

## **PARTE III**

### **Sede di Assisi**

## **Laurea triennale in Economia e Gestione dei Servizi Turistici**

**e**

## **Laurea Specialistica in Economia del turismo**

### **1 Presentazione**

Presso la Facoltà di Economia dell'Università degli Studi di Perugia nell'a.a. 2006-07 sono attivati, con sede in Assisi, i seguenti Corsi Universitari del Nuovo Ordinamento Didattico (D.M. 509/1999) in Economia del Turismo:

- corso di Laurea Triennale in Economia e gestione dei servizi turistici (Nuovo ordinamento: attivo il I, II e III anno per i curricula management delle imprese ricettive e ristorative e management delle imprese di viaggio- mentre è attivo solo il II e III anno per il curriculum management delle attività culturale ed ambientali );
- corso di Laurea Triennale Teledidattico in Economia e gestione delle Aziende turistiche (Nuovo ordinamento: attivo solo il III anno);
- corso di Laurea Specialistica in Economia del Turismo (Nuovo ordinamento: attivo il I e II anno);

I Corsi triennali, che appartengono alla Classe 17 delle Lauree in Economia delle Scienze e della gestione aziendale, si prefiggono di formare:

- esperti per la carriera direttiva degli organismi pubblici e privati che operano nel turismo;

- formatori specializzati nelle problematiche del settore e figure professionali in grado di favorire l'evoluzione del sistema turistico verso più avanzati modelli di funzionalità e di gestione;
- figure professionali che, sia nelle aziende turistiche sia negli organismi di promozione turistica, siano in grado di soddisfare le esigenze organizzative e di amministrazione del settore.

Il Corso di Laurea Specialistica, appartenente alla Classe 84/S delle Lauree Specialistiche delle Scienze economico-aziendali intende formare laureati specialistici, i quali in virtù delle conoscenze specifiche ed approfondite, potranno svolgere la loro attività nelle aziende turistiche e nelle pubbliche amministrazioni con funzioni manageriali ed imprenditoriali, nelle libere professioni riguardanti il turismo, nelle attività di ricerca orientate al settore del turismo ed in tutte quelle attività che richiedono la comprensione dei problemi aziendali, inquadrati all'interno di dinamiche economiche più complesse. I laureati specialistici inoltre, saranno in possesso dei prerequisiti necessari per accedere, secondo le specifiche normative in vigore, all'insegnamento di discipline professionalizzanti presso i Centri di formazione.

Ulteriori informazioni ed utili aggiornamenti sui Corsi attivi presso la sede di Assisi, possono essere acquisiti sul sito della Sede: [www.ecassisi.unipg.it](http://www.ecassisi.unipg.it) - dove è disponibile la Guida dello studente contenente, tra l'altro, i programmi dettagliati degli insegnamenti impartiti per il Corso teledidattico: [www.nettuno.unipg.it](http://www.nettuno.unipg.it) -

Allo svolgimento delle attività dei Corsi sopraindicati concorre il Centro Italiano di Studi Superiori sul Turismo e sulla Promozione Turistica (CST) di Assisi nella sua qualità di organismo specialistico di formazione manageriale per il Turismo.

## 2 Informazioni generali comuni a tutti i Corsi di Studio

### 2.1 Calendario

Nel seguente calendario sono riportati i periodi di attività della didattica che viene svolta presso la sede decentrata di Assisi. Sono da considerare giorni festivi unicamente quelli riconosciuti tali nel territorio nazionale.

I corsi si articolano in due semestri di circa 12 settimane ciascuno, da Ottobre a Gennaio e da Marzo a Maggio secondo le modalità seguenti:

ATTIVITÀ	PERIODO	NOTE
I Semestre (lezioni)	02.10.06 – 21.12.06	Alcuni laboratori nelle seconda e terza settimana di gennaio 2007
II Semestre (lezioni)	26.02.07 – 25.05.07	
Esami:(sessione anticipata)	08.01.07 – 23/02/07	3 appelli.- In questa sessione si possono sostenere gli esami degli insegnamenti attivati nel I semestre a.a.2006-2007 e tutti quelli dell'a.a. precedente 2005-2006
Esami (sessione estiva)	28.05.07 – 27.07.07	4 appelli
Esami (sessione autunnale)	03.09.07 – 28.09.07	2 appelli

#### Calendario per le sedute degli esami di Laurea

- Laurea triennale in *Economia e gestione dei servizi turistici*;
- Laurea Specialistica in *Economia del Turismo*;
- Laurea Triennale Teledidattica in *Economia e gestione delle Aziende turistiche*;
- Diploma Universitario (Corso ad esaurimento) in *Economia e gestione dei servizi turistici*;
- Laurea (Corso ad esaurimento quadriennale) in *Economia del Turismo*;
- Diploma universitario a distanza (Corso ad esaurimento) in *Economia e gestione dei servizi turistici*.

26 – 27 e 28	Febbraio 2007	sessione straordinaria (a.a. 2005-06)
9 – 10 e 11	Luglio 2007	sessione estiva (a.a 2006-07)
12 – 13 e 14	Novembre 2007	sessione autunnale (a.a. 2006-07)
26 – 27 e 28	Febbraio 2008	sessione straordinaria (a.a. 2006-07)

La domanda per sostenere l'esame di laurea deve essere presentata entro il 15 Gennaio 2007 per la seduta di Febbraio, entro il 20 Maggio 2007 per la seduta di Luglio, entro il 30 Settembre 2007 per la seduta di Novembre ed entro il 15 Gennaio 2008 per la seduta di Febbraio

Orario di ricevimento degli studenti - I docenti ricevono gli studenti secondo un orario, aggiornato con regolarità.

## **2.2 Programma Socrates-Erasmus**

Gli studenti iscritti alla laurea triennale e alla laurea specialistica, nell'ambito del programma Socrates-Erasmus, possono permanere nelle sedi straniere per un periodo massimo di due semestri e sostenere esami fino ad un massimo di 60 crediti. Gli insegnamenti che possono essere sostenuti nella Sede estera e le rispettive equipollenze sono individuati, su proposta di un docente o dello studente interessato, dalla competente Commissione Socrates dei Corsi di Studio, rispettando i vincoli previsti nei curricula. Lo studente, alcuni mesi prima della partenza per la sede straniera, ha l'obbligo di presentare alla competente Commissione, la proposta contenente l'elenco degli insegnamenti che intende seguire all'estero, corredata dai rispettivi programmi di insegnamento ed ogni altro documento utile ai fini della individuazione dei crediti formativi riconoscibili. Nella stessa data ha l'obbligo di richiedere l'autorizzazione al Consiglio Intercorso al fine modificare il proprio piano di studio per la necessaria approvazione delle modifiche, indicando gli insegnamenti che intende seguire all'estero con la denominazione in lingua locale o in inglese ed i relativi crediti e l'insegnamento esistente presso i C.d.s. della sede di Assisi per i quali è richiesta l'equipollenza.

I C.d.S. della sede di Assisi hanno in corso progetti Socrates con le seguenti Università: Haaga Polytechnic- Helsinki, (FI); Porvoo Polytechnic - Poorvo, (FI); Fundación Universitaria San Pablo-CEU - Madrid, (ES); Università di Deusto - Bilbao, (ES); IFIL – Tolosa, (FR); Università di Perpignan – Perpignan, (FR); IMC – Krems, (AT); MCI – Innsbruck (AT).

### 2.3 Insegnamenti del Corso di laurea triennale in *Economia e gestione dei servizi turistici*

DISCIPLINA	SETTORE	ANNO-SEM	DOCENTE	CFU
Contabilità e bilancio (Mod 1)	SECS-P/07	II -	Scannerini	4
Contabilità e bilancio (Mod 2)	SECS-P/07	II -	Schiaffella	4
Diritto commerciale	IUS-04	III -	Soldani	6
Diritto del lavoro	IUS/07	II -	Allamprese	5
Diritto pubblico	IUS/09	I -	Budelli	7
Diritto pubblico dell'economia	IUS/05	I -	Budelli	5
Economia Aziendale	SECS-P/07	I -	Scannerini	8
Economia e gestione delle imprese	SECS-P/08	II -	Vertullo	6
Economia del turismo	SECS-P/06	II -	Signorelli	5
Economia e management imprese ricettive e ristorative	SECS-P/08	III -	Sfodera	8
Economia e management attività culturali ambientali	SECS-P/08	III -	Sciarelli	8
Economia e management imprese viaggio	SECS-P/08	III -	Fiorucci	8
Economia della cultura e dell'ambiente	SECS-P/02	III -	Perugini	6
Elaborazione automatica dati per le decisioni economiche e finanziarie	SECS-S/06	III -	Figà-Talamanca	7
Elementi di psicologia del turismo	M-PSI/06	I -	Angelini	2
Finanziamenti d'impresa	SECS-P/11	III -	Burchi	4
*Francese I	L-LIN/04	I -	Leroy	8
*Francese II	L-LIN/04	II -	Leroy	8
Geografia del turismo	M-GGR/02	II -	Polinori	5
Gestione informatica dati nelle imprese ricettive e ristorative	SECS-P/07	III -	Desinano	6
Gestione informatica dati nelle imprese viaggio e trasporto	SECS-P/07	III -	Desinano	6
Gestione informatica dati attività culturali e ambientali	SECS-P/07	III -	Desinano	6
Inglese I	L-LIN/12	I -	Boyle	8
Inglese II	L-LIN/12	II -	Boyle	8
Istituzioni di diritto privato	IUS/01	I -	Gatti	8
Legislazione del turismo	IUS/01	II -	Ciurnelli	5
Matematica generale	SECS-S/06	I -	Stramaccia	7
Marketing del turismo	SECS-P/08	III -	Vertullo	8
Marketing delle attività culturali ed ambientali	SECS-P/08	III -	Vertullo	8
Mercoledì dei prodotti alimentari tipici	SECS-P/13	III -	Del Duca	4
Microeconomia (Mod.1)	SECS-P/01	I -	Perugini	3
Microeconomia (Mod.2)	SECS-P/01	I -	Calzoni	5
Organizzazione delle imprese ricettive e ristorative	SECS-P/10	II -	Poeta	7
Organizzazione delle imprese di viaggio	SECS-P/10	II -	Percario	7
Organizzazione delle attività culturali ed ambientali	SECS-P/10	II -	Bauleo	5
Programmazione e controllo	SECS-P/07	III -	Bellucci	8
Scienza delle finanze	SECS-P/03	III -	Sorignani	6
*Spagnolo I	L-LIN/07	I -	Priorelli	8
*Spagnolo II (mod 1)	L-LIN/07	I -	Tavoni	5
*Spagnolo II (mod 2)	L-LIN/07	II -	Priorelli	3
Statistica	SECS-S/01	II -	Daddi	7
*Tedesco I	L-LIN/14	I -	Schepers	8
*Tedesco II	L-LIN/14	II -	Pelz	8

\* Indicano gli insegnamenti a "libera scelta" dello studente e attivi presso la sede decentrata di Assisi.

