



Università di Pisa

Presidio della qualità

Questionario studenti sulla didattica a.a. 2022/23
primo e secondo semestre
(periodo di osservazione novembre 2022 - ottobre 2023)

Dipartimento di:

Scienze Politiche

Corso di Studio in:

STR-L

SCIENZE DEL TURISMO

Elab. a cura Ufficio Programmazione e Valutazione (D.Rasoini)

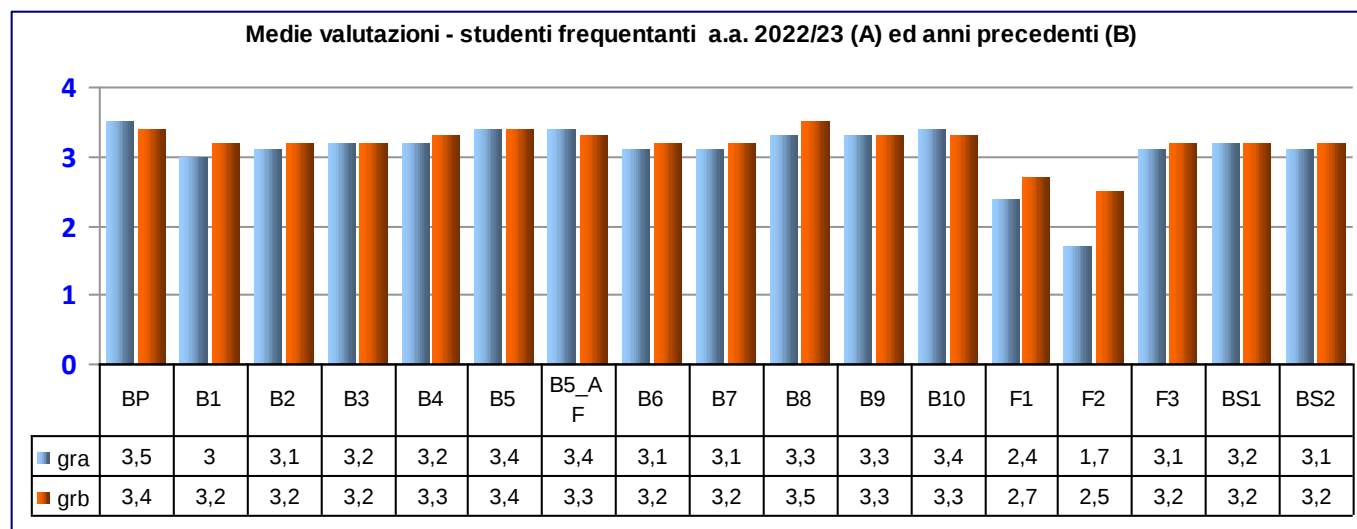
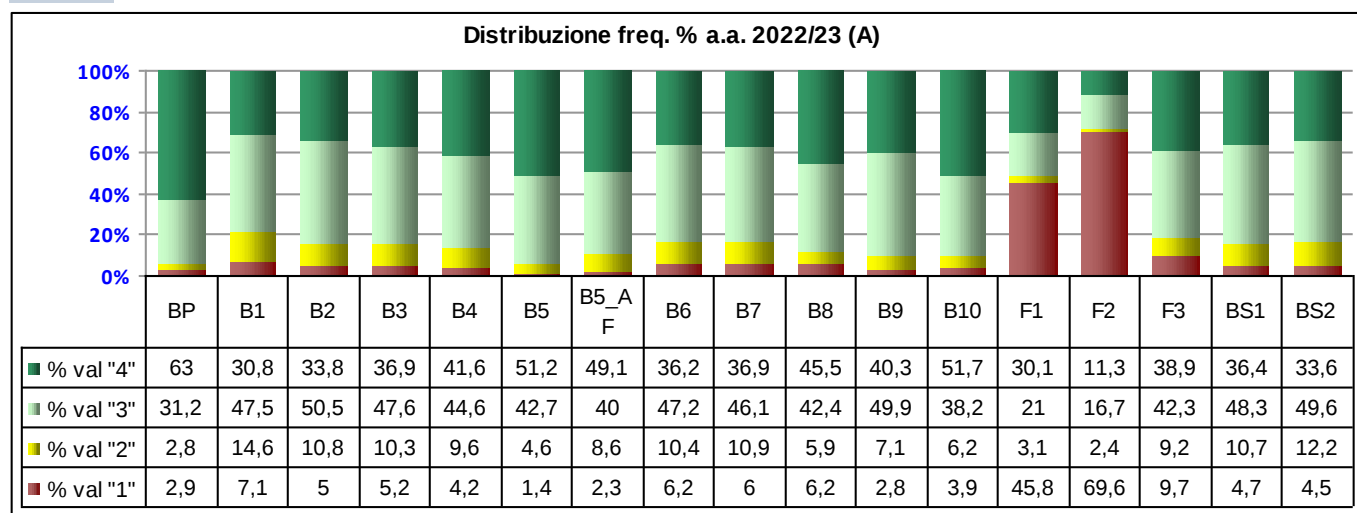
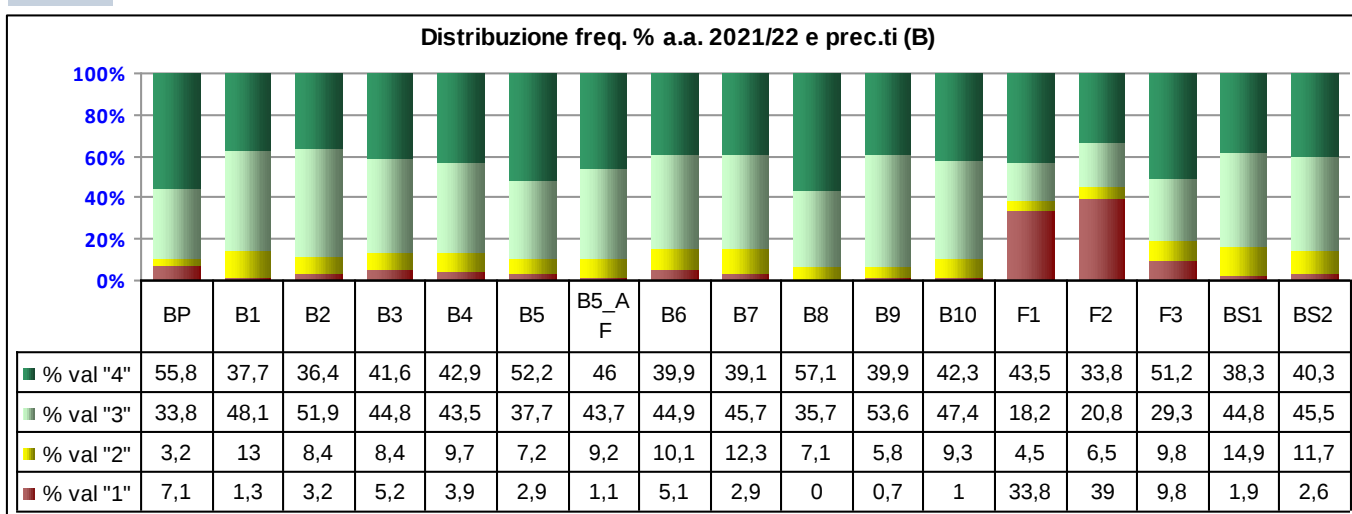
DIPARTIMENTO:	Scienze Politiche
STR-L	SCIENZE DEL TURISMO

