



|   |  |
|---|--|
| <i>Insegnamento</i>   | <b>ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE TURISTICHE</b>  |
| <i>Settore Scientifico disciplinare</i>                       | <b>SECS-P/08</b>   |
| <i>Corso e Classe di studio</i>                               | <b>ECONOMIA E GESTIONE DEI SERVIZI TURISTICI – L-18</b>  |
| <i>Docente</i>  | <b>PIER PAOLO CARRUS</b>   |
| <i>Anno di corso nel quale viene impartito l'insegnamento</i> | <b>2</b>   |
| <i>Semestre</i>   | <b>2</b>   |
| <i>Crediti assegnati</i>                                      | <b>9</b>   |
| <i>Prerequisiti:</i>  | Si consiglia un iter formativo che preveda gli insegnamenti di economia aziendale, matematica generale e finanziaria, ragioneria generale e applicata.   |
| <i>Obiettivi formativi dell'insegnamento</i>                  | L'obiettivo formativo del corso è lo sviluppo delle conoscenze di base del sistema impresa, delle sue attività, dei rapporti che instaura con gli altri attori del sistema competitivo e con l'ambiente. In particolare l'attenzione è volta a preparare gli studenti sui temi dell'economia delle imprese, del processo di direzione aziendale, della gestione strategica e della gestione operativa delle aree di attività organizzate nelle funzioni aziendali. Il corso si propone di preparare gli studenti per lavorare nelle agenzie di viaggi, tour operator, alberghi, catene alberghiere e network con mansioni e abilità professionali che consentono di essere immediatamente operativi.   |
| <i>Contenuti dell'insegnamento</i>                            | L'attività di didattica - lezioni frontali, analisi di casi aziendali, applicazioni e esercitazioni – si articola in specifici moduli volti all'analisi delle tematiche di seguito indicate: evoluzione della concezione sistemica dell'impresa; componenti organizzative del sistema aziendale; rapporti intersistemici con le forze del contesto competitivo e gli altri attori ambientali; tipologie e peculiarità delle imprese turistiche: agenzie di viaggi, tour operator, imprese alberghiere; finalità imprenditoriali e creazione del valore; decisioni aziendali, processi e criteri di scelta; stili di management; elementi di analisi e definizione delle scelte strategiche; modelli, metodi e strumenti di direzione; gestione delle relazioni di fornitura; gestione della produzione; gestione finanziaria, gestione dei rapporti con la distribuzione e il mercato finale; gestione dell'innovazione di prodotto, processo, organizzativa; politiche customer satisfaction nelle imprese turistiche; filiera turistica tradizionale e sviluppo dei network turistici. |
| <i>Metodo d'insegnamento</i>                                  | Lezioni frontali in aula accompagnate da slide. Discussione in gruppo di casi di studio. I materiali utilizzati sono selezionati e resi disponibili dal docente.   |

*Verifiche dell'apprendimento /  
procedure di valutazione*

L'esame consiste in una prova orale finalizzata alla valutazione del livello di apprendimento dello studente relativo alle tematiche trattate nel corso.

*Letture consigliate*

Dispense predisposte e casi di studio selezionati dal docente. Letture prevalentemente in lingua italiana, rivolte all'apprendimento dei principali temi trattati a lezione. I materiali sono resi disponibili dal docente e aggiornati sulla base dell'evoluzione del programma e della letteratura.