## 2.4 Propedeuticità Corso di laurea triennale in *Economia e gestione dei servizi turistici*

Insegnamento	Insegnamenti propedeutici
Statistica	Matematica generale
Diritto del Lavoro	Diritto Privato e Diritto Pubblico
Contabilità e bilancio	Economia aziendale

## 2.5 Insegnamenti Corso di laurea triennale teledidattico in *Economia e gestione delle aziende turistiche*

DISCIPLINA	SETTORE	AREA	SEM	DOCENTE ESAMINATORE	CFU
Economia Internazionale	SECS-P/01	Disc.econ	1	Sediari	5
Programmazione dello Sviluppo e Assetto del territorio	SECS-P/01	Disc.econ.	1	Angelini	5
Marketing del turismo	SECS-P/08	Az.	1	Vertullo	7
Economia e gestione delle imprese ricettive e ristorative	SECS-P/08	Az.	2	Sfodera	6
Economia e gestione delle imprese agenziali e di trasporto	SECS-P/08	Az.	2	Berretta	6
Gestione informatica dati nelle imprese turistiche	SECS-P/07	Az.	2	Desinano	4
Elementi di diritto commerciale	IUS/04	Giur.	2	Soldani	4
Diritto tributario	IUS/12	Giur.	1	Cippitani	4
Statistica economica per il turismo	SECS-S/03	Stat.-mat	1	Minuti	4
Geografia per il turismo	M-GGR/02	Cult.scien. Tecn. e giu.	2	Lussana	4
Psicologia del turismo	M-PSI/06	Form.-inter.	2	Angelini	4

## 2.6 Insegnamenti del Corso di Laurea Specialistica in *Economia del Turismo*

<i>DISCIPLINA</i>	<i>SETTORE</i>	<i>ANNO-SEM</i>	<i>DOCENTE</i>	<i>CFU</i>
Analisi costi benefici	SECS-P/07	II-		6
Analisi finanziaria d'impresa	SECS-P/07	II-	Mari	8
Analisi delle politiche turistiche pubbliche	SPS/04	II-	De Salvo	6
Diritto commerciale	IUS/04	II-	Crisi	4
Diritto dei trasporti	IUS/06	II-	Fiore	5
Economia dei gruppi delle concentrazioni e delle cooperazioni aziendali	SECS-P/07	I -	Berretta	10
Economia dei trasporti	SECS-P/02	II -	De Giovanni	5
Economia e tecnica della comunicazione aziendale	SECS-P/08	II -	Celentano	6 (8)
Gestione delle aziende di trasformazione alimentare	SECS-P/08	II-	Del Duca	8
Gestione della qualità nelle aziende turistiche	SECS-P/08	II-	Mensitieri	6
Legislazione dei Beni Culturali (**)	IUS/10	I -	Cosi	6 (8)
Macroeconomia (***)	SECS-P/01	I -	Polinori	10
Marketing II	SECS-P/08	I -	Dall'Ara	8
Matematica Finanziaria	SECS-S/06	I -	Herzel	8
Organizzazione delle risorse umane nelle aziende turistiche	SECS-P/10	II-	Vespa	8
Programmazione dello sviluppo e assetto turistico del territorio	M-GGR/02	II-	Berardi	8
Sociologia economica	SPS/09	II-	Grilli	4
Statistica economica e analisi di mercato	SECS-S/03	I -	Minuti	8
Storia economica del turismo (*)	SECS-P/12	I -	Falchero	8

N.B. – I CFU indicati in parentesi si riferiscono al solo **Curriculum Gestionale Formativo**

(\*) – Agli studenti provenienti del CdL triennale Teledidattico in *Economia e gestione delle Aziende turistiche*, verranno erogati moduli differenziati con specifici contenuti individuati dal Consiglio di corso.

(\*\*) Solo per il **Curriculum Gestionale Formativo** sono previsti (8) CFU.

(\*\*\*) – Insegnamento non prevista per il **Curriculum Gestionale Formativo**

### 3 **Corso di laurea triennale in *Economia e gestione dei servizi turistici***

#### 3.1 **Obiettivi formativi**

Il Corso di Laurea (triennale, nuovo ordinamento) in *Economia e gestione dei servizi turistici* si prefigge di formare:

- esperti per il management degli organismi pubblici e privati che operano nel turismo;
- formatori specializzati nelle problematiche del settore e figure professionali in grado di favorire l'evoluzione del sistema turistico verso più avanzati modelli di funzionalità e di gestione;
- figure professionali che, sia nelle aziende turistiche sia negli organismi di promozione turistica, siano in grado di soddisfare specifiche esigenze organizzative e di amministrazione del settore.

Allo svolgimento delle attività di tali Corsi concorre il *Centro Italiano di Studi Superiori sul Turismo e sulla Promozione Turistica (CST)* con sede in Assisi, che partecipa con le risorse umane e le esperienze professionali per l'utilizzo dei laboratori finalizzati al completamento della formazione ed al rapido inserimento dei laureati nel mondo del lavoro.

#### 3.2 **NUOVI CURRICULA - Corso di Laurea Triennale in *Economia e gestione dei servizi turistici***

La laurea in Economia e gestione dei servizi turistici appartenente alla classe delle Lauree Universitarie in Scienze dell'Economia e della Gestione Aziendale (Classe 17), si articola in tre *curricula*: *Management delle imprese di viaggio - Management imprese ricettive e ristorative - Management delle attività culturali ed ambientali*. A lato di ciascuno insegnamento o attività, viene indicato il numero di crediti formativi.

<i>I anno – Insegnamenti comuni ai tre curricula</i>	<i>Cfu</i>	<i>attività</i>	<i>ambito</i>
Microeconomia (Mod. 1)	3	di base	economico
Microeconomia (Mod. 2)	5	di base	economico
Economia aziendale	8	di base	aziendale
Matematica generale	7	di base	statistico- mat
Istituzioni diritto privato	8	di base	giuridico
Diritto pubblico	7	caratt.	giuridico
Elementi di psicologia del turismo	2	aff/int.	form. interdiscip.
Lingua inglese I	8	lingua str.	linguistico
Una attività formativa a scelta dello studente	8	a scelta	a scelta studente
<b>TOTALE</b>	<b>56</b>		

<i>II anno – curriculum Management delle imprese di viaggio</i>	<i>Cfu</i>	<i>attività</i>	<i>ambito</i>
Economia del turismo	5	di base	economico
Contabilità e bilancio (Mod.1)	4	di base	aziendale
Contabilità e bilancio (Mod.2)	4	di base	aziendale
Economia e gestione delle imprese	6	caratter	aziendale
Statistica	7	caratter.	statistico-mat
Legislazione del turismo	5	di base	giuridico
Diritto del lavoro	5	caratter.	Giuridico
Organizzazione aziende viaggio e trasporto	7	aff/int.	econ.-gestionali
Geografia del turismo	5	aff/int.	cult. scient. tecn. e giur.
Lingua inglese II	8	altre att.	linguistico
Una attività formativa a scelta dello studente	8	a scelta	a scelta studente
<b>TOTALE</b>	<b>64</b>		

<i>II anno – curriculum Managementi-delle imprese di ricettive e ristorative</i>	<i>Cfu</i>	<i>attività</i>	<i>ambito</i>
Economia del turismo	5	di base	economico
Contabilità e bilancio (Mod.1)	4	di base	aziendale
Contabilità e bilancio (Mod.2)	4	di base	aziendale
Economia e gestione delle imprese	6	caratter	aziendale
Statistica	7	caratter.	statistico-mat
Legislazione del turismo	5	di base	giuridico
Diritto del lavoro	5	caratt.	giuridico
Organizzazione aziende ricettive e ristorative	7	aff/int.	econ.-gestionali
Geografia del turismo	5	aff/int.	Cult. scient.,tecn.e giur
Lingua inglese II	8	altre att.	linguistico
Una attività formativa a scelta dello studente	8	a scelta	a scelta studente
<b>TOTALE</b>	<b>64</b>		

<i>II anno – curriculum Managementi-delleattività culturali ed ambientali</i>	<i>Cfu</i>	<i>attività</i>	<i>ambito</i>
Economia del turismo	5	di base	economico
Contabilità e bilancio (Mod.1)	4	di base	aziendale
Contabilità e bilancio (Mod.2)	4	di base	aziendale
Statistica	7	caratter.	statistico-mat
Legislazione del turismo	5	di base	giuridico
Organizzazione attività culturali ed ambientali	5	aff/int.	econ.-gestionali
Diritto pubblico dell'economia	5	caratter	giuridico
Geografia del turismo	5	aff/int.	cult. scient.,tecn.e giur
Lingua inglese II	8	altre att.	linguistico
Una attività formativa a scelta dello studente	8	a scelta	a scelta studente
<b>TOTALE</b>	<b>62</b>		

<i>III anno – curriculum Management delle imprese di viaggio</i>	<i>Cfu</i>	<i>attività</i>	<i>ambito</i>
Scienza delle finanze	6	aff/int	economico
Economia e management delle imprese di viaggio	8	caratter.	aziendale
Programmazione e controllo	8	caratter.	aziendale
Marketing del Turismo	8	caratter	aziendale
Gestione informatica dati nelle imprese di viaggio	6	caratter.	aziendale
Elaborazione automatica dati per le decisioni economiche e finanziarie	7	caratter.	statistico-mat
Diritto commerciale	6	caratter	giuridico
Tirocinio o Progetto	7	altre	(art.10)
Prova finale	4		

---

TOTALE 60

<i>III anno – curriculum Management delle imprese ricettive e ristorative</i>	<i>Cfu</i>	<i>attività</i>	<i>ambito</i>
Scienza delle finanze	6	aff/int	economico
Economia e management delle imprese ricettive e ristorative	8	caratter.	aziendale
Programmazione e controllo	8	caratter.	aziendale
Marketing del Turismo	8	caratter	aziendale
Gestione informatica dati nelle imprese ricettive e ristorative	6	caratter.	aziendale
Elaborazione automatica dati per le decisioni economiche e finanziarie	7	caratter.	statistico-mat
Diritto commerciale	6	caratter	giuridico
Tirocinio o Progetto	7	altre	(art.10)
Prova finale	4		
TOTALE	60		

<i>III anno – curriculum Management delle attività culturali ed ambientali</i>	<i>Cfu</i>	<i>attività</i>	<i>ambito</i>
Economia della cultura e dell'ambiente	6	aff/int	economico
Economia e management delle attività culturali ed ambientali	8	caratter.	aziendale
Programmazione e controllo	8	caratter.	aziendale
Marketing delle attività culturali ed ambientali	8	caratter	aziendale
Gestione informatica dati nelle attività culturali ed ambientali	6	caratter.	aziendale
Elaborazione automatica dati per le decisioni economiche e finanziarie	7	caratter.	statistico-mat
Finanziamenti di impresa	4	caratter	aziendale
Merceologia dei prodotti alimentari tipici	4	aff/int	cult, Scient, Tec, Giur.
Tirocinio o Progetto	7	altre	(art.10)
Prova finale	4		
TOTALE	62		

Per l'attività di Tirocinio (alternativo al progetto sul campo) la sede di Assisi è in collegamento con numerose aziende locali e nazionali del settore turistico, presso le quali gli studenti possono svolgere le attività previste dalla normativa, per un periodo formativo di circa 140 ore.