LEGENDA VALUTAZIONI STANDARD sulle affermazioni contenute nei vari item:		n° Questionari A:		2107	n°r B:	154
1 = giudizio totalmente negativo 2 = più no che si 3 = più sì che no 4 = giudizio totalmente positivo		me A	n° risp.	me B	n° risp.	
BP	La mia presenza alle lezioni è stata: (1 = freq. nulla o minore del 25%; 2 = minore della metà; 3 = oltre la metà; 4 = completa)	3,5	2107	3,4	154	
B1	Le conoscenze preliminari possedute sono risultate sufficienti per la comprensione degli argomenti del programma d'esame?	3,0	2107	3,2	154	
B2	Il carico di studio dell'insegnamento è proporzionato ai crediti assegnati?	3,1	2107	3,2	154	
B3	Il materiale didattico (indicato e disponibile) è adeguato per lo studio della materia?	3,2	2107	3,2	154	
B4	Le modalità di esame sono state definite in modo chiaro?	3,2	2107	3,3	154	
B5	Gli orari di svolgimento di lezioni, esercitazioni e altre eventuali attività didattiche sono rispettati?	3,4	1985	3,4	138	
B5_AF	Le aule in cui si sono svolte le lezioni sono risultate adeguate? (si vede, si sente, si trova posto)	3,4	1520	3,3	87	
B6	Il docente stimola / motiva l'interesse verso la disciplina?	3,1	1985	3,2	138	
B7	Il docente espone gli argomenti in modo chiaro?	3,1	1985	3,2	138	
B8	Le attività didattiche integrative - esercitazioni, tutorati, laboratori (compresi quelli linguistici)	3,3	323	3,5	28	
B9	L'insegnamento è stato svolto in maniera coerente con quanto dichiarato sul sito Web del corso di studio?	3,3	1985	3,3	138	
B10	Il docente è reperibile per chiarimenti e spiegazioni?	3,4	1422	3,3	97	
F1	Le prove intermedie per questo Insegnamento, se previste, hanno offerto una reale opportunità per la didattica.	2,4	2107	2,7	154	
F2	I servizi di tutorato da parte di studenti senior (tutorato alla pari), se previsti, hanno fornito un reale sostegno nei rapporti con il docente?	1,7	2107	2,5	154	
F3	Questo insegnamento ha contribuito a mantenere elevato l'interesse per il Corso di Laurea.	3,1	808	3,2	41	
BS1	È interessato/a agli argomenti trattati nel corso di insegnamento?	3,2	2107	3,2	154	
BS2	Giudizio complessivo sull'insegnamento.	3,1	2107	3,2	154	

