



Insegnamento	Tourism Management
Livello e corso di studio	<i>CORSO DI LAUREA TRIENNALE IN SOCIOLOGIA ECONOMICA, DELL'AMBIENTE E DELLA SOSTENIBILITÀ' (Classe LM/40)</i>
Settore scientifico disciplinare (SSD)	<i>SSD SECS P10</i>
Anno Accademico	2024-2025
Anno di corso	3
Numero totale di crediti	9
Propedeuticità	-
Docente	<p>Marco Valeri</p> <p>Facoltà: Economia Email: marco.valeri@unicusano.it Orario di ricevimento: Consultare il calendario alla pagina seguente del nostro sito verificando gli orari di Videoconferenza https://www.unicusano.it/calendario-lezioni-in-presenza/calendario-area-economica</p>
Presentazione	<p>Il corso si propone di fornire gli elementi di base per comprendere: i principi di tourism management applicato sia alle destinazioni sia alle imprese turistiche che ne fanno parte. Particolare attenzione sarà dedicata alle seguenti tematiche: Destination Governance, Destination Management, Organization & HRM in Tourism Hospitality Management, Digital Transformation & Tourism Sustainability in tourism Planning and control system in tourism businesses</p>
Obiettivi formativi disciplinari	<p>Il corso di è progettato per il perseguimento delle seguenti finalità:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) favorire un apprendimento critico e attivo finalizzato all'applicazione dei modelli e degli strumenti manageriali più avanzati a contesti aziendali e territoriali reali per affrontare specifici problemi gestionali; 2) fornire agli studenti, con background culturali diversi, le conoscenze e le competenze più richieste dalle aziende e dalle istituzioni nei settori del turismo e dell'ospitalità; 3) consentire ai partecipanti di individuare e costruire il percorso di specializzazione più coerente con i propri interessi e attitudini personali nell'ambito della gestione delle imprese turistiche o dello sviluppo territoriale; 4) offrire una visione generale del sistema turistico e dei suoi trend evolutivi ed una comprensione delle interconnessioni tra il turismo e alcune filiere produttive ad esso correlate (agroalimentare, moda & design, lusso, arte e beni culturali). <p>–</p>
Risultati di apprendimento attesi	<p>Conoscenza e capacità di comprensione La frequenza al corso di Tourism Management consentirà allo studente di acquisire un'adeguata conoscenza delle diverse aree culturali dell'evoluzione del tourism management applicato a imprese e destinazioni turistiche.</p> <p>Applicazione delle conoscenze Lo studente acquisirà la valenza del ruolo strategico della conoscenza organizzativa, all'interno sia delle imprese sia delle destinazioni turistiche.</p> <p>Capacità di trarre conclusioni Per la natura prevalentemente descrittiva dell'insegnamento, lo studente sarà in grado di riconoscere e valutare le caratteristiche strutturali e le dinamiche competitive del settore in cui operano le imprese turistiche. Inoltre, lo studente sarà in grado di comprendere e giudicare la natura delle scelte effettuate da imprenditori e manager rispetto ai profili di competitività dell'impresa.</p>

Abilità comunicative

Lo studente sarà in grado di descrivere e sostenere conversazioni, particolarmente con riferimento alle scelte imprenditoriali e manageriali e alla loro compatibilità con le finalità delle imprese

Capacità di apprendere

Il livellodi apprendimento degli studenti sarà costantemente accertato mediante le verifiche in itinere grazie alle quali è possibile valutare l'autonomia acquisita nella comprensione e nell'analisi della metodica di analisi e gestione aziendale.