Ogni anno accademico usufruiscono dell'attività di Tirocinio circa 200 studenti dei Corsi di Studio della sede di Assisi

La laurea in *Economia e gestione dei servizi turistici* si consegue dopo aver acquisito 180 crediti, comprensivi di quelli relativi alla conoscenza obbligatoria di due lingue dell'Unione europea oltre l'italiano.

Per essere ammessi alla prova finale occorre avere conseguito tutti i crediti nelle altre attività formative previste dal percorso didattico e **dimostrare la conoscenza in forma scritta ed orale della seconda lingua straniera**. Le attività formative relative alla prova finale per il conseguimento del titolo e la relativa verifica consistono in una discussione orale, con gli opportuni riferimenti alle discipline del Corso di Laurea, di un tipico problema professionale o nella presentazione dell'esperienza maturata nel tirocinio di un argomento, scelto dallo studente, d'intesa con un docente, secondo modalità specifiche stabilite dal Consiglio di Corso. Per la discussione orale della prova finale (sul Tirocinio svolto o sul Progetto elaborato) è comunque richiesta allo studente la presentazione di una breve memoria scritta (massimo di 20 pagine) definita d'intesa con un docente del Corso di laurea. Il titolo dell'argomento della discussione, deve essere comunicato 30 giorni prima della data dell'esame finale, all'Ufficio della Segreteria studenti; la memoria scritta deve essere consegnata al medesimo Ufficio entro 20 giorni prima.

#### **4 Corso di Laurea triennale teledidattico in *Economia e gestione delle aziende turistiche***

A Presso la Facoltà di Economia dell'Università degli Studi di Perugia è attivo il 3 anno del corso di Laurea triennale teledidattico in *Economia e Gestione delle Aziende Turistiche* appartenente alla classe delle Lauree Universitarie in Scienze dell'Economia e della Gestione Aziendale (Classe 17). Il triennio si articola in un unico percorso didattico in FaD (Formazione a Distanza).

Aggiornamenti e dettagli sull'attività organizzativa e didattica on-line sono tempestivamente riportati sul sito [www.nettuno.unipg.it](http://www.nettuno.unipg.it) che gli interessati sono invitati a consultare frequentemente.

#### 4.1 Obiettivi formativi

Il Corso ha come obiettivo la formazione di:

- esperti per il management delle aziende pubbliche e private che operano nel settore del turismo
- figure professionali tradizionali in grado di riconvertirsi per favorire l'evoluzione del sistema turistico dell'aziende verso più avanzati modelli di funzionalità e digestione;
- nuove professionalità aventi competenze trasversali spendibili nelle diverse tipologie dell'aziende turistiche, al fine di soddisfare le attuali esigenze organizzative e di amministrazione del settore

#### 4.2 Ordinamento didattico

III anno - Insegnamenti	Cfu	attività	ambito
Economia internazionale	5	aff./int	economico
Programmazione dello sviluppo ed assetto del territorio	5	aff./int	economico
Marketing del turismo	7	caratter.	aziendale
Economia e gestione delle imprese ricettive e ristorative	6	caratter.	aziendale
Economia e gestione delle imprese agenziali e di trasporto	6	caratter.	aziendale
Gestione informatica dei dati nelle imprese turistiche	4	caratter.	aziendale
Elementi di diritto commerciale	4	caratter.	giuridico
Diritto tributario	4	caratter.	giuridico
Statistica economica del turismo	4	caratter.	stat.-mat.
Geografia per il turismo	4	aff./int.	Cult.scien.tecn.giur
Psicologia del turismo	4	aff./int.	formaz.interd.
Tirocinio	4	altre	altre
Prova finale	3		
<b>TOTALE crediti</b>	<b>60</b>		

Le prove d'esame di alcuni insegnamenti affini, possono essere sostenute con prove integrate fra di loro per i seguenti insegnamenti :

Microeconomia con Macroeconomia;

Economia aziendale con Elementi di organizzazione aziendale;

Economia del turismo con Politica economica del turismo.

La Laurea Teledidattica si consegue dopo aver superato gli esami di profitto per gli insegnamenti e le attività formative equivalenti a 180 crediti; ad ogni credito formativo corrispondono 25 ore di lavoro complessivo del singolo studente. Di norma, un credito formativo corrisponde a 4 ore di lezione *on-line*, oppure a 20 ore di tirocinio.

Per l'attività di Tirocinio la sede di Assisi è in collegamento con numerose aziende del settore turistico, presso le quali gli studenti possono svolgere le attività previste dalla normativa, per un periodo formativo di circa 80 ore.

Per essere ammessi alla prova finale occorre aver conseguito tutti i crediti nelle altre attività formative previste dal piano di studi e dimostrare la conoscenza in forma scritta e orale della seconda lingua straniera. Le attività formative relative alla prova finale per il conseguimento del titolo e la relativa verifica consistono in una discussione orale con gli opportuni riferimenti alle discipline del Corso di Laurea Teledidattico, di un tipico problema professionale o nella presentazione, per lo studente lavoratore della propria esperienza eventualmente maturata. Il tema di discussione sarà scelto dallo studente d'intesa con un docente, secondo modalità specifiche stabilite dal Consiglio di Corso.

Per la discussione orale della prova finale (sul Tirocinio o esperienza svolta o sul Progetto elaborato) è comunque richiesta allo studente la presentazione di una breve memoria scritta (massimo di 20 pagine) definita d'intesa con un docente del Corso di laurea. Il titolo dell'argomento della discussione, deve essere comunicato 30 giorni prima della data dell'esame finale, all'Ufficio della Segreteria studenti; la memoria scritta deve essere consegnata al medesimo Ufficio entro 20 giorni prima.

## 5 Corso di Laurea Specialistica in *Economia del Turismo*

Il Corso di Laurea specialistica si articola in tre *Curricula: Ricettivo/ristorativo, Agenziale/trasporti e Gestionale/formativo* secondo il seguente ordine degli studi:

I anno – Attività formative comuni ai tre *Curricula*.

Ambito disciplinare	Settore	Insegnamento o attività formativa	Docente	CFU
Disc. Economiche	SECS-P/01 SECS-P/12	Macroeconomia (***) Storia economica del turismo (*)	Polinori Falchero	10 8
Disc. aziendali	SECS-P/07 SECS-P/08	Economia dei gruppi delle concentrazioni e delle cooperazioni aziendali Marketing del turismo II	Berretta Dall'Ara	10 8
Disc. Matem.-stat.	SECS-S/03 SECS-S/06	Statistica economica e analisi di mercato Matematica finanziaria	Minuti Herzel	8 8
Disc. giuridiche	IUS/10	Legislazione dei beni culturali (**) Totale Crediti	Cosi	6 (8) 58 (50)

(\*) – Agli studenti provenienti dal CdL triennale Teledidattico in *Economia e gestione delle aziende turistiche*, verranno erogati moduli differenziati con specifici contenuti individuati dal Consiglio di Corso, tenuti presenti i programmi degli insegnamenti previsti nel percorso triennale.

(\*\*) - Solo per il *Curriculum* Gestionale-formativo sono previsti (8) CFU.

(\*\*\*) Insegnamento non previsto per il curriculum gestionale-formativo.

II Anno – Attività formative *Curriculum* Agenziale-trasporti

Ambito disciplinare	Settore	Insegnamento o attività formativa	Docente	CFU
Disc. economiche	SECS-P/02	Economia dei trasporti	De Giovanni	5
Disc. aziendali	SECS-P/08	Economia e tecnica della comunicazione aziendale	Celentano	6
Affini o int.	SECS-P/07	Analisi finanziaria d'impresa	Mari	8
Disc. giuridiche	IUS/06	Diritto dei trasporti	Fiore	5
Affini int.	SPS/04	Analisi delle politiche turistiche pubbliche Sociologia economica	De Salvo	6
Formaz. Interdiscipl.	SPS/09	Tesi di laurea specialistica e prova finale	Grilli	4
Prova finale				28
Totale Crediti				62

II Anno –Attività formative *Curriculum* Ricettivo-ristorativo

Ambito disciplinare	Settore	Insegnamento o attività formativa	Docente	CFU
Disc. aziendali	SECS-P/07	Analisi costi benefici	Celentano	6
Disc. aziendali	SECS-P/08	Economia e tecnica della comunicazione aziendale		6
Disc. aziendali	SSPS/04	Analisi delle politiche turistiche pubbliche	De Salvo	6
Disc. giuridiche	IUS/04	Diritto commerciale	Crisi	4
Affini o int.	M-GGR/02	Programmazione dello sviluppo e assetto turistico del territorio	Berardi	8
Formaz. Interdiscipl	SPS/09	Sociologia economica	Grilli	4
Prova finale		Tesi di laurea specialistica e prova finale		28
Totale Crediti				62

II Anno –Attività formative *Curriculum* Gestionale-formativo

Ambito disciplinare	Settore	Insegnamento o attività formativa	Docente	CFU
Disc. aziendali	SECS-P/10	Organizzazione delle risorse umane nelle aziende turistiche	Vespa	8
Disc. aziendali	SECS-P/08	Economia e tecnica della comunicazione aziendale	Celentano	8
Disc. aziendali	SECS-P/08	Gestione della qualità nelle aziende turistiche	Mensitieri	6
Disc. aziendali	SECS-P/08	Gestione delle aziende di trasformazione alimentare	Del Duca	8
A scelta	Libera scelta	Un insegnamento	a scelta	4
Altre		Tirocinio del biennio di specializzazione		8
Prova finale		Tesi di laurea specialistica e prova finale	interdisc.	28
Totale Crediti				70

## 6 Programma degli Insegnamenti dei C.d.S. della sede di Assisi

### ANALISI COSTI BENEFICI

*Prof. Francesco Perrotta (6 crediti)*

Analisi costi e benefici secondo un'ottica economico-aziendale

a) Richiamo di alcuni concetti generali: il ruolo informativo del bilancio di impresa ai fini delle analisi economico-aziendali fra passato e futuro

Le funzioni del bilancio di esercizio, le norme civili, i principi contabili nazionali ed internazionali

b) Le analisi di bilancio per l'apprezzamento della situazione patrimoniale, finanziaria ed economica di impresa

Le analisi di bilancio; l'evoluzione strutturale del bilancio; le riclassificazioni; l'analisi della dinamica reddituale; l'analisi della situazione patrimoniale e finanziaria; l'analisi per flussi e la costruzione del rendiconto finanziario

c) Il valore economico del capitale valore economico del capitale di impresa; i metodi patrimoniali, reddituali, misti e finanziari di determinazione del capitale

### TESTI CONSIGLIATI

L.M. MARI, *Analisi costi e benefici secondo una visione economico-aziendale*, dispense ad uso degli studenti per l'anno accademico 2005/2006.

