

## PROGRAMMA DEL CORSO DI ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE TURISTICHE

### SETTORE SCIENTIFICO

SECS-P/08 (ECON-07/A)

### CFU

9

### ELENCO VIDEOLEZIONI

L'origine del concetto di impresa e aspetti definitori. (Un cammino storico tra i modelli di impresa) L'impresa come sistema Il rapporto tra impresa, ambiente e società L'ambiente rilevante per l'impresa: macroambiente e microambiente Forme di mercato: concorrenza perfetta, monopolio, oligopolio e concorrenza monopolistica Le classificazioni d'Impresa: criteri settoriali, dimensionali e relazionali L'imprenditore e le funzioni imprenditoriali Tratti distintivi e processo decisionale dell'imprenditore Le finalità imprenditoriali: Teorie del massimo profitto e limiti sociali al massimo profitto La funzione manageriale Manager e problemi di identificazione nel fine aziendale Sistemi di corporate governance, assetti giuridici ed influenze contestuali La strategia Analisi dell'ambiente esterno: opportunità e minacce L'analisi interna Il vantaggio competitivo di costo Il vantaggio competitivo di differenziazione Strategie di stabilità e contrazione per la gestione di crisi La strategia di integrazione Le strategie di collaborazione La strategia di diversificazione CSR: aspetti definitori, sostenibilità ed etica Inquadramento teorico della CSR negli studi di management Il Pilastro ambientale Il Pilastro sociale Il pilastro di Governance Disclosure sociale Turismo e marketing Il marketing nel settore dell'ospitalità Il valore nel mercato del turismo Il servizio nel marketing del turismo Progettazione di una strategia di marketing turistico Il piano di marketing turismo Turismo e comunicazione Le fasi del processo di comunicazione Il mix promozionale Definire il budget per la comunicazione Gestire e coordinare la comunicazione di marketing Passaparola e recensioni dei clienti Dal prodotto alla filiera turistica I tour operator e le agenzie di viaggio Le imprese di trasporto Le imprese ricettive Il settore croceristico Le altre imprese del settore

### ATTIVITÀ DIDATTICA INTERATTIVA (TEL-DI)

Le attività di Didattica Interattiva (TEL-DI) consistono, per ciascun CFU, in 2 ore erogate in modalità sincrona su piattaforma Class, svolte dal docente anche con il supporto del tutor disciplinare, e dedicate a una o più tra le seguenti tipologie di attività:

- sessioni live, in cui il docente guida attività applicative, stimolando la riflessione critica e il confronto diretto con gli studenti tramite domande in tempo reale e discussioni collaborative;
- webinar interattivi, arricchiti da sondaggi e domande dal vivo, per favorire il coinvolgimento attivo e la co-costruzione della conoscenza;

- lavori di gruppo e discussioni in tempo reale, organizzati attraverso strumenti collaborativi come le breakout rooms, per sviluppare strategie di problem solving e il lavoro in team;
- laboratori virtuali collettivi, in cui il docente guida esperimenti, attività pratiche o l'analisi di casi di studio, rendendo l'apprendimento un'esperienza concreta e partecipativa.

Tali attività potranno essere eventualmente supportate da strumenti asincroni di interazione come per esempio:

- forum;
- wiki;
- quiz;
- glossario.

Si prevede l'organizzazione di almeno due edizioni di didattica interattiva sincrona nel corso dell'anno accademico.

Si precisa che il ricevimento degli studenti, anche per le tesi di laurea, non rientra nel computo della didattica interattiva.

## TESTI CONSIGLIATI

Baroncelli, A. (2020). Economia e gestione delle imprese. McGraw-Hill

Kotler et al. (2021). Marketing del turismo. Pearson

## MODALITÀ DI VERIFICA DELL'APPRENDIMENTO

L'esame può essere sostenuto sia in forma scritta che in forma orale. L'esame orale consiste in un colloquio con la Commissione sui contenuti dell'insegnamento. L'esame in forma scritta consiste nello svolgimento di un test composto da 31 domande. Per ogni domanda lo studente deve scegliere una delle 4 possibili risposte. Solo una risposta è corretta e, in caso di risposte errate o mancanti, non sarà attribuita alcuna penalità. Rispondendo correttamente a tutte le 31 domande, si consegnerà la lode. Oltre alla prova d'esame finale, il percorso prevede attività di didattica interattiva sincrona e prove intermedie che consentono alle studentesse e agli studenti di monitorare il proprio apprendimento, attraverso momenti di verifica progressiva e consolidamento delle conoscenze. La partecipazione alle attività di didattica interattiva sincrona consente di maturare una premialità fino a 2 punti sul voto finale, attribuiti in funzione della qualità della partecipazione alle attività e dell'esito delle prove. Per accedere alle prove intermedie è necessario aver seguito almeno il 50% di ogni ora di didattica interattiva. Le prove intermedie possono consistere in un test di fine lezione o nella predisposizione di un elaborato. Le prove intermedie si considerano superate avendo risposto correttamente ad almeno l'80% delle domande di fine lezione. In caso di prove intermedie che prevedano la redazione di un elaborato, il superamento delle stesse ai fini della premialità sarà giudicata dal docente titolare dell'insegnamento. I punti di premialità, previsti per le prove intermedie, sono sommati al voto finale d'esame solo se la prova d'esame è superata con un punteggio pari ad almeno 18/30 e possono contribuire al conseguimento della lode. Le modalità d'esame descritte sono progettate per valutare il grado di comprensione delle nozioni teoriche e la capacità di applicazione delle stesse e consentiranno di valutare il livello di competenza e l'autonomia di giudizio maturati dalla studentessa e dallo studente. Le abilità di comunicazione e la capacità di apprendimento saranno valutate anche attraverso le interazioni dirette che avranno luogo durante la fruizione dell'insegnamento. Per espletare

la prova sarà necessario utilizzare fogli bianchi, penne e calcolatrici.

