

Principali informazioni sull'insegnamento	
Titolo insegnamento	Economia delle aziende turistiche
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

Docente responsabile	Nome Cognome	Indirizzo Mail
	Francesco Badia	francesco.badia@uniba.it

Dettaglio credi formativi	Ambito disciplinare	SSD	Crediti
	Economia Aziendale	SECS-P/07	8

Modalità di erogazione	
Periodo di erogazione	Secondo Semestre
Anno di corso	Primo anno
Modalità di erogazione	Lezioni frontali Discussione in aula di casi pratici

Organizzazione della didattica	
Ore totali	56
Ore di lezioni frontali	50
Ore di esercitazioni e laboratori	6

Calendario	
Inizio attività didattiche	9 marzo 2021
Fine attività didattiche	9 giugno 2021

Syllabus	
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> 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> 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 natura strategica, organizzativa e gestionale.</p>

	<p>) <i>Autonomia di giudizio</i> 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> 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> 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 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 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 L'offerta turistica (parte 1): la ricezione (le imprese alberghiere, il bed&breakfast, le imprese e le attività congressuali). L'offerta turistica (parte 2): il trasporto (il trasporto aereo e le imprese crocieristiche).</p> <p>Parte IV L'intermediazione turistica: i tour operator, le agenzie di viaggio e gli intermediari turistici on-line.</p> <p>Parte V Casi ed esperienze di aziende turistiche, discussi e commentati in aula.</p>

Programma	
Testi di riferimento	<ol style="list-style-type: none"> 1) Benevolo C., Grasso M., Destinazioni e imprese turistiche, FrancoAngeli, Milano, Seconda Edizione, 2019. 2) Garibaldi R., (a cura di), Economia e gestione delle imprese turistiche, Hoepli, Milano, Seconda Edizione, 2015.
Note ai testi di riferimento	Il libro di Benevolo e Grasso costituisce il testo di riferimento. Il libro di Garibaldi può essere considerato come testo integrativo.
Metodi didattici	Lezioni teoriche frontali e presentazioni di casi aziendali.

Metodi di valutazione (indicare almeno la tipologia scritto, orale, altro)	Esame scritto in caso di esame in presenza. Esame orale qualora le condizioni di evoluzione della pandemia non consentano lo svolgimento della prova in presenza.
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	//