F. PERROTTA, *Bilancio sociale*

### ANALISI FINANZIARIA D'IMPRESA

*Prof. Libero Mario Mari (8 crediti)*

Parte prima. Il bilancio di esercizio quale strumento informativo e di analisi degli andamenti finanziari ed economici di impresa

Il bilancio di esercizio nella sua comune struttura. L'evoluzione strutturale del bilancio di esercizio. Il contenuto dello stato patrimoniale, del conto economico e della nota integrativa secondo l'attuale normativa. I principi contabili internazionali. La proposta di modifica della normativa italiana in merito al bilancio

Le Analisi di bilancio e lo studio degli andamenti finanziari di impresa. Gli scopi. Le riclassificazioni dello stato patrimoniale e del conto economico. Lo studio per indici e per flussi. Gli indici patrimoniali, finanziari ed economici. Il cash flow e il rendiconto finanziario.

Casi ed esercitazioni.

Parte seconda. La programmazione finanziaria di impresa

La funzione finanziaria nel management delle imprese. La dinamica finanziaria aziendale. Le decisioni e le strategie finanziarie. L'equilibrio finanziario e le sue metodologie di analisi. La pianificazione e la programmazione finanziaria: logiche e strumenti.

### TESTI DI PREPARAZIONE ALL'ESAME:

G. Cavazzoni, *Il sistema del controllo di gestione. Strumenti per le decisioni operative aziendali*, Giappichelli, Torino, 2004 (pagg. ).

Dispense ad uso degli studenti

**LETTURE CONSIGLIATE:**

G. Brunetti, *Le decisioni finanziarie nell'economia di impresa*, Franco Angeli, Milano, 1978.  
C. Cavazzoni, *La dinamica finanziaria nel sistema di impresa*, Giappichelli, Torino, 2002.  
E. Paravani (a cura di), *Analisi finanziaria; valore, solvibilità, rapporti con i finanziatori*, MacGrawHill, Milano, 2002, Capp. 1, 3, 8 e 15.

**ANALISI POLITICHE TURISTICHE PUBBLICHE**

*Prof. ssa Paola De Salvo* (6 crediti)

Presentazione del corso

Il corso si propone di illustrare le politiche turistiche in Italia, dopo aver introdotto alcuni concetti di base per l'analisi delle politiche pubbliche. La prima parte del corso offre le conoscenze di base per lo studio delle politiche pubbliche, ricostruendo i suoi principali approcci e categorie interpretative. In particolare si approfondiranno i temi legati alle distinzioni concettuali, a cominciare da quella tra politica e politiche, per poi analizzare gli strumenti analitici tipici della disciplina. Verranno affrontate le tematiche relative alle varie fasi del "ciclo" delle politiche pubbliche concentrandosi sugli aspetti legati alla formulazione dei problemi, alla definizione e adozione delle politiche, all'implementazione ed alla valutazione.

La seconda parte del corso riguarda l'approfondimento dei temi propri della politica turistica analizzando i seguenti argomenti: la dimensione del concetto, le caratteristiche della politica turistica (gli attori, il processo di policy making, le strategie), il contesto politico-istituzionale e le politiche di promozione turistica regionale.

**TESTI CONSIGLIATI**

M. HOWLETT, M. RAMESH *Come studiare le politiche pubbliche*, Il Mulino, 2003  
P. DE SALVO, *Il processo di formazione della politica turistica*, Franco Angeli, 2003

P.S. Gli studenti frequentanti potranno sostenere una prova scritta, che consisterà nel rispondere ad alcune domande relative a questioni trattate nel testo M. Howlett, M. Ramesh *Come studiare le politiche pubbliche*. L'esito positivo della prova contribuirà alla valutazione dello studente che dovrà comunque completare la propria preparazione con un esame orale relativo al resto del programma (P. de Salvo, *Il processo di formazione della politica turistica*, Franco Angeli, 2003).

**CONTABILITÀ E BILANCIO DELLE IMPRESE TURISTICHE (MOD. 1) E (MOD.2)**

*Prof. Anna Lia Scannerini* (4 crediti)

*Prof. Emanuela Schiaffella* (4 crediti)

Il corso tratterà la contabilità e il bilancio applicati alle principali imprese turistiche: agenzie di viaggi, tour operator e strutture ricettive.

In particolare saranno oggetto di studio le scritture relative alla costituzione delle imprese nelle principali forme societarie, le scritture relative alla predisposizione della struttura operativa delle agenzie e degli alberghi, le scritture relative agli acquisti e alle vendite di un'impresa alberghiera, le scritture relative all'intermediazione di viaggi, le scritture relative all'organizzazione di viaggi, il trattamento dell'Iva ordinaria e dell'Iva ex art. 74-ter per le agenzie, le scritture relative alla retribuzione del personale dipendente, le scritture relative alle principali forme di finanziamento esterno.

Saranno poi affrontate le problematiche di redazione del bilancio d'esercizio per le imprese turistiche. Verranno esaminati gli aspetti formali del bilancio d'esercizio con particolare attenzione alle specificità dei bilanci delle agenzie di viaggio e delle imprese alberghiere. Saranno poi affrontate le problematiche valutative, con riferimento alle clausole e ai principi generali di redazione del

bilancio d'esercizio e ai criteri di valutazione delle poste caratteristiche delle imprese turistiche: valutazione delle immobilizzazioni, valutazione delle rimanenze di magazzino, valutazione dei crediti e dei debiti in valuta estera, accantonamenti per rischi e spese future, i debiti tributari.

Testi:

CAVAZZONI G.- MARI L.M. *Introduzione al bilancio di esercizio*, Giappichelli, Torino, 2005  
 BERRETTA M.-SCANNERINI A.L.-SCHIAFFELLA E., *La contabilità per le imprese turistiche*, FrancoAngeli, Milano, 2006

Esercitazioni e casi di studio saranno distribuiti a lezione

#### **DIRITTO COMMERCIALE**

*Prof. Isabella Soldani Ippolita* (8 crediti)

L'impresa e l'imprenditore. Gli ausiliari dell'imprenditore. L'azienda. I segni distintivi. L'attività di impresa e il mercato. Il fallimento e le altre procedure concorsuali. I titoli di credito. I consorzi e i gruppi. I contratti bancari. Le società. Le società di persone. Le società di capitali e le cooperative..

#### **TESTI CONSIGLIATI**

BUONOCORE, *Manuale di diritto commerciale*, Giappichelli, Torino, V ed., 2004.  
 Le pagine oggetto del programma sono le seguenti: 1-640; 989-1155.

#### **DIRITTO COMMERCIALE (LAUREA SPECIALISTICA)**

*Prof. Francesco Crisi* (4 crediti)

Il programma per gli studenti relativo al corso ufficiale di "Diritto Commerciale", per le esigenze del corso di Laurea Specialistica in Economia del Turismo, sede di Assisi, della Facoltà di Economia, è il seguente: *Le fonti del Diritto Commerciale. L'impresa e l'imprenditore. Gli ausiliari dell'imprenditore. La disciplina della concorrenza. I segni distintivi. L'azienda. I contratti bancari. Il contratto di factoring. Il contratto di agenzia. Il contratto di franchising. La mediazione. Le società. Le società di persone. Le società di capitali e le cooperative. I consorzi. I gruppi di imprese. I titoli di credito. Il fallimento e le altre procedure concorsuali.*

#### **TESTI CONSIGLIATI:**

V. BUONOCORE, *Istituzioni di Diritto Commerciale*, Giappichelli, Torino, V ed., 2005.

#### **DIRITTO DEL LAVORO**

*Prof. Andrea Allamprese* (5 crediti)

*Parte generale.* Il sistema del diritto del lavoro e le sue fonti – Libertà, organizzazione e rappresentanza sindacale – Il contratto collettivo – Il conflitto collettivo. – I diritti sindacali e la repressione della condotta antisindacale – Lavoro subordinato e altri tipi di lavoro: il lavoro autonomo, il lavoro parasubordinato e il lavoro a progetto, i rapporti associativi, i tirocini formativi e di orientamento – Il contratto di lavoro e l'intervento pubblico per la costituzione del rapporto (il sistema del collocamento e le assunzioni obbligatorie) – Il rapporto comune di lavoro subordinato:

l'oggetto, il luogo e la durata della prestazione lavorativa; la retribuzione; i poteri del datore di lavoro e gli obblighi del lavoratore; la sicurezza del lavoro; i divieti di discriminazione; le sospensioni della prestazione lavorativa e le sospensioni del rapporto di lavoro – L'estinzione del rapporto di lavoro: licenziamenti individuali e collettivi, dimissioni, risoluzioni consensuali e altre cause di cessazione – Garanzie e tutele dei diritti del lavoratore – Rapporti speciali di lavoro (cenni essenziali): il lavoro domestico; il lavoro a domicilio; il lavoro con le pubbliche amministrazioni – I rapporti di lavoro flessibili (profili analitici): il lavoro a termine; il lavoro a tempo parziale; il lavoro intermittente; il lavoro ripartito; l'appalto lecito di manodopera e la somministrazione di lavoro – I rapporti di lavoro con finalità di formazione e di inserimento (profili analitici): l'apprendistato; il contratto di formazione e lavoro; il contratto di inserimento – Il lavoro con elementi di internazionalità (cenni essenziali): il lavoro all'estero; il lavoro nell'ambito dell'Unione Europea e il lavoro degli extracomunitari in Italia.

*Parte speciale.* I problemi attinenti ai rapporti di lavoro dei dipendenti dalle imprese alberghiere e della ristorazione.

#### TESTI CONSIGLIATI

Per la parte generale:

L. GALANTINO, Diritto del lavoro, Editio minor, Giappichelli, Torino, terza edizione aggiornata al 30 giugno 2005;

oppure

A. DI STASI, Manuale breve. Diritto del lavoro e della previdenza sociale, Giuffrè, Milano 2006.

Per la parte speciale: appunti raccolti dalle lezioni del docente e lettura dei contratti collettivi per i dipendenti dalle imprese alberghiere e della ristorazione.

#### Avvertenze

Il docente riceverà gli studenti al termine delle lezioni; curerà l'integrazione del corso mediante la distribuzione di materiali didattici, esercitazioni e conferenze; concederà esami esonerativi di parti del programma ai frequentatori assidui del corso e delle attività integrative prima dell'esame finale.

### DIRITTO DEI TRASPORTI

*Prof. Barbara Fiore*

*(5 crediti)*

**OBIETTIVI:** Lo studente acquisisce la conoscenza del complesso quadro normativo (nazionale, comunitario, internazionale e pattizio) nel settore dei trasporti, nonché la conoscenza delle principali figure contrattuali proprie di tale settore giuridico/economico.