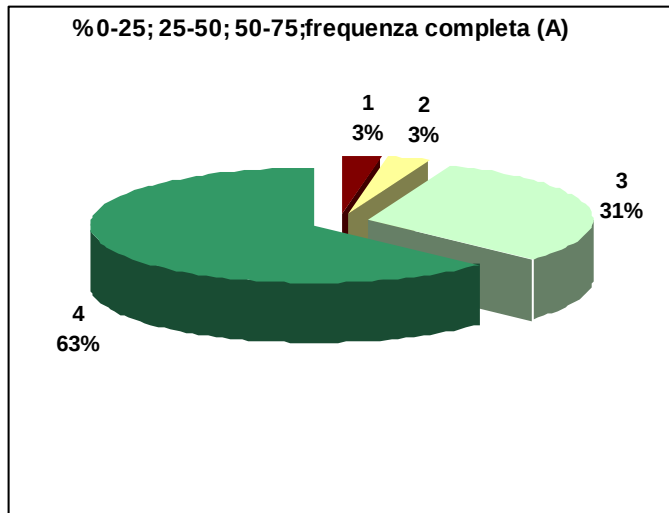
INFORMAZIONI SULLE SPECIFICHE DI ELABORAZIONE DEI RISULTATI:

- a) i risultati sono stratificati su 2 gruppi di rispondenti (gruppi A e B): il primo è relativo agli studenti che hanno dichiarato di aver frequentato il corso nell'a.a. corrente 2022/23, il secondo è composto da coloro che hanno frequentato nel 2021/22 o in a.a. precedenti, ma con lo stesso docente;
b) oltre al totale dei quest. compilati viene riportato in tabella, accanto alla media delle valutazioni, anche il n° di risposte valide per singola domanda;
c) sono poi riportati i valori medi delle valutazioni per i moduli che hanno avuto almeno 5 questionari validi;
d) il report si chiude con i commenti liberi degli studenti.

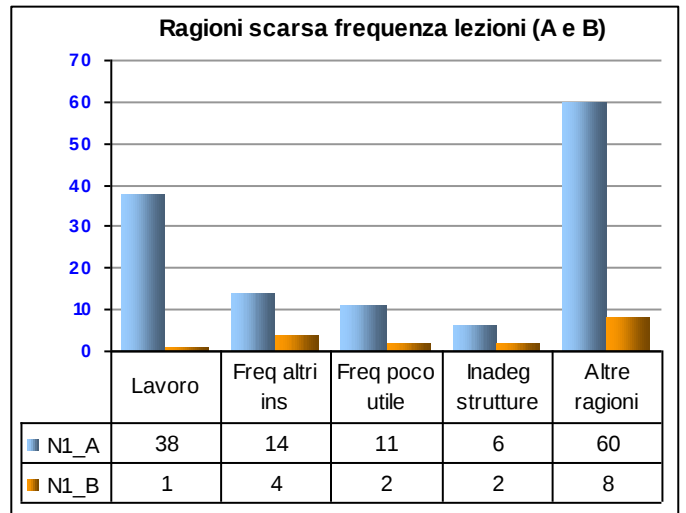
Si ricorda in ultimo che il "giudizio complessivo sull'insegnamento" non rappresenta il risultato di un calcolo della media delle valutazioni sulle precedenti domande, ma emerge direttamente da un item del questionario, al quale rispondono gli studenti.

