realizzare un progetto di analisi dei dati con autonomia metodologica e rigore scientifico, incluso il confronto tra gruppi attraverso ANOVA.
- Sviluppare la capacità di selezionare, combinare e interpretare criticamente strumenti statistici adeguati al contesto di analisi, formulando giudizi motivati sulla qualità dei servizi e sull'affidabilità dei risultati ottenuti. Lo studente sarà in grado di valutare criticamente le scelte metodologiche compiute, ad esempio nella selezione delle variabili e nella validazione dei modelli, adattandole in funzione degli obiettivi della ricerca.
- Comunicare in modo efficace e professionale i risultati di analisi statistiche, utilizzando un linguaggio tecnico adeguato, supporti grafici e report sintetici ed esaustivi. Lo studente sarà in grado di esporre i risultati del lavoro di gruppo in forma orale e scritta, anche in contesti multidisciplinari e internazionali.
- Sviluppare capacità di apprendimento autonomo e continuo nell'ambito della statistica applicata al turismo, con particolare riferimento alla consultazione critica della letteratura scientifica e all'aggiornamento sulle evoluzioni metodologiche. Lo studente sarà in grado di trasferire e adattare le competenze acquisite a nuovi contesti professionali e di ricerca.

Contenuti sintetici

Durante il corso di *Metodi statistici per la valutazione dei servizi turistici* saranno introdotti i principali metodi per la

valutazione della qualità dei servizi e delle grandezze collegate (soddisfazione, fedeltà). Il corso illustrerà i modelli specificamente elaborati in letteratura per la misurazione della qualità oggettiva e percepita e, quindi, si concentrerà su trattamento e sintesi delle variabili latenti e delle relazioni tra queste ultime. L'introduzione metodologica sarà affiancata dalla discussione e risoluzione di case studies mediante l'utilizzo del software SPSS.

- 1) Introduzione al corso.
- 2) Item analysis
- 3) Servqual e possibili estensioni.
- 4) Metodi di riduzione dei dati.
- 5) Analisi della varianza

Programma esteso

a) INTRODUZIONE e ITEM ANALYSIS

Veal (2018) Research methods for Leisure and Tourism, Pearson (Fifth edition), chapters 1, 2, 5, 10, 13

b) SERVQUAL

Zeithaml, Parasuraman and Berry (1990 or others) , Delivering Quality Service - Balancing Customer Perceptions and Expectations, The Free Press, New York, chapters 1, 2, Appendix A.

c) PRINCIPAL COMPONENT ANALYSIS

Bartholomew D.J., Steele F., Moustaki I., Galbraith J.I., Analysis of Multivariate social science data, CRC Press (Second Edition), Chap 5

d) Analysis of Variance

Veal (2018) Research methods for Leisure and Tourism, Pearson (Fifth edition), chapter 17

Prerequisiti

Conoscenza della statistica di base.

Metodi didattici

Il modulo prevede una attività didattica erogativa di 20 ore (lezioni frontali in aula) ed una attività interattiva di 8 ore in laboratorio statistico (utilizzo di SPSS).

Qualora i laboratori non fossero disponibili per motivi legati alla ristrutturazione degli edifici, una parte delle attività di laboratorio verrà svolta da remoto (utilizzo del laboratorio virtuale).

Modalità di verifica dell'apprendimento

La verifica dell'apprendimento comprende:

- una prova personale scritta sulla conoscenza teorica degli argomenti;
 - un lavoro di gruppo comprendente una presentazione orale ed una relazione relativamente ad un'indagine originale sul tema del turismo.
- Il voto finale del modulo sarà dato dalla media ponderata della prova personale (con peso 30%) e del lavoro di gruppo (con peso 70%).

Testi di riferimento

- Zeithaml, Parasuraman and Berry (1990 or others) , Delivering Quality Service - Balancing Customer Perceptions and Expectations, The Free Press, New York,
- Agresti A. (2007) An Introduction to Categorical Data Analysis, John Wiley & Sons.
- Bartholomew D.J., Steele F., Moustaki I., Galbraith J.I., Analysis of Multivariate social science data, CRC Press (Second Edition).
- Veal (2018) Research methods for Leisure and Tourism, Pearson (Fifth edition)

Periodo di erogazione dell'insegnamento

Secondo semestre

Lingua di insegnamento

Inglese

Sustainable Development Goals

CITTÀ E COMUNITÀ SOSTENIBILI
