

|  |  |
|--|--|
| <b>Principali informazioni sull'insegnamento</b> |  |
| Titolo insegnamento                              | Economia dell'azienda turistica                              |
| Corso di studio                                  | Progettazione e management dei sistemi turistici e culturali |
| Crediti formativi                                | 8  |
| Denominazione inglese                            | Management of tourism companies                              |
| Obbligo di frequenza                             | Non previsto   |
| Lingua di erogazione                             | Italiano   |

|                             |                 |  |
|-----------------------------|-----------------|--|
| <b>Docente responsabile</b> | Nome Cognome    | Indirizzo Mail   |
|                             | Francesco Badia | <a href="mailto:francesco.badia@uniba.it">francesco.badia@uniba.it</a> |

|                                  |                     |           |         |
|----------------------------------|---------------------|-----------|---------|
| <b>Dettaglio credi formativi</b> | Ambito disciplinare | SSD       | Crediti |
|                                  | Economia Aziendale  | SECS-P/07 | 8       |

|                               |   |
|-------------------------------|---|
| <b>Modalità di erogazione</b> |   |
| Periodo di erogazione         | Primo Semestre  |
| Anno di corso                 | Primo anno  |
| Modalità di erogazione        | Lezioni frontali<br>Discussione in aula di casi pratici |

|                                       |    |
|---------------------------------------|----|
| <b>Organizzazione della didattica</b> |    |
| Ore totali                            | 56 |
| Ore di lezioni frontali               | 49 |
| Ore di esercitazioni e laboratori     | 7  |

|                            |                   |
|----------------------------|-------------------|
| <b>Calendario</b>          |                   |
| Inizio attività didattiche | 17 settembre 2019 |
| Fine attività didattiche   | 26 novembre 2019  |

|  |   |
|--|---|
| <b>Syllabus</b>  |   |
| Prerequisiti   | Nessuno.  |
| Risultati di apprendimento previsti (declinare rispetto ai Descrittori di Dublino) (si raccomanda che siano coerenti con i risultati di apprendimento del CdS, riportati nei quadri A4a, A4b e A4c della SUA, compreso i risultati di apprendimento trasversali) | <p>)] <i>Conoscenza e capacità di comprensione</i><br/>Il corso intende fornire un insieme di competenze economiche e manageriali in grado di consentire allo studente di distinguere le diverse tipologie di azienda turistica, nell'ambito dei diversi contesti territoriali e turistici ai quali si riferiscono.</p> <p>)] <i>Conoscenza e capacità di comprensione applicate</i><br/>Il corso intende fornire il quadro delle conoscenze e delle capacità applicate in grado di consentire allo studente individuare gli strumenti di analisi adeguata alle diverse tipologie di azienda turistica, sapendone distinguere gli elementi di organizzazione, gestione e rilevazione.</p> |

|                           |   |
|---------------------------|---|
|                           | <p>) <i>Autonomia di giudizio</i><br/>L'obiettivo del corso è di mettere lo studente nelle condizioni di saper valutare autonomamente l'efficienza, l'efficacia e l'economicità dei sistemi manageriali delle diverse tipologie di azienda turistica, anche tramite una personale rielaborazione critica dei contenuti teorici forniti durante le lezioni.</p> <p>) <i>Abilità comunicative</i><br/>L'obiettivo del corso è che lo studente sia in grado di comunicare, anche tramite il supporto della verifica sul grado di conoscenza dei contenuti del corso predisposto dalla prova finale, gli elementi chiave che possono definire il sistema aziendale di un'azienda turistica, nelle sue diverse possibili articolazioni.</p> <p>) <i>Capacità di apprendere</i><br/>L'obiettivo del corso è che lo studente possa affinare le proprie capacità di apprendimento del fenomeno dell'azienda turistica, tramite la frequentazione delle lezioni frontali e la discussione, assieme al docente, dei casi aziendali che verranno presentati in aula.</p> |
| Contenuti di insegnamento | <p>Parte I<br/>L'economia aziendale applicata al turismo: il concetto di azienda turistica e i concetti di gestione, organizzazione e rilevazione applicati all'azienda turistica.</p> <p>Parte II<br/>Le strategie nel settore turistico per aziende e destinazioni. Lo scenario del turismo mondiale, il ruolo dell'Italia nel mercato mondiale, la domanda turistica.</p> <p>Parte III<br/>L'offerta turistica (parte 1): la ricezione (le imprese alberghiere, il bed&amp;breakfast, le imprese e le attività congressuali).<br/>L'offerta turistica (parte 2): il trasporto (il trasporto aereo e le imprese crocieristiche).</p> <p>Parte IV<br/>L'intermediazione turistica: i tour operator, le agenzie di viaggio e gli intermediari turistici on-line.</p> <p>Parte V<br/>Casi ed esperienze di aziende turistiche, discussi e commentati in aula.</p>  |

| <b>Programma</b>   |  |
|--|--|
| Testi di riferimento   | <p>Libro di testo: Garibaldi R., (a cura di), Economia e gestione delle imprese turistiche, Hoepli, Milano, Seconda Edizione, 2015.</p> <p>Libro consigliato: Benevolo C., Grasso M., Destinazioni e imprese turistiche, FrancoAngeli, Milano, Seconda Edizione, 2019.</p> |
| Note ai testi di riferimento   | //   |
| Metodi didattici   | Lezioni teoriche frontali e presentazioni di casi aziendali.   |
| Metodi di valutazione (indicare almeno la tipologia scritto, orale, altro) | Esame scritto.   |

|   |   |
|---|---|
| Criteri di valutazione (per ogni risultato di apprendimento atteso su indicato, descrivere cosa ci si aspetta lo studente conosca o sia in grado di fare e a quale livello al fine di dimostrare che un risultato di apprendimento è stato raggiunto e a quale livello) | Lo studente deve dimostrare di aver raggiunto un grado almeno sufficiente di comprensione del funzionamento dei sistemi aziendali del settore turistico, avendo presente anche il quadro di riferimento e le distinte tipologie di azienda turistica. |
| Altro   | //  |