Graf.1

Graf.2

Graf.3


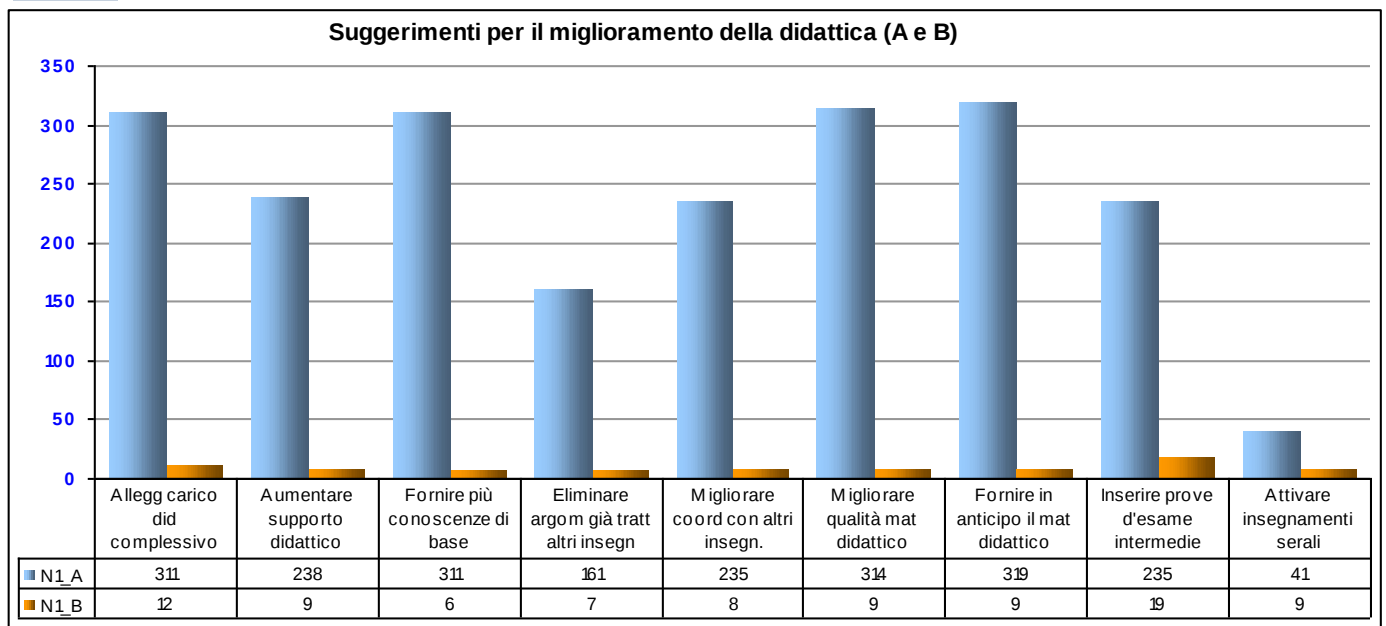
Graf.4



Graf.5



Graf.6



Tab.1 Riepilogo delle medie domande: moduli valutati per il CdS, gruppi di rispondenti "A" e "B"

