

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.