<p>Organizzazione dell'insegnamento</p>	<p>L'insegnamento di “Management turistico dei territori” prevede 9 CFU che corrispondono a un carico di studio di almeno 150 ore da parte dello studente, ed è sviluppato attraverso lezioni preregistrate audio-video, slide, appunti delle lezioni ed altre risorse didattiche di supporto. I materiali di studio, disponibili in piattaforma, contengono tutti gli elementi necessari per affrontare lo studio della materia. Sono poi proposti dei test di autovalutazione, di tipo asincrono, che corredano le lezioni pre-registrate e consentono agli studenti di accertare sia la comprensione, sia il grado di conoscenza acquisita dei contenuti di ogni singola lezione.</p> <p>La didattica interattiva è svolta nel forum della “classe virtuale” e comprende n.2 Etivity.</p> <p>Il carico di studio comprende almeno le seguenti componenti:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 125 ore di didattica erogativa per la visualizzazione e lo studio delle lezioni preregistrate; • 25 ore di didattica interattiva sul forum (aula virtuale) mirata allo svolgimento di esercitazioni ed esercizi proposti dal/la docente, denominate etivity. Si tratta di esercitazioni su specifiche parti del programma che preparano lo studente a sostenere l'esame finale. <p>La frequenza al corso consentirà allo studente di acquisire la conoscenza di base, e gli strumenti conoscitivi di analisi e le metodologie tecnico-professionali utili per il proprio sviluppo professionale.</p> <p>Tali capacità saranno acquisite dagli studenti mediante la partecipazione ai diversi momenti di interattività, quali le etivity, le lezioni sincrone, i ricevimenti e le esercitazioni di gruppo.</p> <p>La didattica interattiva è svolta nel forum della “classe virtuale” e comprende le etivity che applicano le conoscenze acquisite nelle lezioni di teoria. Ciascuna etivity prevede la disamina delle principali tematiche affrontate nel corso e approfondite mediante lo studio di case studies</p> <p>L'obiettivo è quello di favorire la capacità critica di ciascuno studente, favorendo l'interazione tra gli studenti e tra gli studenti e il docente.</p>
<p>Contenuti del corso</p>	<p>Programma completo (9CFU)</p> <p>Lezione 1 General Management I</p> <p>Lezione 2 General Management II</p> <p>Lezione 3 General Management III</p> <p>Lezione 4 Il Turismo: definizioni e concetti chiave I</p> <p>Lezione 5 Il Turismo: definizioni e concetti chiave II</p> <p>Lezione 6 Il Sistema turistico I</p> <p>Lezione 7 Il Sistema turistico II</p> <p>Lezione 8 Dal Destination Management alla Destination Governance I</p> <p>Lezione 9 Dal Destination Management alla Destination Governance II</p> <p>Lezione 10 L'Attività Ricettiva I</p> <p>Lezione 11 L'Attività Ricettiva II</p> <p>Lezione 12 L'Attività Ricettiva III</p> <p>Lezione 13 Il Prodotto turistico I</p> <p>Lezione 14 Il Prodotto turistico II</p> <p>Lezione 15 Il Servizio turistico I</p> <p>Lezione 16 Il Servizio turistico II</p> <p>Lezione 17 La Destinazione turistica e le relazioni inter-sistemiche I</p> <p>Lezione 18 La Destinazione turistica e le relazioni inter-sistemiche II</p>

Lezione 19 La Dimensione relazionale del sistema turistico I

Lezione 20 La Dimensione relazionale del sistema turistico II

Lezione 21 La Governance e lo sviluppo sostenibile delle destinazioni turistiche I

Lezione 22 La Governance e lo sviluppo sostenibile delle destinazioni turistiche II

Lezione 23 La Governance e lo sviluppo sostenibile delle destinazioni turistiche III

Lezione 24 La Governance turistica nelle città d'arte

Lezione 25 Il ruolo strategico dei processi di comunicazione nella destinazione turistica I

Lezione 26 Il ruolo strategico dei processi di comunicazione nella destinazione turistica II

Lezione 27 Il ruolo strategico dei processi di comunicazione nella destinazione turistica III

Lezione 28 Case study: Gartour

Lezione 29 Case study: Albergo Diffuso I

Lezione 30 Case study: Albergo Diffuso II

Lezione 31 Case study: Albergo Diffuso III

LAVORI DI GRUPPO

Lo studente dovrà cimentarsi nella predisposizione di un lavoro di gruppo/singolo la cui tipologia (es. elaborazione di un case study, applicazione di modelli di management nel settore turistico, etc) sarà concordata con il docente e verterà sulle tematiche affrontate nel programma di esame.

Il lavoro dovrà essere inviato al docente una settimana prima dello svolgimento della prova scritta/orale per facilitare la correzione.

