

<b>Principali informazioni sull'insegnamento</b>	
Titolo insegnamento	Management delle aziende e degli eventi turistici e culturali
Corso di studio	Progettazione e management dei sistemi turistici e culturali
Crediti formativi	8
Denominazione inglese	Management of tourism and cultural organizations and events
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	Secondo Semestre
Anno di corso	Secondo anno
Modalità di erogazione	Lezioni frontali Discussione in aula di casi pratici

<b>Organizzazione della didattica</b>	
Ore totali	56
Ore di lezioni frontali	42
Ore di esercitazioni e laboratori	14

<b>Calendario</b>	
Inizio attività didattiche	18 febbraio 2020
Fine attività didattiche	5 giugno 2020

<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> Il corso intende fornire un insieme di competenze economiche e manageriali in grado di consentire allo studente di approfondire i contenuti di management per le aziende turistiche e culturali, nonché le modalità di ideazione, realizzazione e monitoraggio di eventi volti ad incrementare la domanda turistica.</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 di contribuire alla produzione e realizzazione di report gestionali nel settore turistico, nonché di programmare e monitorare eventi culturali sul territorio di rilievo turistico.</p>

	<p>) <i>Autonomia di giudizio</i> L'obiettivo del corso è di mettere lo studente nelle condizioni di saper analizzare autonomamente il livello di adeguatezza dei sistemi di management delle aziende turistiche e di quelle culturali, con particolare riferimento ai profili relativi alla pianificazione, programmazione e controllo e di saper riprodurre autonomamente tale schema di analisi per la produzione di eventi turistici e culturali, grazie ad una personale capacità di 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 di pianificazione, programmazione e controllo di un'azienda e della possibile applicazione delle logiche alla base di tale sistema al contesto degli eventi turistici e culturali.</p> <p>) <i>Capacità di apprendere</i> L'obiettivo del corso è che lo studente possa affinare le proprie capacità di approfondimento dei sistemi di management delle aziende e degli eventi turistici e culturali, 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 I sistemi di pianificazione, programmazione e controllo in azienda e nello specifico delle aziende turistiche e culturali.</p> <p>Parte II La strumentazione tecnico-contabile nei sistemi di pianificazione, programmazione e controllo. Piano strategico, budget e sistemi di reporting.</p> <p>Parte III Il destination management e la gestione turistica integrata a livello di territorio: profili strategici, organizzativi e gestionali.</p> <p>Parte IV Il project management in generale e in ambito turistico e culturale. Nozione di evento e di evento culturale. Le origini. Il percorso ideativo.</p> <p>Parte V Progettazione e programmazione degli eventi turistici e culturali. Elementi di marketing e comunicazione degli eventi turistici e culturali.</p>

<b>Programma</b>	
Testi di riferimento	<p>Argano L., Bollo A., Dalla Sega P., Organizzare eventi culturali. Ideazione, progettazione e gestione strategica del pubblico, FrancoAngeli, Milano, 2017.</p> <p>Scannerini A.L., Berretta M., Strumenti di controllo per le imprese turistiche, FrancoAngeli, Milano, 2014</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 orale.
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 di pianificazione, programmazione e controllo nelle aziende del settore turistico e culturale e di saperne applicare i concetti di riferimento al contesto degli eventi turistici e culturali sul territorio.
Altro	//