**CONTENUTI:** diritto di trasporti e diritto della navigazione: storia e caratteri; il contratto di trasporto nelle sue molteplici tipologie, la responsabilità del vettore e i documenti rappresentativi delle merci; i contratti di noleggio, locazione e rimorchio; i contratti complementari e affini al trasporto; i contratti nella pratica dei traffici marittimi ed aerei.

#### TESTI CONSIGLIATI

Codice della navigazione, ultima edizione.

Antonini, Corso di diritto dei trasporti, Giuffrè, 2004, pagg. 278.

In alternativa al testo di Antonini: Lefebvre D'ovidio – Pescatore – Tullio, Manuale di Diritto della Navigazione, Giuffrè, ultima edizione, limitatamente a i capitoli: I; IV titolo 1; V (tutto tranne sez. II del titolo 1); VI titolo 1; VII; VIII, IX, X, XIII, XX. Romanelli – Silingardi, Trasporto terrestre, voce dell'Enc. Giur. Treccani (dispensa disponibile presso la biblioteca);

In alternativa alla dispensa ed al capitolo XIII del Manuale di Diritto della Navigazione: Grigoli, Profili del diritto dei trasporti nell'attuale realtà normativa, Zanichelli, 2003, limitatamente ai capitoli 2, 4, 5.

**DIRITTO PUBBLICO**

*Prof. Simone Budelli* (7 crediti)

Il corso, premesse le nozioni teoretiche di carattere generale e di storia costituzionale, si propone di offrire una conoscenza adeguata dei lineamenti fondamentali dell'ordinamento costituzionale italiano, dai principi all'organizzazione e alle garanzie, nel quadro del processo di integrazione europea. Una parte essenziale del corso riguarderà le questioni metodologiche, trattate criticamente, necessarie per la comprensione dei processi di innovazione costituzionale nell'ambito dei fenomeni socio-politici della globalizzazione.

Programma: Diritto, società, politica. Forme di Stato e forme di governo. I diritti di libertà. Dallo Statuto albertino alla Costituzione repubblicana. Il sistema delle fonti normative. L'Italia e l'Unione Europea. Il corpo elettorale. Il Parlamento e il parlamentarismo (comprensivo della parte speciale). Il Presidente della Repubblica. Il Governo della Repubblica. L'organizzazione degli apparati amministrativi statali. Principi in tema di attività amministrativa. Regioni ed Enti locali. La Corte Costituzionale. Il potere giudiziario.

**TESTI CONSIGLIATI**

Parte generale:

R. BIN – G. PITRUZZELLA, *Diritto pubblico*, Giappichelli, Torino, ultima edizione;

Parte speciale:

S. BUDELLI, *Anatomia dei raccordi nello stato policentrico*, Giappichelli, Torino 2006

*oppure*

C. SCHMITT, *La condizione storico-spirituale dell'odierno parlamentarismo*, Torino, Giappichelli, 2004.

**DIRITTO PUBBLICO DELL'ECONOMIA**

*Prof. Simone Budelli* (5 crediti)

Genesi ed evoluzione del diritto dell'economia: dallo stato di diritto allo Stato democratico: La Costituzione economica italiana: Integrazione comunitaria e Costituzione economica: Diritto ed economia nell'era della globalizzazione: dalla de-regolamentazione alla re-regolamentazione. Le imprese e le istituzioni. Le autorità indipendenti. I profili di accountability. I beni ed i servizi pubblici. Le infrastrutture. Il mercato della comunicazione. Gli aiuti di Stato e le politiche distributive.

**TESTI CONSIGLIATI A SCELTA UNO DEI SEGUENTI**

Parte generale:

E. CARDI,  *Mercati e Istituzioni in Italia* (Diritto Pubblico dell'Economia), Giappichelli, Torino, 2006;

*oppure*

G. DI GASPARE, *Diritto dell'economia e dinamiche istituzionali*, CEDAM Padova ultima ed.

Parte speciale:

S. BUDELLI, *Dinamismi centripeti del multilivello solidale*, Giappichelli, Torino, 2006

**ECONOMIA AZIENDALE**

*Prof.ssa Anna Lia Scannerini* (8 crediti)

Il fenomeno aziendale: azienda, soggetti aziendali, rapporti impresa-ambiente.

Il fattore produttivo capitale, analisi qualitativa, analisi quantitativo-monetaria.  
 Finalismo d'impresa.  
 L'amministrazione economica:  
 L'organizzazione.  
 La gestione, il reddito, analisi dei costi e dei ricavi, il processo di valutazione, gli equilibri economico e finanziario, il valore economico del capitale.  
 Prime rilevazioni contabili.  
 Analisi dei flussi di gestione, le sintesi di bilancio  
 Rilevazioni extracontabili.  
 L'analisi dei costi, ricavi e risultati economici per il controllo di gestione.  
 Storia della ragioneria.

**TESTI CONSIGLIATI**

G. CAVAZZONI (a cura di), *Elementi di Economia aziendale*, Giappichelli, Torino, 2002

A.L. SCANNERINI -M. BERRETTA-E. SCHIAFFELLA, *La contabilità per l'impresa turistiche*, Franco Angeli Editore, Milano (in corso di stampa)

**LETTURE CONSIGLIATE A LEZIONE:**

Eserciziario distribuito a lezione disponibile in biblioteca

**ECONOMIA DEI TRASPORTI**

*Prof. Giulio De Giovanni (5 crediti)*

Campo di osservazione dell'Economia dei Trasporti - Trasporti, teoria locazionale e spaziale  
 - Politica economica dei trasporti - Considerazioni sul metodo. Trasporti e classificazione delle attività economiche - Classificazione dei modi del trasporto - Via naturali e costruite - Generalità d'uso e specializzazione delle infrastrutture - Specializzazione e infrastrutture portuali - Differenziazione dei veicoli - Servizi di linea e liberi - Requisiti per l'esistenza di un servizio di linea - La distanza - Le linee "iso" - La velocità - Misurazione del prodotto. Componenti fondamentali dell'offerta di mobilità - Il ruolo degli impianti fissi - Le attrezzature mobili del trasporto - Linee e servizi di trasporto. Le variabili economiche della mobilità - Costi variabili continui - Costi variabili in relazione al viaggio - Costi variabili e discontinuità, spese generali e costi fissi - Il viaggio, carichi di andata, carichi di ritorno e costi congiunti - La non conservabilità dei servizi di trasporto - La linea come unità produttiva - Costi riferiti a diversi modi di trasporto - Costi di terminale, distanza e costi per chilometro - Convenienze dell'utenza - Struttura dei costi del trasporto e funzione generale dei costi. Analisi della mobilità e strumenti di programmazione - Le tipologie dei movimenti - Separazione delle variabili e analisi della mobilità - La ricerca del percorso ottimale - Ruolo dei trasporti nelle scelte localizzative - Le relazioni fra trasporti e assetto territoriale - Il costo dei trasporti nella localizzazione delle attività economiche - Effetto "strutturante" delle infrastrutture di trasporto -Ruolo delle infrastrutture di trasporto nello sviluppo dell'economia - Struttura territoriale e realizzazione di un sistema di trasporti - Caratteri del trasporto nelle località turistiche. La concorrenza fra i modi di trasporto e fra le imprese - Il trasporto di persone - Concorrenza treno-aereo per le tratte a lunga distanza - Il concetto e lo sviluppo dell'intermodalità nel trasporto passeggeri - Caratteri della concorrenza - Lo sviluppo dell'intermodalità nel trasporto merci. La politica comunitaria dei trasporti - Le linee di politica dei trasporti stradali, ferroviari, marittimi e aerei - Una politica mediterranea dei trasporti - Considerazioni conclusive.

**TESTI CONSIGLIATI:**

S. PETRICCIONE, *Manuale di Economia dei Trasporti*, ediz. CEDAM

U. MARCHESE, *Aspetti Economici e Territoriali del Sistema dei Trasporti*, ECIG, Genova 1980.

M. TEFRA, *Economie des Transports*, Ellipses. Paris 1996.

**ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE**

*Prof. Felice Vertullo* (6 crediti)

Il corso ha lo scopo di fornire agli studenti le conoscenze di base e gli strumenti di analisi per comprendere la gestione delle imprese, con particolare riferimento alle imprese turistiche ed alle attività culturali. Particolare attenzione verrà riservata alle teorie ed ai modelli d'impresa alla gestione come creazione di valore, alla governance, alle singole funzioni operative. In particolare il corso sarà articolato in:

Il sistema impresa e l'ambiente; Risorse e competenze distintive; il concetto di valore; le finalità dell'impresa; Le teorie comportamentali delle imprese; Il vantaggio competitivo; i portatori d'interesse, l'assetto proprietario, l'assetto imprenditoriale; Il governo delle imprese e le relazioni interne ed esterne; Le strategie competitive; la formazione delle strategie; la pianificazione strategica; Le funzioni operative; la gestione della produzione, la gestione finanziaria, innovazione tecnologica e dei processi di sviluppo; le condizioni organizzative la gestione del rapporto con il mercato. Innovazione e marketing; la valutazione economica delle strategie d'impresa.

**TESTI CONSIGLIATI:**

S. PIVATO & AL. *Economia e Gestione Delle Imprese* EGEA, MI 2004;

F. FONTANA, M. CAROLI *Economia e Gestione Delle Imprese* McGraw-Hill MI 2003

**ECONOMIA DELLA CULTURA E DELL'AMBIENTE**

*Prof. Cristiano Perugini* (6 crediti)

**ECONOMIA DEL TURISMO**

*Prof. Marcello Signorelli* (5 crediti)

*Parte prima* – Introduzione all'economia del turismo

Definizioni e contenuti. *Eterogeneità e pluralità del prodotto turistico. La misura del fenomeno turistico: arrivi, presenze e permanenza media.* Il turismo nell'economia nazionale. *La bilancia turistica. Il mercato del lavoro nel turismo.* Il turismo nell'economia italiana. L'evoluzione recente del turismo internazionale.

*Parte seconda* – Analisi microeconomica del turismo

Il turista come consumatore. *Le scelte a tre stadi del turista-consumatore.* L'acquisto di un viaggio. Il turista autoproduttore. La domanda turistica. *Le elasticità della domanda turistica (rispetto al prezzo, rispetto al reddito e incrociata).* Il ciclo di vita dell'area turistica. La produzione nel turismo. Relazioni di mercato o creazione dell'impresa. *La stagionalità della produzione turistica.* Le imprese turistiche. I tour operator. Le agenzie di viaggio. Le imprese di ricettività. Le imprese di trasporto. *Le forme di mercato (monopolio, oligopolio, concorrenza monopolistica, ecc.) in cui operano le imprese turistiche.* Il mercato turistico. L'information and Communication Technology e il turismo.