Per un numero di crediti ridotto (4 CFU) il programma è il seguente:

Lezione 1 General Management I

Lezione 2 General Management II

Lezione 3 General Management III

Lezione 4 Il Turismo: definizioni e concetti chiave I

Lezione 5 Il Turismo: definizioni e concetti chiave II

Lezione 6 Il Sistema turistico I

Lezione 7 Il Sistema turistico II

Lezione 8 Dal Destination Management alla Destination Governance I

Lezione 9 Dal Destination Management alla Destination Governance II

Lezione 10 L'Attività Ricettiva I

Lezione 11 L'Attività Ricettiva II

Lezione 12 L'Attività Ricettiva III

Lezione 13 Il Prodotto turistico I

Lezione 14 Il Prodotto turistico II

Lezione 15 Il Servizio turistico I

Lezione 16 Il Servizio turistico II

Lezione 17 La Destinazione turistica e le relazioni inter-sistemiche I

Lezione 18 La Destinazione turistica e le relazioni inter-sistemiche II

Lezione 19 La Dimensione relazionale del sistema turistico I

Lezione 20 La Dimensione relazionale del sistema turistico II

Lezione 21 La Governance e lo sviluppo sostenibile delle destinazioni turistiche I

Lezione 22 La Governance e lo sviluppo sostenibile delle destinazioni turistiche II

Lezione 23 La Governance e lo sviluppo sostenibile delle destinazioni turistiche III

<p>Materiali di studio</p>	<p>MATERIALI DIDATTICI A CURA DEL DOCENTE</p> <p>Il materiale didattico presente in piattaforma ricopre interamente il programma e ciascuno di essi contiene dispense, slide e videolezioni in cui il docente commenta le slide.</p> <p>Tale materiale contiene tutti gli elementi necessari per affrontare lo studio della materia.</p> <p>Testo di riferimento</p> <p>Valeri M. (2013), <i>Evoluzioni dell'impresa turistica</i>, Aracne editrice, Roma</p> <p>Valeri M., Pechlaner H., Scuttari A. (2021), <i>Resilienza e sostenibilità. Risposte locali a dinamiche globali</i>, Giappichelli, Torino</p> <p>Testi consigliati per approfondimenti</p> <p>Valeri M. (2024), <i>Innovation Strategies and Organizational Culture in Tourism. Concepts and case studies on knowledge sharing</i>, Routledge Publishing</p> <p>Valeri M. (2023), <i>Tourism Innovation in the Digital Era. Big data, AI and technological transformation</i>, Emerald Publishing, UK</p> <p>Valeri M. (2023), <i>Family business in tourism and hospitality. Innovative studies and approaches</i>, Springer, Switzerland</p> <p>Valeri M. (2023), <i>Sport and tourism: strategies to develop tourist destinations</i>, Emerald Publishing, UK</p> <p>Valeri M. (2022a), <i>Tourism risk. Crisis and recovery management</i>, Emerald Publishing, UK</p> <p>Valeri M. (2022b), <i>New governance and management in tourist destinations</i>, IGI Global Publishing, Hershey PA, USA</p>
<p>Modalità di valutazione</p>	<p>L'esame di profitto consiste nello svolgimento di una prova orale o di una prova scritta, entrambe tendenti ad accertare la conoscenza e la capacità di comprensione e di rielaborazione dei concetti acquisiti.</p> <p>La prova orale consiste in un colloquio con almeno 3 domande.</p> <p>La prova scritta prevede la somministrazione di 30 domande a risposta chiusa:</p> <p>Alle domande a risposta chiusa lo studente dovrà rispondere contrassegnando la risposta ritenuta esatta fra quelle indicate.</p> <p>Potranno comunque essere oggetto dell'esame finale di profitto anche gli argomenti proposti nelle etivity: saranno verificati nelle sessioni di esame di settembre-ottobre-novembre i temi delle etivity inserite nel precedente trimestre giugno-luglio-agosto, e dunque nelle sessioni di dicembre-gennaio-febbraio quelle inserite nel trimestre settembre-ottobre-novembre, di marzo-aprile-maggio quelle inserite nel trimestre dicembre-gennaio febbraio, di giugno-luglio quelle inserite nel trimestre marzo-aprile-maggio.</p>
<p>Criteri per l'assegnazione dell'elaborato finale</p>	<p>L'assegnazione dell'elaborato finale avverrà sulla base di un colloquio con il docente in cui lo studente manifesterà i propri specifici interessi in relazione a qualche argomento che intende approfondire. Non esistono preclusioni alla richiesta di assegnazione della tesi e non è prevista una media particolare per poterla richiedere.</p>