

Principali informazioni sull'insegnamento	
Denominazione dell'insegnamento	Economia delle aziende turistiche
Corso di studio	Progettazione e management dei sistemi turistici e culturali
Anno di corso	I anno
Crediti formativi universitari (CFU) / European Credit Transfer and Accumulation System (ECTS):	8
SSD	SECS-P/07
Lingua di erogazione	Italiano
Periodo di erogazione	II semestre
Obbligo di frequenza	Non previsto

Docente	
Nome e cognome	Francesco Badia
Indirizzo mail	francesco.badia@uniba.it
Telefono	Non abilitato
Sede	Dipartimento di Economia, Management e Diritto dell'Impresa
Sede virtuale	
Ricevimento (giorni, orari e modalità)	Mercoledì 17:30-19:30 in presenza, previa richiesta via email A distanza possibile in altri giorni della settimana, previo accordo

Syllabus	
<b>Obiettivi formativi</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Comprendere le dinamiche gestionali ed organizzative di un'azienda in generale</li> <li>- Saper inquadrare il settore turistico e conoscere le principali tipologie di aziende che ne fanno parte</li> <li>- Entrare in una dimensione rigorosa e di tipo professionale di studio e osservazione del fenomeno turistico dalla prospettiva delle aziende</li> </ul>
<b>Prerequisiti</b>	Nessuno
<b>Contenuti di insegnamento (Programma)</b>	<p><b>Parte I</b> 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><b>Parte II</b> Le strategie nel settore turistico. Lo scenario del turismo mondiale, il ruolo dell'Italia nel mercato mondiale, l'offerta e la domanda turistica.</p> <p><b>Parte III</b> Concetto di destinazione e destination management. Il ruolo delle destination management organizations. Le strategie di turismo sostenibile.</p> <p><b>Parte IV</b> Le strutture ricettive e dell'ospitalità (il settore alberghiero e quello extra-alberghiero). Le imprese e le attività congressuali. Le imprese di trasporto nel settore turistico (trasporto aereo ed imprese crocieristiche).</p> <p><b>Parte V</b> L'intermediazione turistica: i tour operator, le agenzie di viaggio e gli intermediari turistici on-line.</p>
<b>Testi di riferimento</b>	<p><b>Libro di testo:</b> Benevolo C., Grasso M., Destinazioni e imprese turistiche, FrancoAngeli, Milano, Terza Edizione, 2021</p> <p><b>Lettura integrativa:</b> Garibaldi R., (a cura di), Economia e gestione delle imprese turistiche, Hoepli, Milano, Seconda Edizione, 2015.</p>
<b>Note ai testi di riferimento</b>	A lezione e nelle slide fornite come materiale didattico saranno inserite maggiori specifiche sulle parti da consultare dei volumi adottati.

<b>Organizzazione della didattica</b>			
<b>Ore</b>			
Totali	Didattica frontale	Pratica (laboratorio, campo, esercitazione, altro)	Studio individuale
64	56	8	136
<b>CFU/ETCS</b>			
8	7	1	

<b>Metodi didattici</b>	Lezioni teoriche frontali e presentazioni di casi aziendali.
-------------------------	--

<b>Risultati di apprendimento previsti</b>	
<b>Conoscenza e capacità di comprensione</b>	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.
<b>Conoscenza e capacità di comprensione applicate</b>	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.
<b>Competenze trasversali</b>	<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 in modo autonomo</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>

<b>Valutazione</b>	
Modalità di verifica dell'apprendimento	Esame scritto con sottoposizione di domande aperte sulle tematiche trattate durante il corso. L'esame potrà essere svolto in un unico appello al termine del corso o mediante due prove parziali (esoneri), uno a metà corso e uno a fine corso.
Criteri di valutazione	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.
Criteri di misurazione dell'apprendimento e di attribuzione del voto finale	La prova sarà suddivisa in domande (4 domande fra cui sceglierne 3 per la prova in unico appello) a cui sarà attribuito un punteggio da 1 a 11 per arrivare a formare il voto complessivo. Per chi sosterrà la prova mediante gli esoneri saranno proposte due domande per prova (valutazione da 1 a 16 per domanda) e il voto complessivo dell'esame sarà la valutazione media di prima e seconda prova.
<b>Altro</b>	