

SYLLABUS DEL CORSO

Management of Tourism Enterprises

2122-1-F4901N102

Obiettivi formativi

Conoscere l'industria turistica e le imprese che vi operano, adottando la prospettiva del management

Contenuti sintetici

- L'importanza economica del turismo
- I suoi attori
- L'impatto del turismo su territorio, società, economia
- Elementi di marketing applicato al turismo

Programma esteso

Perché il turismo è così importante?

- Che dire del turismo: definizioni, tendenze, sfide
- Che cos'è un prodotto / servizio / esperienza / offerta turistica
- Tendenze chiave

Chi sono gli attori del sistema turistico?

- Fornitori: servizi di trasporto, alloggio e ospitalità, altri operatori
- Intermediari: tour operator, vendita al dettaglio di viaggi, altri operatori
- La domanda e le sue esigenze
- Operations di un'impresa turistica
- Il settore pubblico

Qual è l'impatto del turismo?

- Come misurare il suo impatto sulla destinazione

Principi base di:

- marketing
- destination management

Prerequisiti

Conoscenza della lingua inglese. Le lezioni verranno erogate in inglese

Metodi didattici

- Lezioni in aula (per eventuali modifiche o casi specifici, si rimanda alle disposizioni d'ateneo e relative comunicazioni)
- Casi studio
- Lavori di gruppo, assignments

Modalità di verifica dell'apprendimento

Per studenti frequentanti: esame orale con presentazione di un project work.

Per studenti non frequentanti: esame orale.

Testi di riferimento

Stephen Page (2019) Tourism Management, Routledge 6a edizione. Il testo è disponibile anche in versione digitale.

Lo studio del testo è obbligatorio per ogni tipo di prova di esame.