*Parte terza* – Analisi macroeconomica del turismo

Turismo, economia regionale e sviluppo economico. *Il moltiplicatore della spesa turistica. L'impatto del turismo sull'economia regionale utilizzando il concetto di moltiplicatore keynesiano. Lo "spiazzamento" causato dal turismo.* Il turismo internazionale. *Le determinanti dei flussi turistici internazionali. Il ruolo del tasso di cambio. Il turismo sostenibile.* L'evoluzione della relazione fra il turismo e l'ambiente. *L'intervento dello Stato e l'organizzazione pubblica del turismo.* Turismo, esternalità e fallimenti del mercato. L'intervento dello Stato nel turismo. Le organizzazioni del turismo.

N.B.: in corsivo sono riportati gli argomenti di particolare rilevanza.

**TESTI CONSIGLIATI:**

G. CANDELA – P. FIGINI *Economia del Turismo*, McGraw-Hill, 2003.  
Sono esclusi dal programma i capitoli 3, 5 e 10.

### **ECONOMIA E MANAGEMENT DELLE IMPRESE DI VIAGGIO**

*Prof. Oderisi Nello Fiorucci* (8 crediti)

#### Obiettivi

Analizzare le caratteristiche ed il quadro evolutivo della distribuzione di servizi di viaggio e vacanza, con particolare attenzione alle imprese operanti nel canale agenziale (tour operator e agenzie di viaggio al dettaglio), ma anche ai canali e sistemi alternativi utilizzati dai produttori dei servizi di base (vettori aerei, alberghi, destinazioni, ecc.).

Analizzare i comportamenti strategici e competitivi maggiormente diffusi fra le imprese del settore travel in un'ottica di capacità di produrre valore come singola impresa e come sistema di imprese ed i processi produttivi tipici, approfondendo le conseguenze manageriali derivanti dalla loro natura di imprese di servizi. Tale analisi verrà realizzata utilizzando ampiamente lo studio di casi aziendali e di best practices e il confronto diretto con testimonial di imprese del settore.

#### Contenuti

I canali distributivi dei servizi turistici: funzione della distribuzione e soggetti dell'intermediazione turistica, evoluzione in atto.

Le imprese di viaggio come imprese di servizi: le conseguenze per il management.

Le attività generatrici di valore per le imprese di viaggi

Il comportamento strategico delle imprese di viaggio

Strategie e processi produttivi nel tour operating

Il networking nel settore agenziale: analisi di alcuni tra i principali format aggregativi

Le strategie di aggregazione a livello orizzontale e verticale tra le imprese turistiche: scenario italiano ed europeo. Processi di internazionalizzazione e globalizzazione in atto.

#### TESTI DI RIFERIMENTO

R. NORMAN, *La gestione strategica dei servizi*, Etas Libri, Milano, ultima edizione

CST, *Le agenzie di viaggio: modelli di aggregazione*, FrancoAngeli, Milano, 2000

M. BERRETTA – O.N. Fiorucci, *La distribuzione turistica: strategie per il vantaggio competitivo*, dispensa Cst

A fine corso verrà messo a disposizione presso la Biblioteca un cd-rom che conterrà la dispensa e le slide utilizzate durante le lezioni.

### **ECONOMIA E MANAGEMENT DELLE IMPRESE RICETTIVE E RISTORATIVE**

*Prof. Fabiola Sfodera* (8 crediti)

(PROGRAMMA DA DEFINIRE))

#### TESTI DI RIFERIMENTO

DE SIMONE NIQUESA L., *Economia e direzione delle imprese ricettive e ristorative*, Collana si studi e ricerche sul turismo, Franco Angeli Editore, 2003

SFODERA F., *Strumenti di marketing e management per la gestione delle imprese turistiche nell'economia dell'esperienza*, Morlacchi Editore, 2006

SFODERA F. – VIGO C., *Dispense del laboratorio di Organizzazione delle imprese ristorative*

**ECONOMIA E MANAGEMENT DELLE ATTIVITÀ CULTURALI ED AMBIENTALI**

*Prof.ssa Fabiana Sciarelli (8 crediti)*

Definizione del prodotto teatrale. Definizione del prodotto "territorio".

Lo spettacolo e la gestione produttiva: l'impresa teatrale, la messa in scena ed il suo processo di produzione, il teatro e gli spettatori.

Il teatro ed il suo settore: la situazione normativa, il Sistema Teatrale Italiano, la concorrenza.

La gestione strategica dell'impresa teatrale: l'analisi strategica, le strategie di base, le strategie competitive.

Il marketing per il teatro: il marketing strategico, il marketing operativo (distribuzione, prezzo e comunicazione), sistemi informativi di marketing.

L'architettura organizzativa dell'impresa teatrale e la gestione delle risorse umane: la struttura organizzativa, la gestione delle risorse umane.

La gestione economico-finanziaria: la pianificazione ed il controllo, le forme, le fonti di finanziamento e le tecniche di fund raising.

Il project management degli eventi culturali: ideazione, pianificazione, realizzazione e completamento.

Le attività culturali e ambientali come volano per lo sviluppo territoriale.

Studio di casi nazionali ed internazionali. Sistemi informativi di marketing.

**TESTI**

F. Sciarelli, *La Gestione dell'Impresa Teatrale tra Arte e Economia*, Giannini Editore, 2005.

**TESTI CONSIGLIATI**

L. Argano, *La Gestione dei Progetti di Spettacolo*, Franco Angeli, 1997.

F. Colbert, *Marketing delle Arti e della Cultura*, Etas, 2000.

L.Argano, A.Bollo, P. Dalla Sega, C. Vivalda, *Gli eventi culturali*, Franco Angeli, 2005.

**ALTRE ATTIVITA' DIDATTICHE**

Seminari con esperti ed operatori del settore.

Laboratori didattici: progettazione e realizzazione di ricerche sulle attività culturali umbre.

**ECONOMIA DEI GRUPPI, DELLE CONCENTRAZIONI E DELLE COOPERAZIONI AZIENDALI**

*Prof.ssa Miriam Berretta (10 crediti)*

**I° parte Economia dei gruppi e delle cooperazioni aziendali**

1. Relazioni azienda-ambiente. L'azienda come sistema input-output. Rapporti con l'ambiente. Analisi del sistema competitivo. Identificazione del settore. Evoluzione dell'ambiente e dei sistemi competitivi. Processi di crescita aziendale.
2. La crescita dell'azienda per "via esterna". Strategie per il superamento della frammentazione: crescita interna e crescita esterna. La crescita aziendale nella prospettiva della dialettica "gerarchia-mercato". Gli accordi tra aziende. Diverse forme di aggregazioni e loro classificazione. I gruppi: aspetti economico-aziendali, caratteri distintivi e possibili classificazioni.
3. **Le reti aziendali:** le organizzazioni a rete. Il concetto di rete e le sue determinanti. La rete del valore. Il gruppo come impresa – rete.
4. **La strategia a livello di corporate:** dal vantaggio competitivo alla strategia aziendale. Premesse perché una strategia a livello di corporate crei valore. Diverse tipologie di strategie a livello di gruppo. Due diligence.
5. **Case-history nel settore turistico**

**II° Parte Sistema informativo dei gruppi: il bilancio consolidato**

6. I gruppi. La disciplina dei gruppi nella riforma del diritto societario. La gestione: operazioni "esterne" tra gruppo e mercato; il "quasi-mercato" interno al gruppo e le politiche dei prezzi di trasferimento.
7. Il bilancio consolidato. La normativa di riferimento. Funzione informativa del bilancio consolidato e destinatari dell'informativa. Diverse teorie di gruppo. Processo di redazione del bilancio consolidato.
8. La struttura del bilancio consolidato. Lo stato patrimoniale consolidato; il conto economico consolidato; la nota integrativa; gli allegati al bilancio consolidato.
9. I metodi di consolidamento. Metodi analitici e metodi sintetici. Costruzione del bilancio consolidato con il metodo integrale. Annullamento delle quote di partecipazione e rettifiche relative alle operazioni infragruppo.
10. Il consolidato fiscale. Il consolidato fiscale domestico. Il consolidato fiscale mondiale
11. Il bilancio consolidato quale strumento di analisi gestionale. L'analisi gestionale delle relazioni infragruppo. L'analisi gestionale di gruppo a livello complessivo.
12. Esercitazioni

#### TESTI CONSIGLIATI

L. M. MARI (2005), *Le aggregazioni e i gruppi cooperativi. Forme organizzative e informativa di bilancio*. Giappichelli, Torino

Altro materiale didattico e dispense verranno consigliate dal Docente durante lo svolgimento del corso.

#### ECONOMIA E TECNICA DELLA COMUNICAZIONE AZIENDALE

*Prof. Roberto Celentano (6 e 8 crediti)*

Obiettivi del Corso:

Il corso affronta, secondo una prospettiva marketing oriented, i principali temi della strategia e della gestione delle attività di comunicazione aziendale. Il corso si propone quattro obiettivi:

- fornire agli studenti un quadro concettuale e metodologico della comunicazione aziendale adeguato all'attuale sviluppo organizzativo delle imprese;
- fornire un quadro completo delle iniziative e degli strumenti di comunicazione adottati dalle imprese;
- trasferire i metodi per progettare e gestire la comunicazione aziendale e per valutarne i risultati;
- valutare come viene impiegata la comunicazione in alcuni casi aziendali esemplari.

Argomenti delle Lezioni:

1. La collocazione delle attività di comunicazione nel processo di marketing;
2. La funzionalità della comunicazione al sostegno ed allo sviluppo della competitività; gli obiettivi della comunicazione;
3. Processo di comunicazione e comportamento del consumatore individuale ed industriale;
4. Analisi dei principali strumenti di comunicazione: la pubblicità, la promozione delle vendite, le relazioni pubbliche, la sponsorizzazione, il punto vendita, il marchio, il prodotto e il packaging;
5. Le scelte di copertura, frequenza e temporizzazione delle attività di comunicazione, le decisioni di budget e di rapporto con le strutture esterne;
6. Strategie e politiche di comunicazione lungo il ciclo di vita del prodotto/servizio;
7. La misurazione dei risultati delle attività di comunicazione;
8. La comunicazione nelle aziende leader dei prodotti di consumo, nelle piccole e medie aziende e nelle aziende di servizi;
9. Il ruolo della comunicazione elettronica: caratteri e peculiarità.

#### Argomenti in più per il programma da 8cfu

10. La comunicazione organizzativa;
11. La misurazione dei risultati delle attività di comunicazione;

Metodi di insegnamento:  
Lezioni in aula, presentazione di case-studies e seminari.

**TESTI DI BASE:**

RUSSELL S. WINER, *Marketing management*, Apogeo, 2002 (cap. 5, 8 e 12).  
G. Fabris (a cura di), *La comunicazione d'impresa. Dal mix di marketing al communication mix*, Sperling & Kupfer, 2003;  
VALDANI E. (a cura di), *Marketing*, UTET, 1999 (Parte 4 – Comunicazione).  
Ulteriori riferimenti bibliografici e materiale aggiuntivo (casi ed applicazioni) verranno forniti dal docente durante il corso.  
**Testi in più il programma da 8cfu**  
E. INVERNIZZI, *La comunicazione organizzativa: teorie, modelli e metodi*, Giuffrè Editore, 2000 (cap. 4).

