

MANAGER DEL TURISMO (LB41)

(Lecce - Università degli Studi)

Insegnamento MANAGEMENT TURISTICO

GenCod A004866

Docente titolare Paola SCORRANO

Insegnamento MANAGEMENT TURISTICO

Insegnamento in inglese TOURISM MANAGEMENT

Settore disciplinare SECS-P/08

Corso di studi di riferimento MANAGER DEL TURISMO

Tipo corso di studi Laurea

Crediti 8.0

Ripartizione oraria Ore Attività frontale: 64.0

Per immatricolati nel 2021/2022

Erogato nel 2023/2024

Anno di corso 3

Lingua ITALIANO

Percorso PERCORSI COMUNE/GENERICO

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 le tematiche inerenti la gestione delle imprese turistiche. Nello specifico verrà fornita una prospettiva manageriale al tema del turismo attraverso lo studio del meta-settore e delle dinamiche di sviluppo delle imprese che vi operano. Ci si focalizzerà in particolare sulle specificità delle diverse imprese che in tale ambito operano: imprese turistico – ricettive, tour operator, agenzie di viaggi, imprese crocieristiche, imprese congressuali.

Con riferimento a tali imprese saranno analizzate, in particolar modo, le scelte strategiche orientate al conseguimento del vantaggio competitivo e le principali scelte associate alla definizione di una relazione duratura con il cliente/turista in una prospettiva di marketing.

In considerazione della rilevanza di internet nel turismo, una parte del corso sarà dedicata al ruolo che il web assume nel trasformare i modelli di business delle imprese e nel favorire la nascita e lo sviluppo di nuove realtà imprenditoriali.

PREREQUISITI

Conoscenza delle dinamiche generali del settore turistico

OBIETTIVI FORMATIVI

Lo studente dovrà essere in grado di comprendere logica e strumenti associati al management delle imprese turistiche. In particolare, padroneggiare i modelli di analisi settoriale applicate al turismo, le strategie competitive e le diverse scelte di marketing con riferimento alle diverse tipologie d'impresa operanti in ambito turistico.

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 operanti nel settore turistico. 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 l'impiego degli strumenti tecnologici/digitali.

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

METODI DIDATTICI

Lezioni frontali. Analisi di casi aziendali per approfondire ed applicare concetti e strumenti acquisiti. Realizzazione di Project work. Seminari con imprenditori e manager del settore.

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

Per gli appelli d'esame si rimanda alla pagina: www.economia.unisalento.it/536

PROGRAMMA ESTESO

Il settore del turismo
Le caratteristiche della domanda e dell'offerta turistica
I modelli di analisi settoriale applicati al turismo
Le strategie competitive
Segmentazione e posizionamento
Le principali scelte di marketing
La customer satisfaction
Le diverse tipologie di imprese ricettive
Le imprese alberghiere
Il vantaggio competitivo in ambito alberghiero
Le imprese di tour operating e le agenzie di viaggi
Le imprese congressuali
Le imprese crocieristiche
Gli strumenti digitali per la competitività delle imprese turistiche

TESTI DI RIFERIMENTO

Benevolo C., Grasso M., "Destinazioni e imprese turistiche", FrancoAngeli 2021

For international students:

Cuneyt Mengu, "Operation management and strategies in travel industry. A Modern concept", Yalin Publishing, 2020

Only Chapters: 2-3-4-5-6-8-9