MANAGER DEL TURISMO (LB41)

(Lecce - Università degli Studi)

Insegnamento RETI, SISTEMI E FILIERE TURISTICHE

GenCod A004865

Docente titolare Francesca IMPERIALE

Insegnamento RETI, SISTEMI E FILIERE TURISTICHE

Anno di corso 3

Insegnamento in inglese NETWORKS, SYSTEMS AND TOURIST INDUSTRY

Lingua ITALIANO

Settore disciplinare SECS-P/07

Percorso PERCORSI COMUNE/GENERICO

Corso di studi di riferimento MANAGER DEL TURISMO

Tipo corso di studi Laurea

Sede Lecce

Crediti 8.0

Periodo Secondo Semestre

Ripartizione oraria Ore Attività frontale: 64.0

Tipo esame Orale

Per immatricolati nel 2017/2018

Valutazione Voto Finale

Erogato nel 2019/2020

Orario dell'insegnamento https://easyroom.unisalento.it/Orario

BREVE DESCRIZIONE DEL CORSO

Il corso affronta il tema dei processi aggregativi aziendali nel settore turistico, proponendosi di sviluppare conoscenze e competenze utili all'amministrazione e al controllo di reti e sistemi di offerta turistica. **Erogazione in teledidattica dall'11 marzo 2020 - CODICE 2hpye4c**

PREREQUISITI

Conoscenze di base di ambito economico-aziendale

OBIETTIVI FORMATIVI	Il corso si propone di raggiungere i seguenti obiettivi formativi: ▪ introdurre gli studenti alla conoscenza e comprensione delle dinamiche di co-creazione di valore caratterizzanti il settore turistico; ▪ sviluppare capacità di applicare ai fenomeni turistici conoscenza e comprensione dei diversi assetti economico-aziendali e giuridici delle reti di impresa e dei principali aspetti di management e di controllo implicati, ▪ sviluppare competenze inerenti all'analisi e valutazione di una strategia di rete nel settore turistico. Risultati attesi secondo i descrittori di Dublino: Conoscenza e capacità di comprensione: Alla fine del corso gli studenti saranno in grado di comprendere le motivazioni e le forme della collaborazione interaziendale nel settore turistico, tanto a livello di singola tipologia aziendale quanto a livello di destinazione per l'emersione e la gestione strategica di prodotti turistici distintivi e sostenibili. Capacità di applicare conoscenza e comprensione Alla fine del corso gli studenti avranno la capacità di applicare le conoscenze acquisite per l' analisi, la valutazione e l' implementazione di una strategia di rete nel settore turistico. Autonomia di giudizio Il corso contribuirà ad aumentare l'autonomia di giudizio degli studenti nello scegliere, contestualizzare e pianificare le strategie di sviluppo turistico di un territorio. Alla fine del corso lo studente avrà acquisito anche le seguenti competenze trasversali: – capacità di formulare giudizi in autonomia (interpretare le informazioni con senso critico e decidere di conseguenza) – capacità di lavorare in gruppo (sapersi coordinare con altri integrandone e competenze)
METODI DIDATTICI	Lezioni frontali e case studies
MODALITA' D'ESAME	L'accertamento della conoscenza e della capacità di comprensione avviene tramite una prova orale attraverso la quale si verifica la capacità di applicare le conoscenze acquisite durante il corso per l'analisi, la valutazione e l'implementazione di strategie di rete nel settore turistico. "*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*" Per gli appelli che si svolgeranno in modalità telematica l'esame prevede solo domande orali.
APPELLI D'ESAME	https://www.economia.unisalento.it/536

PROGRAMMA ESTESO	I contenuti del corso sono articolati in due unità didattiche, come di seguito dettagliato. Unità I – Strategie di rete e vantaggio competitivo nel turismo L'unità didattica ha l'obiettivo di introdurre gli studenti alla conoscenza e comprensione delle dinamiche di co-creazione di valore caratterizzanti il settore turistico. I contenuti oggetto di trattazione sono i seguenti: ▪ Il sistema di creazione del valore nel turismo ed i principali driver competitivi ▪ Il collegamento tra domanda ed offerta ed il ruolo dei network ▪ I network di co-creazione del valore nel turismo ▪ Analisi e valutazione della strategia competitiva e della strategia a livello di network Unità II – Amministrazione e controllo delle relazioni interaziendali L'unità didattica ha l'obiettivo di sviluppare competenze inerenti all'implementazione di una strategia di rete nel settore turistico, fornendo i contenuti necessari alla conoscenza, alla comprensione e applicazione tanto dei diversi assetti economico-aziendali e giuridici quanto dei principali aspetti di management e di controllo. I contenuti oggetto di trattazione sono i seguenti: ▪ Obiettivi, modalità e tipologie di aggregazioni aziendali ▪ Le reti di impresa: assetti economico-aziendali e giuridici ▪ Direzione e controllo di una rete di impresa
TESTI DI RIFERIMENTO	Unità didattica I – M. De Carlo, *La co-creazione del valore nel turismo. Modelli per l'analisi della strategia*, EGEA, 2013 Unità didattica II – R. Lombardi, *Le reti d'impresa in economia aziendale. Profili critici e interpretativi*, Giappichelli, 2015 (esclusi: paragrafo 3.1 del Capito II e tutto il Capito III) Dispense fornite dal docente a Lezione.