

ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE TURISTICHE
disciplina prevista nel Precedente Ordinamento (PO) e nel Nuovo Ordinamento (NO)

Claudia Maria Golinelli
(Istituto di Studi Aziendali)

I modulo - 3 CFU (corsi di laurea NO: MIT e RTBC e corsi di laurea quadriennale e di diploma universitario del PO, propedeutico al II modulo di 3 CFU che è parte integrante del corso di 6 CFU dei corsi di laurea del NO e del corso di 9 CFU dei corsi di laurea quadriennale e di diploma universitario del PO)

L'impresa nella concezione sistemica: verso un'interpretazione dell'impresa come sistema vitale. La complessità. I rapporti intersistemici. L'organo di governo. La struttura operativa.

Testi consigliati:

- G.M.Golinelli, *L'approccio sistemico al governo dell'impresa*, Cedam, Padova, 2000, Volume I.

II modulo - 3 CFU (parte integrante del corso di 6 CFU dei corsi di laurea del NO: MIT e RTBC e di 9 CFU dei corsi di laurea quadriennale e di diploma universitario del PO, propedeutico al III modulo di 3 CFU, che è parte integrante del corso di 9 CFU dei corsi di laurea quadriennale e di diploma universitario del PO)

Le imprese ed il sistema di offerta turistica.

L'impresa alberghiera: caratteristiche del prodotto e della produzione. Le forme di offerta. La qualità nelle forme di offerta.

L'impresa di organizzazione congressuale: caratteristiche del prodotto congressuale e della produzione. L'organizzazione di un progetto congressuale in una logica di project management: l'acquisizione del progetto, il contratto, l'impostazione e la gestione.

Testi consigliati:

M.Rispoli, M. Tamma, *Risposte strategiche alla complessità: le forme di offerta dei prodotti alberghieri*, Giappichelli, Torino, 1995.

C.M.Golinelli, *L'impresa congressuale, percorsi di sviluppo ed impostazioni negoziali in contesti di globalizzazione*, Giappichelli, Torino, 2000.

III modulo - 3 CFU (parte integrante del corso di 9 CFU dei corsi di laurea quadriennale e di diploma universitario del PO)

Il marketing dei prodotti turistici: il prodotto turistico, il turista, la segmentazione della domanda, il posizionamento del prodotto turistico.

Il marketing operativo del prodotto alberghiero, Il marketing operativo del viaggio organizzato.

Testi consigliati:

- F.Cesarin, *Il marketing dei prodotti turistici, specificità e varietà*, Giappichelli, Torino, 1996.