



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PALERMO

DIPARTIMENTO	Scienze Economiche, Aziendali e Statistiche
ANNO ACCADEMICO OFFERTA	2020/2021
ANNO ACCADEMICO EROGAZIONE	2022/2023
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	02747
SETTORI SCIENTIFICO-DISCIPLINARI	SECS-P/08
DOCENTE RESPONSABILE	LEVANTI GABRIELLA Professore Associato Univ. di PALERMO
ALTRI DOCENTI	
CFU	6
NUMERO DI ORE RISERVATE ALLO STUDIO PERSONALE	102
NUMERO DI ORE RISERVATE ALLA DIDATTICA ASSISTITA	48
PROPEDEUTICITA'	
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	LEVANTI GABRIELLA Martedì 12:10 13:40 Ricevimento in presenza presso la stanza del docente (stanza 4.12, IV piano, ed. 13) o telematico tramite piattaforma Teams: codice del Team: onaopkm. Il ricevimento va necessariamente prenotato tramite pagina del docente sul sito unipa e in fase di prenotazione occorre specificare se si opta per il ricevimento in presenza oppure online (se non precisato il ricevimento si considera in presenza)

DOCENTE: Prof.ssa GABRIELLA LEVANTI

PREREQUISITI	Per perseguire in modo ottimale gli obiettivi del corso lo studente deve conoscere i concetti di base dell'Economia Aziendale
RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI	<p>Conoscenza e capacità di comprensione Il corso di Economia e Gestione delle Imprese Turistiche fornisce agli studenti una conoscenza articolata sulla creazione e sull'appropriazione del valore delle imprese che operano nel settore turistico. In generale, si focalizzerà 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 che operano nel settore turistico.</p> <p>Capacità di applicare conoscenza e comprensione Lo studente al termine del corso sarà in grado di analizzare e di interpretare le principali problematiche e criticità inerenti alla gestione strategica ed operativa delle imprese turistiche; nonché, di applicare le conoscenze acquisite al fine di risolvere le superiori problematiche e criticità.</p> <p>Autonomia di giudizio Lo studente al termine del corso sarà, 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 perverrà ad una superiore capacità di rielaborazione e di applicazione critica del bagaglio di conoscenze e di competenze complessivamente maturato che gli consentirà autonomia di giudizio e capacità di confronto dialettico con i futuri colleghi e/o collaboratori di eguale o diverso livello gerarchico.</p> <p>Abilità comunicative Lo studente al termine del corso acquisirà la capacità di esporre i contenuti della disciplina oggetto di studio con un linguaggio tecnico adeguato che gli permetterà, una volta inserito nel mondo del lavoro, di rapportarsi efficacemente con le varie figure professionali con le quali entrerà in contatto. Il docente stimolerà gli studenti a presentare analisi, progetti e proposte concernenti le principali scelte strategiche d'impresa. Parallelamente, un approccio didattico interattivo sarà favorito dalla discussione in aula di case study di imprese operanti nel settore turistico e di articoli della stampa nazionale e/o internazionale.</p> <p>Capacità d'apprendimento Lo studente al termine del corso sarà in grado di procedere, in maniera autonoma, a percorsi di ulteriore formazione ed approfondimento delle tematiche che via via si troverà ad affrontare tramite la consultazione di banche dati e di riviste scientifiche e/o professionali proprie del settore; come pure, egli sarà capace di accedere e di seguire corsi di laurea magistrale e master di primo livello.</p>
VALUTAZIONE DELL'APPRENDIMENTO	<p>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) capacità interpretativa ed autonomia di giudizio anche di casi concreti; c) capacità di utilizzare un linguaggio tecnico adeguato.</p> <p>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 capacità; b) valutazione da 18 a 20, se lo studente dimostrerà di aver acquisito un livello sufficiente delle superiori conoscenze e capacità; c) valutazione da 21 a 23, se lo studente dimostrerà di aver acquisito un livello più che sufficiente delle superiori conoscenze e capacità; d) valutazione da 24 a 26, se lo studente dimostrerà di aver acquisito un livello buono delle sovra descritte conoscenze e capacità; e) valutazione da 27 a 29, se lo studente dimostrerà di aver acquisito un livello molto buono delle sovra descritte conoscenze e capacità; f) valutazione da 30 a 30 e lode, se lo studente dimostrerà di aver acquisito un livello ottimo delle superiori conoscenze e capacità.</p>
OBIETTIVI FORMATIVI	Il corso di Economia e Gestione delle Imprese Turistiche fornirà agli studenti una solida e articolata preparazione teorico-concettuale per la formulazione della strategia dell'impresa, nonché le conoscenze di base per orchestrare le risorse e gestire i processi di implementazione delle scelte strategiche effettuate. Un focus pratico al corso è dato dall'applicazione delle conoscenze teoriche apprese dagli studenti all'analisi di casi concreti tesi a evidenziare le principali problematicità e le sfide derivanti dall'accelerazione delle dinamiche competitive nel settore turistico.

ORGANIZZAZIONE DELLA DIDATTICA	Lezioni frontali e case study focus group
TESTI CONSIGLIATI	1) Dyer J., Godfrey P., Jensen R., Bryce D, Pastore A., Strategic Management. Principi e applicazioni, ISEDI, 2018 2) Della Corte V., Imprese e sistemi turistici. Seconda edizione, EGEA, 2013 3) Materiale vario indicato dal docente durante il corso. Si precisa che i libri di testo indicati NON sono in alternativa.

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