

GESTIONE DELLE ATTIVITA' TURISTICHE E CULTURALI (LM02)

(Lecce - Università degli Studi)

Insegnamento MANAGEMENT STRATEGICO DELLE IMPRESE TURISTICHE

GenCod A006475

Docente titolare ANTONIO IAZZI

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 8.0

Ripartizione oraria Ore Attività frontale: 64.0

Per immatricolati nel 2022/2023

Erogato nel 2022/2023

Anno di corso 1

Lingua ITALIANO

Percorso PERCORSO GENERICO/COMUNE

Sede Lecce

Periodo Primo Semestre

Tipo esame Orale

Valutazione Voto Finale

Orario dell'insegnamento

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

BREVE DESCRIZIONE DEL CORSO

Il corso affronterà tematiche inerenti il management strategico delle imprese turistiche, dalla produzione di conoscenza alla pianificazione e realizzazione delle strategie aziendali. Particolare attenzione sarà prestata alle nuove strumentazioni fornite dal digitale, sia per la raccolta di informazioni che per l'implementazione delle strategie adottate e il controllo direzionale.

PREREQUISITI

Aver maturato consapevolezza delle tematiche attinenti la gestione delle imprese turistiche, dall'analisi dei modelli di governo, passando per l'apprendimento dei contesti, fino a giungere alla conoscenza dei processi aziendali.

OBIETTIVI FORMATIVI

Obiettivi formativi:

Lo studente dovrà conoscere i principi del management adottati nell'ambito della gestione delle imprese turistiche, nonché avere consapevolezza dei principali modelli di analisi settoriale, dei processi decisionali, delle strategie aziendali nonché del controllo di gestione.

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 turistiche.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione (applying knowledge and understanding): - Capacità di applicare i principali modelli strategico-competitivi che la letteratura manageriale presenta.

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

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

Capacità di apprendimento (learning skills): Capacità di apprendimento dei processi decisionali e delle strategie competitive.

METODI DIDATTICI

Lezioni frontali ed esercitazioni, case studies, project work, visite e testimonianze aziendali.

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".

PROGRAMMA ESTESO

Logiche e principi di gestione delle imprese turistiche

Turismo e Competitività

Il settore e i suoi modelli di analisi

Il sistema informativo di marketing

La segmentazione della domanda

Il posizionamento competitivo

Yeld Management

Le Strategie corporate e di business

Brand Management nelle imprese turistiche

Digital and social media strategies

Le alleanze strategiche

TESTI DI RIFERIMENTO

da definire