

GESTIONE DELLE ATTIVITA' TURISTICHE E CULTURALI (LM02)

(Lecce - Università degli Studi)

Insegnamento MANAGEMENT STRATEGICO DELLE IMPRESE TURISTICHE

GenCod A005990

Docente titolare PIERFELICE ROSATO

Insegnamento MANAGEMENT STRATEGICO DELLE IMPRESE

Insegnamento in inglese STRATEGIC MANAGEMENT OF TOURIST

Settore disciplinare SECS-P/08

Corso di studi di riferimento GESTIONE DELLE ATTIVITA' TURISTICHE E

Tipo corso di studi Laurea Magistrale

Crediti 10.0

Ripartizione oraria Ore Attività frontale: 80.0

Per immatricolati nel 2020/2021

Erogato nel 2020/2021

Anno di corso 1

Lingua ITALIANO

Percorso PERCORSO GENERICO/COMUNE

Sede Lecce

Periodo Annualità Singola

Tipo esame Orale

Valutazione Voto Finale

Orario dell'insegnamento

<https://easyroom.unisalento.it/Orario>

BREVE DESCRIZIONE DEL CORSO

Il corso affronterà le tematiche inerenti la gestione strategica delle imprese del turismo attraverso l'approfondimento di logiche, modelli e strumenti utili a supportare il processi di crescita delle imprese del settore del turismo.

Dopo una prima parte dedicata ad omogeneizzare le competenze dell'aula, il corso approfondirà lo studio delle principali scelte strategiche ed operative delle imprese del turismo con particolare evidenza per i processi di yield management e di social media marketing.

Verrà dedicata particolare attenzione a tematiche inerenti le nuove tecnologie e le dinamiche digitali associate al turismo.

Inoltre, una parte del corso verrà dedicata al tema dell'imprenditorialità e dell'auto imprenditorialità in ambito turistico anche al fine di valorizzare la capacità di leggere il contesto di riferimento e immaginare soluzioni e modelli di business innovativi.

Inoltre, verrà affrontato il tema del turismo sostenibile attraverso la presentazione di logiche e modelli di riferimento per garantire, anche in ragione di una crescente attenzione del turista per queste tematiche, processi di crescita delle imprese turistiche che sappiano coniugare competitività e sostenibilità.

La parte conclusiva del corso sarà dedicata a sviluppare riflessioni sul "turismo del post Covid19" con l'obiettivo di immaginare come i modelli di fruizione turistica possano cambiare e, contestualmente, rappresentare una sfida per le imprese del turismo.

PREREQUISITI

Avere conoscenze di base in tema di dinamiche di sviluppo del settore del turismo e in tema di management del turismo.

Conoscere le nozioni di base di management, strategie e marketing associate allo studio del turismo

OBIETTIVI FORMATIVI

Obiettivi formativi: Lo studente dovrà essere in grado di padroneggiare logica e strumenti associati al management delle imprese turistiche con adeguata capacità critica. In particolare, conoscere ed interpretare i modelli di analisi settoriale applicati al turismo, le strategie competitive, gli strumenti di yield management, gli strumenti di social media marketing e le logiche e gli strumenti in tema di turismo sostenibile.

Risultati attesi secondo i descrittori di Dublino: Conoscenza e capacità di comprensione (knowledge and understanding): Conoscenza e comprensione dei processi strategici e decisionali delle imprese. Capacità di applicare conoscenza e comprensione (applying knowledge and understanding): Capacità di identificare e proporre modelli di analisi del settore turistico e interpretativi delle dinamiche di mercato, individuare strategie competitive per il vantaggio competitivo e di marketing che la letteratura manageriale presenta.

Autonomia di giudizio (making judgements) Capacità di interpretare e valutare le potenzialità competitive delle imprese anche alla luce dei processi di globalizzazione dei mercati e dell'evoluzione tecnologica in atto.

Abilità comunicative (communication skills) Capacità di presentare i risultati raggiunti dalle imprese attraverso i modelli della letteratura manageriale e dell'evoluzione tecnologica.

Capacità di apprendimento (learning skills) Capacità di apprendimento delle dinamiche manifestate dalle imprese turistiche e delle strategie competitive adottate.

METODI DIDATTICI

Lezioni frontali. Utilizzo di casi aziendali per approfondire e utilizzare concetti e strumenti acquisiti. Project work e seminari con Imprenditori e Manager

MODALITA' D'ESAME

Prova orale, finalizzata alla verifica della comprensione, della padronanza e della capacità di trattazione dei temi affrontati.

"Lo studente, disabile e/o con DSA, che intende usufruire di un intervento individualizzato per lo svolgimento della prova d'esame, deve contattare l'ufficio Integrazione Disabili dell'Università del Salento all'indirizzo paola.martino@unisalento.it".

APPELLI D'ESAME

<http://www.economia.unisalento.it/536>

PROGRAMMA ESTESO

1. Il settore del turismo
 2. Le strategie delle imprese turistiche
 3. Le principali scelte di marketing delle imprese turistiche
 4. Analisi del comportamento del turista
 5. Imprenditorialità e autoimprenditorialità nel turismo
 6. I modelli innovativi di ricettività e ospitalità nel turismo
 7. Turismo e nuove tecnologie
 8. Intelligenza artificiale e turismo
 9. Il social media marketing in ambito turistico: teoria e analisi di casi
 10. Lo yield Management
 11. La sostenibilità nel turismo: teorie e analisi di casi
 12. Sustainable Development Goals (SDG's) e turismo
 13. Il turismo del post Covid19. Riflessioni e sfide aperte
-

TESTI DI RIFERIMENTO

Il materiale didattico verrà comunicato dal docente all'inizio del corso