

Netiquette e Digital Trust nel Turismo: L'Etica delle Recensioni e l'Analisi dei Dati"

Classe: 1G Turismo

- Focus Turistico: Come la reputazione digitale (Brand Reputation) influenzi il successo di una destinazione o di un hotel. L'importanza per un manager turistico di rispondere alle recensioni con professionalità, cortesia e rispetto della netiquette, anche davanti a critiche ingiuste.
- Attività: Analisi di recensioni reali di alberghi o ristoranti. Gli studenti distinguono tra recensioni costruttive (rispettose della netiquette) e recensioni aggressive o palesemente false.

La Statistica dietro il Viaggio: Media, Moda e Mediana

- Contenuti: Analisi matematica dei sistemi di punteggio dei portali turistici. Studio e calcolo degli indici di tendenza centrale:
 - Media aritmetica: Il punteggio globale che visualizziamo su Booking o TripAdvisor (es. 4.3/5). Riflette il giudizio complessivo ma risente molto dei voti estremi (1 stella per vendetta o 5 stelle false).
 - Moda: Il voto più frequente dato dai viaggiatori. Indica se la maggior parte dei clienti concorda su un giudizio (es. se la moda è 5 stelle, l'hotel ha un forte consenso, anche se la media è più bassa a causa di poche recensioni pessime).
 - Mediana: Il valore che si trova al centro della lista ordinata dei voti. Aiuta a capire la reale tendenza dei clienti escludendo l'impatto dei commenti esagerati o "fuori scala" (*outliers*).
- Attività pratica: Gli studenti prendono la pagina delle recensioni di un hotel locale, estraggono un campione di 20 valutazioni numeriche e calcolano media, moda e mediana, interpretando qual è il vero livello di gradimento della struttura.