			n° Q	BP	B1	B2	B3	B4	B5	B5AF	B6	B7	B8	B9	B10	F1	F2	F3	BS1	BS2	GR
S1	ANTONIOLI MANTEGAZZINI	EVOLUZIONE DEI MERCATI E NUOVE TENDENZE NEL TURISMO	42	3,6	3,4	3,4	3,1	3,2	3,3	3,3	3,5	3,3	3,0	3,4	3,3	1,6	1,5	3,4	3,4	3,2	A
	615PP	EVOLUZIONE DEI MERCATI E NUOVE TENDENZE NEL TURISMO																			
S1	ANTONIOLI MANTEGAZZINI	EVOLUZIONE DEI MERCATI E NUOVE TENDENZE NEL TURISMO	10	3,5	3,3	3,4	3,3	3,3	3,7	3,4	3,4	3,4	3,0	3,6	3,2	3,0	2,6	3,0	3,3	3,3	B
	615PP	EVOLUZIONE DEI MERCATI E NUOVE TENDENZE NEL TURISMO																			
S1	BACCI	LINGUA INGLESE PER IL TURISMO I	56	3,6	3,2	3,3	3,4	3,0	3,6	3,6	3,1	3,3	3,4	3,4	3,6	3,4	1,8	3,2	3,3	3,2	A
	461LL	LINGUA INGLESE PER IL TURISMO I																			
S1	BACCI	LINGUA INGLESE PER IL TURISMO II	52	3,6	3,4	3,4	3,5	3,6	3,5	3,2	3,3	3,3	3,4	3,4	3,6	3,5	1,9	3,5	3,4	3,4	A
	462LL	LINGUA INGLESE PER IL TURISMO II																			
S1	BACCI	LINGUA INGLESE PER IL TURISMO II	5	3,2	3,6	3,6	3,6	3,6	4,0	4	3,8	3,5		3,5	3,8	3,4	3,6	4,0	3,2	3,4	B
	462LL	LINGUA INGLESE PER IL TURISMO II																			
S1	BERRETTA	ECONOMIA DELL'AZIENDA TURISTICA	52	3,7	2,9	3,4	3,6	3,7	3,7	3,4	3,5	3,5	3,7	3,5	3,6	3,7	1,6	3,6	3,3	3,6	A
	185PP	ECONOMIA DELL'AZIENDA TURISTICA																			
S1	BERRETTA	ECONOMIA DELL'AZIENDA TURISTICA	5	3,6	3,4	3,2	3,6	3,4	3,6	3	3,4	3,4	4,0	3,6	3,7	4,0	2,8	3,0	3,2	3,6	B
	185PP	ECONOMIA DELL'AZIENDA TURISTICA																			
S1	CAPPELLI	LINGUA INGLESE PER IL TURISMO I	57	3,6	3,1	3,3	3,3	2,9	3,5	3,6	3,0	3,2	3,5	3,3	3,3	3,3	2,0	3,1	3,3	3,1	A
	461LL	LINGUA INGLESE PER IL TURISMO I																			
S1	CAPPELLI	LINGUA INGLESE PER IL TURISMO II	51	3,6	3,4	3,3	3,4	3,5	3,5	3,3	3,3	3,3	3,5	3,5	3,5	3,5	1,9	3,5	3,4	3,4	A
	462LL	LINGUA INGLESE PER IL TURISMO II																			
S1	CAPPELLI	LINGUA INGLESE PER IL TURISMO II	5	3,6	3,4	3,0	3,6	3,2	3,8	4	3,0	3,0	4,0	3,6	3,0	3,4	3,4		3,6	3,4	B
	462LL	LINGUA INGLESE PER IL TURISMO II																			
S1	CARDINI	ITINERARI TURISTICI E PAESAGGIO COME PATRIMONIO CULTURALE	55	3,4	3,0	3,2	2,7	3,0	3,3	3,3	2,7	2,8	3,6	3,0	3,1	1,8	1,4	2,9	2,8	2,8	A
	657MM	ITINERARI TURISTICI E PAESAGGIO COME PATRIMONIO CULTURALE																			
S1	FERRUCCI	MARKETING TERRITORIALE	45	3,5	3,1	3,2	3,2	3,3	3,4	3,4	3,0	3,0	3,5	3,3	3,2	2,3	1,4	2,8	3,2	3	A
	614PP	CONTABILITA' E BILANCIO PER LE AZIENDE TURISTICHE E MARKETING TERRITORIALE																			
S1	FERRUCCI	MARKETING TERRITORIALE	5	3,8	3,0	3,2	3,0	3,4	3,4	3,4	2,8	2,8		3,0	2,8	2,8	2,2		3,0	3,4	B
	614PP	CONTABILITA' E BILANCIO PER LE AZIENDE TURISTICHE E MARKETING TERRITORIALE																			