Testi consigliati per approfondimenti:

**E.T. Brioschi**, *Etica e deontologia nella comunicazione d'azienda*, Vita e Pensiero, Milano, 2003.  
**E.T. Brioschi**, *Marketing e comunicazione. Evoluzione di un rapporto*, Vita e Pensiero, Milano, 2002.  
**E. Invernizzi**, *La comunicazione organizzativa: teorie, modelli e metodi*, Giuffrè Editore, Milano, 2000.

**ELABORAZIONE AUTOMATICA DEI DATI PER LE DECISIONI ECONOMICHE E FINANZIARIE**

*Prof.ssa Gianna Figà-Talamanca*

(7 crediti)

**Principi di Algebra Lineare:**

Descrizione, struttura lineare, matrice trasposta, prodotto di matrici, matrice identità, matrice inversa, operazione pivot, rango di una matrice.

Soluzioni di sistemi lineari. Lo spazio euclideo  $R^n$ : struttura lineare, metrica e d'ordine, insiemi convessi.

Esempi e Applicazioni con Excel.

**Funzioni e modelli:** Funzioni lineari e non. L'uso di Excel per lo studio di una funzione. Esempi e Applicazioni.

**Programmazione Matematica:** Problemi di programmazione lineare, teorema di ottimizzazione, forma canonica e forma standard di un p.p.l., vertici di un poliedro e soluzioni basiche ammissibili di un p.p.l. in forma standard, algoritmo del simplesso, ricerca delle soluzioni e classificazione dei p.p.l.. Esempi e Applicazioni.

Il risolutore di Excel per la soluzione di problemi di programmazione matematica.

L'esame si svolgerà in forma scritta eventualmente seguita da un colloquio orale.

Il ricevimento studenti sarà fissato durante le lezioni

**TESTO CONSIGLIATO**

S. WERNER, S.R. CONSTENOBLE, *Strumenti quantitative per la gestione aziendale*, ed. Apogeo, 2002

L. PECCATI, S. SALSA, A. SQUELLATI, *Matematica per l'economia e per l'azienda*, ed. Egea, III edizione, 2004.

**ALTRI TESTI DI UTILE CONSULTAZIONE:**

FREDERICK S. HILLIER E GERALD J. LIEBERMAN, *Introduzione alla ricerca operativa*, Franco Angeli Editore (1999)

MOKHTAR S. BAZARAA E JOHN J. JARVIS, *Linear programming and network flows*, John Wiley & Sons (1977)

WAYNE L. WINSTON, *Operations research*, Duxbury Press (1994)

**ELEMENTI DI PSICOLOGIA DEL TURISMO**

*Prof. Francesca Angelini (2 crediti)*

Il turismo e la psicologia: Le definizioni di turismo e di turista - I diversi approcci psicologici nello studio del turismo - La persona come soggetto bio-psico-sociale. Le fasi del viaggio: come si decide il viaggio (il processo decisionale, l'analisi delle motivazioni, le informazioni, percezione ed interazionismo simbolico) - il viaggio di andata e di ritorno - il turista a destinazione (il rapporto tra turisti, il rapporto tra turisti e residenti, gli shock culturali, gli shock ambientali, il turismo e la globalizzazione, il turismo e la vittimologia, il cliente: definizioni e bisogni, soddisfazione ed insoddisfazione turistica, la formazione degli operatori, gli atteggiamenti verso il cibo) - la funzione del ricordo. Il turismo e gli interessi speciali: turismo e natura - turismo e cultura - turismo e gastronomia - turismo e salute - turismo e gioco - turismo e pellegrinaggio turismo e avventura turismo e autenticità. Il villaggio turistico: un esempio di industria della vacanza in evoluzione

**TESTO:**

G. GULOTTA, Psicologia turistica, Giuffrè Editore, Milano 2003 (nuova edizione)(in particolare i capitoli 3,4,5,6,10 e 12)

**FINANZIAMENTI DI IMPRESA**

*Prof. Alberto Burchi (4 crediti)*

**Obiettivo:**

Il corso intende fornire le conoscenze di base in tema di gestione finanziaria del passivo. Saranno analizzati i diversi aspetti operativi della raccolta di capitali: valutazione del fabbisogno e scelta dello strumento tecnico adatto alla copertura. L'obiettivo è quello di esaminare le caratteristiche strutturali e funzionali di una molteplicità di soluzioni adatte al soddisfacimento del fabbisogno finanziario della azienda.

**Programma**

I principi che ispirano il comportamento della funzione finanza.

I principali modelli di sistema finanziario e le implicazioni per la finanza d'azienda.

Il valore finanziario del tempo e distribuzione temporale dei flussi.

Il fabbisogno di finanziamento e le diverse forme di copertura: il capitale proprio e il capitale di credito

Le politiche finanziarie aziendali: il ciclo di vita e le dinamiche settoriali.

Rating e valutazione di affidabilità creditizia degli emittenti.

Strumenti di finanziamento a medio e lungo termine: il capitale di rischio, il capitale intermedio, il capitale di debito a medio termine.

Finanza agevolata.

Il capitale circolante e le politiche del credito commerciale.

Gli strumenti di finanziamento a breve termine.

L'area finanza nelle piccole-medie imprese.

Il corso prevede lo svolgimento di una esercitazione, che richiede momenti di lavoro di gruppo "guidato". La presentazione dei risultati avviene "in plenaria".

**TESTI**

Maurizio Dallochio e Antonio Salvi, Finanza d'Azienda, 2a ed., Egea, Milano, 2004.

**LETTURE SUGGERITE PER EVENTUALI SUGGERIMENTI**

FABRIZI P.L. - FORESTIERI G. - MOTTURA P., Gli strumenti finanziari, Milano, Egea, 2003.

Richard A. Brealey, Stewart C. Myers, Sandro Sandri, Principi di finanza aziendale, The McGraw-Hill Companies, 2005.

I singoli argomenti del programma potranno essere approfonditi facendo riferimento alle bibliografie riportate nei suddetti testi. Bibliografie particolari su temi specifici saranno forniti agli studenti a ciò interessati.

## GEORAFIA DEL TURISMO

*Prof. Paolo Polinori*

*(5 crediti)*

Il corso verte sulle problematiche che il turismo con la sua essenziale connotazione territoriale, attribuendo alla nozione di territorio la sua accezione più ampia, pone al sapere geografico. Prendendo spunto dai problemi definitivi il corso affronterà, in chiave tassonomica, i nodi principali della geografia del turismo non tralasciando una prospettiva epistemologica alla luce del dibattito paradigmatico che coinvolge tale disciplina.

Il ruolo del viaggio, della percezione, dell'immagine e della motivazione, cause ed effetti dell'agire degli attori rilevanti nell'ambito della geografia del turismo, costituiscono lo sfondo conoscitivo su cui saranno innestati i modelli interpretativi dell'organizzazione spaziale inquadrati in una più ampia prospettiva geoeconomica che tenga in conto le interdipendenze intersettoriali.

Più nel dettaglio il programma si articola in tre parti:

Nella **prima** ci si occuperà delle relazioni tra la geografia e la geografia del turismo, delle possibili definizioni di quest'ultima e delle consequenziali possibili letture che la geografia può dare del fenomeno turistico. Esito di tale primo percorso è l'acquisizione della tassonomia e delle classificazioni che in ambito geografico identificano il fenomeno turistico.

Nella **seconda** parte, analizzato l'agire degli attori coinvolti nel discorso turistico, si analizzeranno i modelli interpretativi dell'organizzazione dello spazio turistico e delle interdipendenze settoriali.

La **terza** parte prevede un ciclo di seminari, sull'approfondimento degli aspetti più rilevanti emersi nel corso dello svolgimento del programma o su eventuali integrazioni dello stesso.

Le prove di verifica saranno scritte. Saranno previsti degli esoneri alla conclusione delle singole parti. Gli esami al termine del corso saranno anch'essi scritti.

### LIBRI DI TESTO

P. INNOCENTI, *La geografia del turismo*, Carocci, Roma, 2001;

J.M DEWAILLY. – E. FLAMENT *Geografia del Turismo e delle attività ricreative* CLUEB, bologns, 1996 (parte II e III);

C. MINCA, *Spazi Effimeri*, CEDAM, Padova, 1996 (capitoli I, II e V);

A. VALLEGA, *Esistenza società ecosistema*, Mursia, Milano, 1991 (capitoli V, IX, X)

A. VALLEGA, *Compendio di Geografia regionale*, Mursia, Milano, 1991 (capitoli VII)

Rapporto sul turismo Italiano Istat, Roma

I viaggi in Italia ed all'estero, Istat, Roma.

Nello svolgimento del corso si farà abbondante uso di informazioni statistiche sul fenomeno turistico sia su scala regionale che nazionale e sarà incentivata l'acquisizione di informazioni via internet da parte degli studenti.

Il materiale integrativo dato a lezione sarà reso disponibile c/o la biblioteca della facoltà di Assisi.

## GESTIONE DELLA QUALITÀ NELLE AZIENDE TURISTICHE

*Prof. Susanna Mensitieri*

*(6 crediti)*

- Il mutamento degli scenari competitivi e l'orientamento alla qualità. La scoperta della qualità nel mondo occidentale. Il concetto di qualità.
- la customer satisfaction : un parametro indispensabile per misurare l'andamento di un'azienda. Misurare le performance attraverso il metro del cliente. Come gestire il monitoraggio della customer satisfaction: metodologie e strumenti operativi.
- Il prodotto-servizio e il mercato. La cultura del servizio: dal marketing di prodotto al marketing di

servizio. Le caratteristiche distintive del servizio.

