

Denominazione	MANAGEMENT DELLE AZIENDE TURISTICHE
Moduli componenti	-
Settore scientifico-disciplinare	SECS-P/07
Anno di corso e semestre di erogazione	3° anno, 2° semestre
Lingua di insegnamento	-
Carico didattico in crediti formativi universitari	6
Numero di ore di attività didattica assistita	36
Docente	Francesco Saverio Massari
Risultati di apprendimento specifici	<ul style="list-style-type: none"> - Conoscenza e comprensione dei ruoli, fenomeni, strumenti e modelli di analisi relativi alle diverse aziende operanti nel settore turistico - Capacità di analisi dei cambiamenti intervenuti nelle dinamiche e nelle aziende del settore Turismo in seguito all'avvento della Sharing Economy e dalla Digital Transformation - Conoscenza e comprensione delle più importanti competenze tecniche, manageriali, di marketing, relazionali e organizzative (interne ed esterne all'azienda) utili per co-creare valore all'interno dei "value – network" turistici - Conoscenza e comprensione delle principali teorie manageriali e dei principali modelli di management riferiti ai diversi tipi di operatori del settore Turismo - Conoscenza e capacità di applicazione dei principali strumenti manageriali che impiegano le succitate competenze per creare modelli di business e "experience" innovative, coerenti con le più moderne tecnologie digitali e con le logiche collaborative di sharing - Capacità di riflessione critica e autonomia di giudizio per quanto riguarda l'analisi del contesto e la scelta dei più opportuni strumenti e strategie da adottare - Capacità di analisi, sintesi, chiarezza espositiva e proprietà di linguaggio riferite anche all'analisi critica di casi aziendali e al dialogo diretto con imprenditori e testimonial istituzionali.
Programma	<ul style="list-style-type: none"> • La definizione di turismo. Le dinamiche del settore a livello internazionale, europeo, italiano e regionale • Il settore turistico nell'attuale contesto caratterizzato dalla Sharing Economy e dalla Digital Transformation. I cambiamenti riguardanti la domanda e l'importanza di sapere progettare un'"experience" unica e innovativa • Le aziende turistiche e i vari tipi di operatori della rete "del valore": i processi gestionali, strategici ed organizzativi • Collaborare per innovare nel settore turistico. Il Destination Management e la valorizzazione delle competenze del network territoriale • L'avvento delle tecnologie digitali e della Sharing Economy: le nuove strategie di marketing e i modelli di business piattaforma • Il Turismo e lo sviluppo sostenibile • L'innovazione nel settore Turismo: i Big Data e l'Intelligenza Artificiale – l'Open Tourism e il Crowdsourcing – il Design Thinking e il Turismo – la Realtà Virtuale e la Realtà Aumentata

Tipologie di attività didattiche previste e relative modalità di svolgimento	L'insegnamento, da 6 CFU, è strutturato in lezioni di didattica frontale di 3/4 ore in base al calendario accademico. Durante le lezioni saranno analizzati casi studio, approfondimenti settoriali e articoli tratti da prestigiose riviste accademiche internazionali. Sono previste, inoltre, testimonianze di imprenditori, docenti internazionali e manager, nonché visite aziendali presso eccellenze innovative locali e non.
Metodi e criteri di valutazione dell'apprendimento	Sia per frequentanti che per i non frequentanti, l'esame è svolto in forma orale (3 domande con risposta aperta) e riguarda tutto il programma previsto.
Criteri di misurazione dell'apprendimento e di attribuzione del voto finale	<p>Ai fini dell'esame, in riferimento alle attuali dinamiche del Settore Turismo, gli studenti devono dimostrare di saper padroneggiare le competenze e gli strumenti manageriali all'uopo più idonei per creare valore e competitività.</p> <p>La valutazione dell'apprendimento prevede l'attribuzione di un voto finale espresso in trentesimi. Per conseguire un punteggio pari o superiore a 27/30, lo studente deve provare di aver acquisito una conoscenza eccellente di tutti gli argomenti trattati durante il corso, essendo in grado di raccordarli in modo coerente e con un'opportuna proprietà di linguaggio.</p>
Propedeuticità	Conoscenze di base necessarie per seguire il corso con profitto: strategia aziendale, marketing, organizzazione aziendale.
Materiale didattico utilizzato e materiale didattico consigliato	Dispense e slide a cura del docente (studenti frequentanti e non frequentanti)