			n° Q	BP	B1	B2	B3	B4	B5	B5AF	B6	B7	B8	B9	B10	F1	F2	F3	BS1	BS2	GR
S1	FRUMENTO	METODI QUANTITATIVI PER IL TURISMO	54	3,6	3,1	3,5	3,6	3,3	3,8	3,4	3,5	3,5	3,4	3,6	3,7	2,2	1,6	3,3	3,1	3,4	A
		608PP METODI QUANTITATIVI PER IL TURISMO																			
S1	GUIGGIANI	EVOLUZIONE DEI MERCATI E NUOVE TENDENZE NEL TURISMO	42	3,7	3,4	3,5	3,6	3,5	3,5	3,4	3,6	3,5	3,3	3,4	3,6	1,6	1,5	3,7	3,5	3,5	A
		615PP EVOLUZIONE DEI MERCATI E NUOVE TENDENZE NEL TURISMO																			
S1	GUIGGIANI	EVOLUZIONE DEI MERCATI E NUOVE TENDENZE NEL TURISMO	5	3,6	3,6	3,6	3,4	3,6	3,6	3,3	3,4	3,4	3,3	3,4	3,0	3,6	3,4	3,3	3,4	3,4	B
		615PP EVOLUZIONE DEI MERCATI E NUOVE TENDENZE NEL TURISMO																			
S1	KELLER	WORLD TOURISM INSTITUTIONS	49	3,6	2,5	2,7	2,8	3,3	3,3	3,2	2,6	2,2	2,7	2,9	3,2	1,4	1,3	2,4	2,7	2,4	A
		086NN WORLD TOURISM INSTITUTIONS																			
S1	LE GUENANFF	LINGUA FRANCESE PER IL TURISMO	34	3,5	3,2	3,4	3,2	3,4	3,5	3,7	3,4	3,4	3,5	3,5	3,8	1,6	1,4	3,1	3,4	3,2	A
		460LL LINGUA FRANCESE PER IL TURISMO																			
S1	LEMMI	ITINERARI TURISTICI E PAESAGGIO COME PATRIMONIO CULTURALE	56	3,5	3,1	3,2	2,9	3,3	3,3	3,5	3,0	3,0	3,8	3,2	3,4	2,7	1,6	3,4	3,3	3,2	A
		657MM ITINERARI TURISTICI E PAESAGGIO COME PATRIMONIO CULTURALE																			
S1	MAGLIACANI	ECONOMIA DELL'AZIENDA TURISTICA	52	3,8	2,7	3,1	3,1	3,3	3,5	3,4	3,1	3,0	3,2	3,4	3,0	3,5	1,8	3,1	3,1	3,1	A
		185PP ECONOMIA DELL'AZIENDA TURISTICA																			
S1	MAGLIACANI	ECONOMIA DELL'AZIENDA TURISTICA	5	3,6	3,2	3,4	3,0	3,4	3,8	3,7	3,8	3,4	4,0	3,4	3,5	3,8	2,8	2,5	3,0	3,4	B
		185PP ECONOMIA DELL'AZIENDA TURISTICA																			
S1	MARRA	PROCESSI CULTURALI E COMUNICATIVI: MEMORIE DEL VIAGGIO	50	3,6	3,1	3,0	2,7	2,7	2,8	3,2	2,5	2,6	2,6	3,0	3,3	1,8	1,5	2,2	2,8	2,5	A
		294QQ PROCESSI CULTURALI E COMUNICATIVI: MEMORIE DEL VIAGGIO																			
S1	SARMAN	METODI QUANTITATIVI PER IL TURISMO	53	3,6	3,1	3,4	3,2	3,0	3,6	3,2	3,0	3,1	3,2	3,3	3,3	1,9	1,5	3,0	3,2	3,2	A
		608PP METODI QUANTITATIVI PER IL TURISMO																			
S1	SINI	LINGUA FRANCESE PER IL TURISMO	34	3,4	3,3	3,3	3,2	3,4	3,5	3,8	3,2	3,2	4,0	3,4	3,8	1,6	1,5	3,1	3,5	3,3	A
		460LL LINGUA FRANCESE PER IL TURISMO																			
S1	TALARICO	CONTABILITA' E BILANCIO PER LE AZIENDE TURISTICHE	46	3,6	3,0	3,2	3,3	3,5	3,6	3,3	3,1	3,3	3,0	3,5	3,3	1,5	1,3	2,5	2,7	3,2	A
		614PP CONTABILITA' E BILANCIO PER LE AZIENDE TURISTICHE E MARKETING TERRITORIALE																			