## OBBLIGO DI FREQUENZA

/\*\*/ Constants loaded at 2025-07-28T10:42:12.760Z

A studentesse e studenti viene richiesto di partecipare ad almeno il 70% dell'attività di didattica erogativa (70% della TEL-DE).

## RECAPITI

Carmela.diguida@unipegaso.it Giuseppe.festa@unipegaso.it Pasquale.sasso@unipegaso.it

## PREREQUISITI

Per una migliore fruizione del corso, si suggerisce di aver seguito preliminarmente l'insegnamento di Economia aziendale.

## OBIETTIVI FORMATIVI

Il corso di Economia e gestione delle imprese turistiche mira a fornire agli studenti una visione integrata dei principi economici, strategici e gestionali applicati al settore turistico, con particolare attenzione alla relazione tra impresa, ambiente e società. (Ob.1) Comprendere le specificità delle imprese turistiche, la loro classificazione e il ruolo dell'imprenditore, analizzando forme di mercato e macro/microambiente di riferimento. (Ob.2) Saper elaborare strategie competitive e di posizionamento, incluse politiche di integrazione, collaborazione e diversificazione, con riferimento alle peculiarità del settore. (Ob.3) Approfondire i principi di Corporate Social Responsibility (CSR) e sostenibilità, valutando gli impatti ambientali, sociali e di governance delle imprese turistiche. (Ob.4) Applicare le conoscenze di marketing e comunicazione al turismo, sviluppando piani strategici per l'ospitalità e la promozione delle destinazioni. (Ob.5) Analizzare e gestire le diverse tipologie di operatori della filiera turistica, dalle imprese ricettive ai trasporti e alle agenzie di viaggio, individuandone i modelli organizzativi e le criticità gestionali.

## RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI

- Conoscenza e capacità di comprensione Conoscere le principali teorie e modelli di impresa turistica e le loro classificazioni. (Ob.1) Comprendere le dinamiche macro e microambientali e il loro impatto sulle scelte strategiche delle imprese turistiche. (Ob.1) Analizzare strategie di costo, differenziazione, stabilità, integrazione e collaborazione nel contesto turistico. (Ob.2) Approfondire il concetto di CSR, sostenibilità e disclosure sociale nel turismo. (Ob.3) Conoscere gli elementi chiave del marketing turistico e della comunicazione di settore. (Ob.4) Comprendere il funzionamento della filiera turistica e delle diverse tipologie di imprese. (Ob.5) • Capacità di applicare conoscenza e comprensione Sviluppare analisi competitive e di posizionamento per imprese turistiche. (Ob.2) Elaborare piani di marketing e strategie di comunicazione per destinazioni e operatori del settore. (Ob.4) Integrare principi di CSR e sostenibilità nelle strategie aziendali turistiche. (Ob.3) Applicare modelli organizzativi e gestionali alle diverse imprese della filiera. (Ob.5) Utilizzare strumenti di analisi per valutare la performance e la governance delle imprese turistiche. (Ob.1) • Autonomia di giudizio Valutare in maniera critica le scelte strategiche e di governance nel turismo. (Ob.1, Ob.3) Saper ponderare l'applicazione di strategie competitive in base alle caratteristiche del mercato turistico di

riferimento. (Ob.2) Esprimere valutazioni sugli impatti sociali, economici e ambientali delle attività turistiche. (Ob.3) Analizzare le performance delle imprese ricettive, dei trasporti e delle agenzie di viaggio. (Ob.5) • Abilità comunicative Presentare strategie e piani di marketing turistico in maniera chiara e strutturata. (Ob.4) Comunicare dati, risultati e analisi delle performance aziendali con terminologia tecnico-specialistica. (Ob.1, Ob.2) Saper illustrare progetti di CSR e sostenibilità ad attori interni ed esterni all'impresa. (Ob.3) Utilizzare strumenti multimediali per la promozione di destinazioni e servizi turistici. (Ob.4) • Capacità di apprendimento Sviluppare un approccio di apprendimento continuo sulle evoluzioni del settore turistico. (Ob.1) Aggiornarsi sulle tendenze di mercato e sugli strumenti digitali per il marketing turistico. (Ob.4) Integrare nuove conoscenze di sostenibilità e CSR nella gestione d'impresa. (Ob.3) Approfondire le best practice organizzative e gestionali delle imprese turistiche a livello nazionale e internazionale. (Ob.5)

## **ATTIVITÀ DI DIDATTICA EROGATIVA (TEL-DE)**

Le attività di Didattica Erogativa consistono, per ciascun CFU, nell'erogazione di 5 videolezioni della durata di circa 30 minuti. A ciascuna lezione sono associati:

- una dispensa (PDF) di supporto alla videolezione oppure l'indicazione di capitoli o paragrafi di un e-book di riferimento, scelto dal docente tra quelli liberamente consultabili in piattaforma da studentesse e studenti;
- un questionario a risposta multipla per l'autoverifica dell'apprendimento.

## **AGENDA**

Nella sezione Informazioni Appelli, nella home del corso, per ogni anno accademico vengono fornite le date degli appelli d'esame.

Le attività di didattica interattiva sincrona sono calendarizzate in piattaforma nella sezione Class.

Le attività di ricevimento di studenti e studentesse sono calendarizzate nella sezione Ricevimento Online.