



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PALERMO

DIPARTIMENTO	Scienze Economiche, Aziendali e Statistiche		
ANNO ACCADEMICO OFFERTA	2018/2019		
ANNO ACCADEMICO EROGAZIONE	2020/2021		
CORSO DILAUREA	SCIENZE DEL TURISMO		
INSEGNAMENTO	ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE TURISTICHE		
TIPO DI ATTIVITA'	A		
AMBITO	50039-Discipline economiche, statistiche e giuridiche		
CODICE INSEGNAMENTO	00314		
SETTORI SCIENTIFICO-DISCIPLINARI	SECS-P/08		
DOCENTE RESPONSABILE	PICONE PASQUALE MASSIMO	Professore Ordinario	Univ. di PALERMO
ALTRI DOCENTI			
CFU	6		
NUMERO DI ORE RISERVATE ALLO STUDIO PERSONALE	102		
NUMERO DI ORE RISERVATE ALLA DIDATTICA ASSISTITA	48		
PROPEDEUTICITA'	17115 - ECONOMIA AZIENDALE C.I.		
MUTUAZIONI			
ANNO DI CORSO	3		
PERIODO DELLE LEZIONI	1° semestre		
MODALITA' DI FREQUENZA	Facoltativa		
TIPO DI VALUTAZIONE	Voto in trentesimi		
ORARIO DI RICEVIMENTO DEGLI STUDENTI	PICONE PASQUALE MASSIMO Lunedì 10:00 12:00 In presenza presso DEAS IV Piano, Stanza 14 oppure via teams d3s81a2		