			n° Q	BP	B1	B2	B3	B4	B5	B5AF	B6	B7	B8	B9	B10	F1	F2	F3	BS1	BS2	GR
S1	TALARICO	CONTABILITA' E BILANCIO PER LE AZIENDE TURISTICHE	8	3,8	3,0	3,1	3,2	3,2	3,1	3,6	3,1	3,0	3,5	3,1	3,5	2,8	2,6	3,5	3,0	3,1	B
	614PP	CONTABILITA' E BILANCIO PER LE AZIENDE TURISTICHE E MARKETING TERRITORIALE																			
S1	VANNI	LINGUA TEDESCA PER IL TURISMO	15	3,7	3,2	3,2	3,3	3,6	3,6	3,6	3,6	3,6	2,3	3,6	3,7	3,3	1,5	3,4	3,6	3,3	A
	463LL	LINGUA TEDESCA PER IL TURISMO																			
S1	VOLPI	STORIA CONTEMPORANEA	53	3,7	3,4	3,3	3,6	3,7	3,7	3,7	3,6	3,7	3,9	3,6	3,8	3,8	1,6	3,6	3,4	3,6	A
	656MM	STORIA CONTEMPORANEA																			
S1	VOLPI	STORIA CONTEMPORANEA	6	3,2	3,5	2,7	3,3	3,7	3,8	3,8	3,8	3,4		3,4	3,8	2,8	1,7	3,5	3,0	3,2	B
	656MM	STORIA CONTEMPORANEA																			
S2	CANTONI	COMUNICAZIONE PER IL TURISMO	58	3,7	2,9	3,0	3,1	3,2	3,4	3,3	3,1	3,1	3,0	3,2	3,4	2,0	1,7	3,0	3,2	3,1	A
	003LI	COMUNICAZIONE E NUOVE TECNOLOGIE PER I BENI CULTURALI																			
S2	CHIEFFALLO	GLOBAL CHANGE: GEOGRAFIA DELLE METE TURISTICHE	52	3,3	2,8	2,9	2,9	3,2	3,3	3,2	2,8	2,8	2,9	3,1	3,0	1,7	1,6	2,8	3,1	2,8	A
	548MM	GLOBAL CHANGE: GEOGRAFIA DELLE METE																			
S2	DE ASCANIIS	COMUNICAZIONE PER IL TURISMO	55	3,1	2,9	2,9	3,0	3,0	3,4	3,2	3,3	3,3	2,3	3,3	3,2	1,9	1,8	3,1	3,2	3,1	A
	003LI	COMUNICAZIONE E NUOVE TECNOLOGIE PER I BENI CULTURALI																			
S2	DEL BO	ETICA E FILOSOFIA DEL TURISMO	57	3,5	3,0	3,2	3,3	3,4	3,4	3,5	3,3	3,3	3,2	3,3	3,2	2,0	1,7	3,4	3,3	3,3	A
	001QM	CULTURA DEL VIAGGIO ED ETICA DEL TURISMO																			
S2	GENNARO	GLOBAL CHANGE: GEOGRAFIA DELLE METE TURISTICHE	52	3,2	2,5	2,5	2,8	2,9	3,2	3,2	2,5	2,4	2,1	3,0	3,0	1,7	1,6	2,0	2,5	2,5	A
	548MM	GLOBAL CHANGE: GEOGRAFIA DELLE METE																			
S2	MAGGI	ECONOMIA DEI TRASPORTI E DELLA MOBILITA' NEL TURISMO	52	3,8	2,7	2,9	2,9	3,4	3,6	3,2	3,0	2,9	3,5	3,2	3,3	2,2	1,6	2,9	2,9	2,9	A
	613PP	ECONOMIA DEI TRASPORTI E DELLA MOBILITA' NEL TURISMO																			
S2	MELE	COMUNICAZIONE PER IL TURISMO	58	3,6	3,1	3,2	3,4	3,5	3,7	3,1	3,5	3,6	3,8	3,5	3,6	2,3	1,9	3,5	3,6	3,6	A
	003LI	COMUNICAZIONE E NUOVE TECNOLOGIE PER I BENI CULTURALI																			
S2	MILAZZO	METODOLOGIE INFORMATICHE APPLICATE AL TURISMO	58	3,6	2,8	3,0	3,3	3,6	3,6	3,2	3,3	3,4	3,6	3,5	3,7	3,3	1,8	2,9	3,1	3,2	A
	003LI	COMUNICAZIONE E NUOVE TECNOLOGIE PER I BENI CULTURALI																			
S2	PAONE	VIAGGIO E CULTURA URBANA	56	3,4	3,0	3,2	3,0	3,3	3,1	3,3	3,0	2,9	2,4	3,1	3,2	1,8	1,7	2,8	3,1	3	A
	001QM	CULTURA DEL VIAGGIO ED ETICA DEL TURISMO																			

