



<b>Denominazione</b>	MANAGEMENT DELLE AZIENDE TURISTICHE
<b>Moduli componenti</b>	-
<b>Settore scientifico-disciplinare</b>	SECS-P/07
<b>Anno di corso e semestre di erogazione</b>	3° anno, 2° semestre
<b>Lingua di insegnamento</b>	-
<b>Carico didattico in crediti formativi universitari</b>	6
<b>Numero di ore di attività didattica frontale</b>	36
<b>Docente</b>	Francesco Saverio Massari
<b>Risultati di apprendimento specifici</b>	<p>Al termine del percorso formativo, lo studente avrà maturato le conoscenze utili per comprendere i ruoli, i fenomeni, gli strumenti e i modelli di analisi relativi alle diverse aziende operanti nel settore turistico.</p> <p>Attraverso le nozioni acquisite, lo studente sarà in grado di analizzare i cambiamenti intervenuti nelle dinamiche e nelle aziende del settore Turismo, con particolare riferimento all'avvento della Sharing Economy e dalla Digital Transformation. In riferimento a tali cambiamenti, possiederà le conoscenze riguardanti le 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.</p> <p>Al termine del percorso di studio, partendo dalla conoscenza dei principali approcci teorici riguardanti la competitività nel settore turistico, lo studente sarà capace di utilizzare efficacemente gli strumenti manageriali che, impiegando le succitate competenze, permettono di creare modelli di business e "experience" innovative in coerenza con le più moderne tecnologie digitali e con le logiche collaborative di sharing.</p> <p>Al termine del percorso formativo, lo studente avrà acquisito autonome capacità di riflessione critica e di giudizio che gli permetteranno di analizzare il contesto di riferimento e, conseguentemente, di individuare i più opportuni strumenti e strategie da adottare.</p> <p>Attraverso le indicazioni fornitegli, lo studente riuscirà a operare con capacità di analisi e di sintesi, con chiarezza espositiva e con proprietà di linguaggio, anche in riferimento all'analisi di casi aziendali e al dialogo diretto con imprenditori e testimonial istituzionali.</p>
<b>Programma</b>	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>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 quale leva competitiva.</p> <p>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.</p>
<b>Tipologie di attività didattiche previste e relative modalità di svolgimento</b>	L'insegnamento 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.
<b>Metodi e criteri di</b>	Sia per frequentanti che per i non frequentanti, l'esame è svolto in forma orale (3 domande con risposta



<b>valutazione dell'apprendimento</b>	aperta), ha una durata orientativamente di 25 minuti e riguarda tutto il programma previsto.
<b>Criteri di misurazione dell'apprendimento e di attribuzione del voto finale</b>	Ai fini dell'esame, gli studenti devono dimostrare di saper padroneggiare le competenze e gli strumenti manageriali all'uopo più idonei per creare valore e competitività nel settore turistico. 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 ricordarli in modo coerente e con un'opportuna proprietà di linguaggio.
<b>Propedeuticità</b>	Conoscenze di base necessarie per seguire il corso con profitto: strategia aziendale, marketing, organizzazione aziendale.
<b>Materiale didattico utilizzato e materiale didattico consigliato</b>	Dispense e slide a cura del docente (studenti frequentanti e non frequentanti).