DOCENTE: Prof. PASQUALE MASSIMO PICONE

PREREQUISITI	Le conoscenze di base di Economia Aziendale facilitano il processo di apprendimento
RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI	Conoscenza e capacita' di comprensione Il corso di Economia e Gestione delle Imprese Turistiche fornisce agli studenti una conoscenza articolata sulla creazione e appropriazione del valore delle imprese che operano nel settore turistico. In generale, si focalizzera' l'attenzione su come un'impresa possa ottenere un vantaggio rispetto ai rivali e conservarlo nel tempo. In particolare, le conoscenze acquisite supporteranno lo studente nella costruzione di una "mappa concettuale" delle principali opzioni strategiche per le differenti imprese turistiche. Capacita' di applicare conoscenza e comprensione Lo studente al termine del corso di Economia e Gestione delle Imprese Turistiche sara' in grado di analizzare e di interpretare le principali problematiche e criticita' inerenti alla gestione strategica ed operativa delle imprese turistiche; nonche' di applicare le conoscenze acquisite al fine di risolvere le superiori problematiche e criticita'. Autonomia di giudizio Lo studente al termine del corso di Economia e Gestione delle Imprese Turistiche sara', non solo in grado di valutare adeguatamente le problematiche connesse con la gestione strategica ed operativa delle imprese turistiche, ma anche di integrare le nozioni attinenti al presente insegnamento con le conoscenze acquisite in precedenza durante il suo percorso formativo universitario. Per tale via, egli perverra' ad una superiore capacita' di rielaborazione e di applicazione critica del bagaglio di conoscenze e di competenze complessivamente maturato che gli consentira' autonomia di giudizio e capacita' di confronto dialettico con i futuri colleghi di eguale o diverso livello gerarchico Abilita' comunicative Lo studente al termine del corso di Economia e Gestione delle Imprese Turistiche acquisira' la capacita' di esporre i contenuti della disciplina oggetto di studio con un linguaggio tecnico adeguato che gli permettera', una volta inserito nel mondo del lavoro, di rapportarsi efficacemente con le varie figure professionali con le quali entrera' in contatto. Il docente stimolera' gli studenti a presentare analisi, progetti e proposte concernenti le principali scelte strategiche d'impresa. Parallelamente, un approccio didattico interattivo sara' favorito dalla discussione in aula di case study di imprese operanti nel settore turistico e di articoli della stampa nazionale e/o internazionale. Capacita' d'apprendimento Lo studente al termine del corso di Economia e Gestione delle Imprese Turistiche sara' in grado di procedere, in maniera autonoma, a percorsi di ulteriore formazione ed approfondimento delle tematiche che via via si trovera' ad affrontare tramite la consultazione di banche dati e di riviste scientifiche e/o professionali proprie del settore. Inoltre, il discente avra' acquisito una capacita' di apprendimento adeguata per proseguire la sua formazione in corsi di laurea magistrale e/o master di primo livello.
VALUTAZIONE DELL'APPRENDIMENTO	La valutazione dello studente prevede una prova orale in cui vengono proposte una serie di domande volte ad indagare complessivamente se lo studente abbia acquisito: a) conoscenza e padronanza degli argomenti oggetto del programma del corso; b) capacita' interpretativa ed autonomia di giudizio anche di casi concreti; c) capacita' di utilizzare un linguaggio tecnico adeguato. La valutazione finale conseguita, espressa in trentesimi, va interpretata nel seguente modo: a) valutazione inferiore a 18, se lo studente dimostrerà di aver acquisito un livello insufficiente delle sovra descritte conoscenze e capacita'; b) valutazione da 18 a 20, se lo studente dimostrerà di aver acquisito un livello sufficiente delle superiori conoscenze e capacita'; c) valutazione da 21 a 23, se lo studente dimostrerà di aver acquisito un livello più che sufficiente delle superiori conoscenze e capacita'; d) valutazione da 24 a 26, se lo studente dimostrerà di aver acquisito un livello buono delle sovra descritte conoscenze e capacita'; e) valutazione da 27 a 29, se lo studente dimostrerà di aver acquisito un livello molto buono delle sovra descritte conoscenze e capacita'; f) valutazione da 30 a 30 e lode, se lo studente dimostrerà di aver acquisito un livello ottimo delle superiori conoscenze e capacita'.
OBIETTIVI FORMATIVI	Il corso di Economia e Gestione delle Imprese Turistiche fornira' agli studenti una solida e articolata preparazione teorico-concettuale per la formulazione della strategia dell'impresa, nonche' le conoscenze di base per orchestrare le risorse e gestire i processi di implementazione delle scelte strategiche effettuate. Un focus pratico al corso e' dato dall'applicazione delle conoscenze teoriche apprese dagli studenti all'analisi di casi concreti tesi a evidenziare le principali problematicita' e le sfide derivanti dall'accelerazione delle dinamiche

	competitive nel settore turistico.
ORGANIZZAZIONE DELLA DIDATTICA	Lezioni frontali e case study focus group
TESTI CONSIGLIATI	I testi consigliati NON sono alternativi tra loro. Dyer J., Godfrey P., Jensen R., Bryce D., Pastore A., Strategic Management. Principi e applicazioni. Isedi, 2018. Della Corte V. , Imprese e sistemi turistici. Seconda edizione, EGEA, 2013. Materiale fornito dal docente tramite il sito internet del corso.

PROGRAMMA

ORE	Lezioni
2	Introduzione al corso: principali obiettivi e percorso di svolgimento del programma
2	La formulazione e l'attuazione della strategia
2	Un confronto tra la stakeholder theory e la shareholder theory
4	Le dinamiche di corporate governance
4	La definizione del contesto competitivo
4	L'analisi competitiva interna: la catena del valore, il modello VRIO e il diamante aziendale
2	Il vantaggio competitivo di costo
2	Il vantaggio competitivo di differenziazione
4	Le strategie corporate e l'analisi di portafoglio
4	Le strategie internazionali
2	Le strategie innovative
2	Le strategie competitive
2	L'attuazione delle strategie
2	La strategia, gli strumenti e le organizzazioni orientate al valore sociale
2	La filiera turistica e le principali dinamiche del settore turistico. L'evoluzione dai sistemi turistici locali alle destination
8	I principali attori della settore turistico: i tour operator; le imprese di trasporto; le imprese ricettive; le imprese di ristorazione; il settore crocieristico; le agenzie di viaggio; altre imprese del settore