			n° Q	BP	B1	B2	B3	B4	B5	B5AF	B6	B7	B8	B9	B10	F1	F2	F3	BS1	BS2	GR
S2	SCAGNOLARI	ECONOMIA DEI TRASPORTI E DELLA MOBILIT� NEL TURISMO	53	3,7	3,1	3,2	3,1	3,4	3,5	3,1	3,1	3,2	3,8	3,3	3,5	2,3	1,7	3,2	3,1	3,1	A
	613PP	ECONOMIA DEI TRASPORTI E DELLA MOBILIT� NEL TURISMO																			
A1	ANDRESEN	MUSEOLOGIA PER IL TURISMO	55	3,6	3,2	3,4	3,5	3,4	3,6	3,4	3,6	3,5	3,6	3,5	3,6	2,9	1,9	3,7	3,5	3,6	A
	1347L	ISTITUZIONI DI STORIA DELL'ARTE E MUSEOLOGIA PER IL TURISMO																			
A1	BENEGIAMO	SOCIOLOGIA DEL TURISMO	58	3,4	2,8	2,9	2,7	2,4	3,2	3,3	2,6	2,5	2,8	2,8	2,7	2,0	1,6	2,2	2,7	2,5	A
	002QM	SOCIOLOGIA ED ANTROPOLOGIA DEL TURISMO																			
A1	BENEGIAMO	SOCIOLOGIA DEL TURISMO	6	4,0	3,3	3,3	3,3	3,0	3,3	3,7	3,2	3,0	4,0	3,5	3,5	2,0	2,0	4,0	3,2	2,8	B
	002QM	SOCIOLOGIA ED ANTROPOLOGIA DEL TURISMO																			
A1	BONOMI	SOCIOLOGIA DEL TURISMO	57	3,3	3,0	3,1	3,1	3,2	3,5	3,3	3,1	3,0	3,4	3,1	3,5	1,8	1,6	3,1	3,1	3,1	A
	002QM	SOCIOLOGIA ED ANTROPOLOGIA DEL TURISMO																			
A1	CANESTRINI	ANTROPOLOGIA DEL TURISMO	55	3,6	3,2	3,5	3,5	3,5	3,5	3,5	3,5	3,6	3,8	3,6	3,7	1,9	1,6	3,7	3,4	3,5	A
	002QM	SOCIOLOGIA ED ANTROPOLOGIA DEL TURISMO																			
A1	CANESTRINI	ANTROPOLOGIA DEL TURISMO	9	3,8	3,4	3,7	3,7	3,7	3,4	3,7	3,6	3,6	4,0	3,7	3,3	2,6	2,4	4,0	3,3	3,2	B
	002QM	SOCIOLOGIA ED ANTROPOLOGIA DEL TURISMO																			
A1	CIANCAGLINI	DIRITTO PUBBLICO DEL TURISMO	51	3,6	2,9	3,1	3,1	3,2	3,4	3,4	3,1	3,1	3,4	3,3	3,3	2,5	2,1	3,1	3,1	3,2	A
	500NN	ELEMENTI DI DIRITTO PUBBLICO E PRIVATO DEL TURISMO																			
A1	CIONI	ELEMENTI DI DIRITTO PRIVATO DEL TURISMO	52	3,5	3,0	3,1	3,4	3,3	3,4	3,5	3,6	3,5	3,5	3,4	3,7	3,0	2,0	3,4	3,3	3,5	A
	500NN	ELEMENTI DI DIRITTO PUBBLICO E PRIVATO DEL TURISMO																			
A1	FIASCHINI	Teatro, spettacolo ed eventi culturali	57	3,7	3,3	3,2	3,4	3,6	3,7	3,4	3,8	3,8	3,8	3,7	3,8	1,9	1,8	3,9	3,8	3,7	A
	1348L	ARTI PERFORMATIVE E ORGANIZZAZIONE DI EVENTI																			
A1	FIASCHINI	Teatro, spettacolo ed eventi culturali	13	3,1	3,4	3,4	3,5	3,4	3,6	3,5	3,4	3,6	4,0	3,3	3,3	1,9	2,2	4,0	3,5	3,5	B
	1348L	ARTI PERFORMATIVE E ORGANIZZAZIONE DI EVENTI																			
A1	FICACCI	Progettazione di eventi turistici	59	3,5	2,3	1,9	2,3	2,4	3,1	2,9	2,1	2,0	2,2	2,3	2,4	1,6	1,6	2,1	2,5	2,1	A
	1348L	ARTI PERFORMATIVE E ORGANIZZAZIONE DI EVENTI																			
A1	FICACCI	Progettazione di eventi turistici	11	3,1	2,7	2,6	2,7	3,0	3,2	3,4	2,8	3,1		3,2	3,5	1,7	1,9	2,7	3,2	3,1	B
	1348L	ARTI PERFORMATIVE E ORGANIZZAZIONE DI EVENTI																			
A1	PANIZZA	DIRITTO PUBBLICO DEL TURISMO	52	3,6	3,1	3,2	3,2	3,2	3,4	3,5	3,2	3,3	3,5	3,3	3,4	2,4	2,2	3,2	3,2	3,2	A
	500NN	ELEMENTI DI DIRITTO PUBBLICO E PRIVATO DEL TURISMO																			

			n°	Q	BP	B1	B2	B3	B4	B5	B5AF	B6	B7	B8	B9	B10	F1	F2	F3	BS1	BS2	GR
A1	TOSI	ISTITUZIONI DI STORIA DELL'ARTE MODERNA	56		3,4	3,1	3,2	3,0	3,1	3,2	3,3	2,8	2,8	3,2	3,0	2,8	2,0	1,9	2,6	3,2	2,8	A
	1347L	ISTITUZIONI DI STORIA DELL'ARTE E MUSEOLOGIA PER IL TURISMO																				
A1	VINCI	ELEMENTI DI DIRITTO PRIVATO DEL TURISMO	52		3,4	2,8	3,0	3,0	3,1	3,3	3,3	3,0	3,1	2,9	3,2	3,2	3,0	2,0	3,2	3,1	3,1	A
	500NN	ELEMENTI DI DIRITTO PUBBLICO E PRIVATO DEL TURISMO																				