- L'organizzazione e il servizio. Il modellamento della qualità del servizio nel piano del cliente/consumatore. Il modellamento della qualità del servizio nel piano dell'organizzazione. La qualificazione del servizio e il ciclo aziendale.
- La qualità ed il governo dei processi. Dalla qualità di prodotto alla qualità di servizio. Il processo quale elemento dell'organizzazione e anello della catena del valore.
- L'approccio sistemico alla qualità: organizzazione e gestione per processi. Imparare a leggere le aziende attraverso i processi. La rappresentazione grafica del processo: azioni, risorse, criticità, tempi. Costruire i diagrammi di flusso.
- La qualità del processo e l'ottimizzazione globale: il controllo di gestione applicato al processo: il sistema degli indicatori aziendali per la valutazione dell'affidabilità di processo, dell'efficienza e dell'efficacia (tempi, qualità, costi). Le metodologie per il processo di miglioramento della organizzazione.
- La trasformazione del concetto di turismo: i nuovi modelli e sistemi di servizi per l'ospitalità. La frammentazione del mercato, i nuovi bisogni, la capacità autoreferenziale del cliente. La qualità come strumento competitivo.
- Qualità e sistema dei servizi dell'ospitalità: cosa vogliamo intendere per Qualità. La via della qualità per il sistema dell'ospitalità. Modelli e riferimenti. Le dimensioni della Qualità nei servizi turistici e dell'ospitalità.
- La chiave delle UNI EN ISO 9000: terminologia e definizioni. Illustrazione dello sviluppo e della storia del gruppo di normative ISO 9000. Esame della ISO 9001:2000 e della ISO 9004:2000. I sistemi di gestione per la qualità: natura e scopo. Il sistema di riferimento internazionale, europeo e nazionale della qualità. Il valore della certificazione.
- Il progetto di sviluppo del sistema qualità nell'organizzazione turistica. Tecniche ed approcci. Costruire il sistema documentale della qualità: manuale, procedure, modelli di registrazione. La gestione delle verifiche ispettive interne e degli altri strumenti di analisi e miglioramento. Motivazione e coinvolgimento del cliente interno, gestione del cambiamento e comunicazione per il successo del progetto.
- Relazione tra i sistemi di gestione per la qualità, i modelli di eccellenza ed altri modelli utilizzati per la qualità dalle organizzazioni del settore.
- Il problema della sostenibilità dell'attività turistica: dagli obblighi di legge alle normative volontarie alla responsabilità sociale: dove sta andando la qualità (accenni ai sistemi integrati ISO 9001-ISO 14001 ed alle norme SA 8000).

#### TESTO:

G. NEGRO Organizzare la qualità nei servizi- un modello per l'eccellenza nelle imprese e negli enti di servizio - Il Sole 24 Ore Libri  
 Dispense, case history e normativa di riferimento (UNI EN ISO 9001:2000 -UNI EN ISO 9004:2000) predisposti e distribuiti dal docente.

#### LETTURE CONSIGLIATE

J.CARLSON La piramide rovesciata ,Ed. 24Ore 1995  
 J.HESKETT- W. EARLI SASSER Jr. LEONARD. SCHLESSINGER *La catena del profitto nei servizi*, Sperling &Kupfer ed.  
 H. BECKWITH *Vendere l'invisibile* Sperling &Kupfer ed.  
 E.VALDANI, B.BUSACCA, M.COSTABILE *La soddisfazione del cliente* Egea (SDA Bocconi)  
 PARASURAMAN, BERRY, ZEITHLMAN *Servire Qualità* McGraw Hill 1992

#### GESTIONE DELLE AZIENDE DI TRASFORMAZIONE ALIMENTARE

*Prof. Maria Del Duca* (8 crediti)

Obiettivo:

Il corso, inserito all'interno del piano di studi gestionale-formativo, affronta due fondamentali macroaree di apprendimento:

- a) **macroarea formativa relativa al prodotto e al processo ristorativo;**  
 b) **macroarea formativa relativa al mercato e società di consumo dei prodotti ristorativi.**

In relazione alle due suddette aree formative saranno oggetto della didattica che avrà una durata complessiva di 56 ore (8 crediti) specifici itinerari di approfondimento tematico.

Contenuti:

Il comparto del *foodservice*; generalità e scenario di riferimento; modelli organizzativi e gestionali dell'azienda ristorativa nel suo complesso; flusso della linea produttiva, tempistica e sistemi della produzione. I *convenience foods*.

Il mercato ristorativo (Italia, Europa, Paesi extraeuropei). *Trend*, stili di vita e comportamenti di consumo ed acquisto. Mutamenti e cambiamenti socioculturali.

La distribuzione del prodotto alimentare nei canali. Nuovi *format* ristorativi.

Ruolo della formazione professionale.

Itinerari tematici di approfondimento:

- 1) rapporto tra tecnologia ed innovazione produttiva nelle aziende ristorative
- 2) rapporto tra ambiente, strategia ed organizzazione del lavoro.
- 3) Tipologie ristorative (rist. standard, *self service*, *free flow*, *fastfood*, *banqueting*). Analisi e casi pratici
- 4) Tipicità, identità e fenomeni connessi. Il turismo enogastronomico.
- 5) Nuove forme di distribuzione dei prodotti e servizi ristorativi. Il web marketing e canali di vendita *on line*.
- 6) Le attività di lavoro e le occupazioni del marketing ristorativo. Criticità ed analisi dei fabbisogni formativi.
- 7) Globalizzazione e società multietnica: migrazioni ed abitudini alimentari, lo stile *fusion*.

N. B. Per i **sigg.ri studenti NON frequentanti** è fondamentale mettersi in contatto con la docente Del Duca (sede Assisi tel. 075/8052800) al fine di instaurare un corretto rapporto didattico e formativo.

**TESTO ADOTTATO PER L'ESAME E LA COMPRESIONE DEGLI ARGOMENTI:**

M. DEL DUCA, *Manager dei processi ristorativi*, ed. Morlacchi, Perugia, 2004.

#### **GESTIONE INFORMATICA DEI DATI NELLE IMPRESE DI VIAGGI E DI TRASPORTO**

*Prof. Paolo Desinano* (6 crediti)

*Gestione della tecnologia*

Hardware, software e knoware. Rete di sostegno della tecnologia. Funzione e uso dell'informatica.

*Fondamenti concettuali*

Informatica, informazione, dati conoscenza. Problemi, algoritmi, linguaggi di programmazione.

*Generalità sullo hardware*

Architettura von Neumann. Architettura generale: CPU e RAM. Supporti di memoria. Periferiche I/O.

Architetture: classificazione di Flynn.

*Generalità sul software*

Macchine astratte. Sistema operativo. Software di base ed applicativo.

*Reti e comunicazione dati*

Sistemi di trasmissione: linee, banda di trasmissione, velocità di trasmissione dati e tecnologie trasmissive (multiplexing). Sistemi di comunicazione: reti e commutazione, commutazione di pacchetto e di circuito. Generalità sull'architettura OSI.

*Internet*

Infrastruttura e protocolli. I servizi commerciali più diffusi: posta elettronica, web publishing, file transfer.

*Informatica aziendale*

La risorsa informazione in azienda. Sistema informativo e sistema informatico. Evoluzione del concetto di sistema informativo.

*Informatica e strategia*

Rilevanza strategica dell'informatica. L'informatica nel prodotto/servizio, nella catena del valore e nel settore. I sistemi informatici strategici.

*Informatica e imprese dei viaggi*

L'informatica nel prodotto/servizio, nelle catene del valore e nella struttura del settore dei viaggi.

*Informatica e agenzie di viaggi*

L'informatica nel prodotto/servizio della AdV. L'informatica nella catena del valore dell'AdV. Le opzioni informatiche.

*Informatica e tour operator*

L'informatica nel prodotto/servizio del TO. L'informatica nella catena del valore del TO. Le opzioni informatiche.

*E-business nel settore dei viaggi*

CRS e GDS per viaggi. Internet e imprese dei viaggi.

*La gestione della rete di sostegno dell'informatica*

La reingegnerizzazione dei processi di business (BPR). L'OO-BPR. UML per BPR.

*Esercitazioni*

Elementi di programmazione in MS Excel VBA

**TESTI CONSIGLIATI**

D. SCIUTO, G. BUONANNO, L.M. MARI, *Introduzione ai sistemi informatici*. 3ª edizione, McGraw-Hill, Milano, 2005.

P. DESINANO, *Imprese turistiche, informatica e vantaggio competitivo. Quadro concettuale e metodologico* – 2ª edizione, FrancoAngeli, Milano, 2005.

P. DESINANO, *Gestione informatica dei dati nelle imprese turistiche*, Pitagora editrice, Bologna, 2002.

*Modalità d'esame*

L'esame si articola in tre prove:

Prova pratica del laboratorio "Sistemi informatici per le imprese dell'ospitalità"

Progetto software in MS Excel VBA

Prova orale

Per accedere alla prova orale occorre aver superato la prova pratica e aver ottenuto l'approvazione del progetto.

**GESTIONE INFORMATICA DEI DATI NELLE IMPRESE RICETTIVE E RISTORATIVE**

*Prof. Paolo Desinano*

*(6 crediti)*

*Gestione della tecnologia*

Hardware, software e knoware. Rete di sostegno della tecnologia. Funzione e uso dell'informatica.

*Fondamenti concettuali*

Informatica, informazione, dati conoscenza. Problemi, algoritmi, linguaggi di programmazione.

*Generalità sullo hardware*

Architettura von Neumann. Architettura generale: CPU e RAM. Supporti di memoria. Periferiche I/O.

Architetture: classificazione di Flynn.

*Generalità sul software*

Macchine astratte. Sistema operativo. Software di base ed applicativo.

*Reti e comunicazione dati*

Sistemi di trasmissione: linee, banda di trasmissione, velocità di trasmissione dati e tecnologie trasmissive (multiplexing). Sistemi di comunicazione: reti e commutazione, commutazione di pacchetto e di circuito. Generalità sull'architettura OSI.

*Internet*

Infrastruttura e protocolli. I servizi commerciali più diffusi: posta elettronica, web publishing, file transfer.

*Informatica aziendale*

La risorsa informazione in azienda. Sistema informativo e sistema informatico. Evoluzione del concetto di sistema informativo.

*Informatica e strategia*

Rilevanza strategica dell'informatica. L'informatica nel prodotto/servizio, nella catena del valore e nel settore. I sistemi informatici strategici.

*Informatica e imprese dell'ospitalità*

L'informatica nel prodotto/servizio, nelle catene del valore e nella struttura del settore dell'ospitalità.

*Informatica e hotel*

L'informatica del prodotto/servizio hotel. L'informatica nella catena del valore dell'hotel. Le opzioni informatiche.

*Informatica e ristorante*

L'informatica nel prodotto/servizio ristorante. L'informatica nella catena del valore del ristorante. Le opzioni informatiche.

*E-business nel settore dell'ospitalità*

CRS e GDS per viaggi e ospitalità. Internet e imprese dell'ospitalità.

*La gestione della rete di sostegno dell'informatica*

La reingegnerizzazione dei processi di business (BPR). L'OO-BPR. UML per BPR.

*Esercitazioni*

Elementi di programmazione in MS Excel VBA

**TESTI CONSIGLIATI**

- D. SCIUTO, G. BUONANNO, L.M. MARI, Introduzione ai sistemi informatici. 3a edizione, McGraw-Hill, Milano, 2005.
- P. DESINANO, Imprese turistiche, informatica e vantaggio competitivo. Quadro concettuale e metodologico – 2a edizione, FrancoAngeli, Milano, 2005.
- P. DESINANO, Gestione informatica dei dati nelle imprese turistiche, Pitagora editrice, Bologna, 2002.

*Modalità d'esame*

L'esame si articola in tre prove:

Prova pratica del laboratorio "Sistemi informatici per le imprese dell'ospitalità"

Progetto software in MS Excel VBA

Prova orale

Per accedere alla prova orale occorre aver superato la prova pratica e aver ottenuto l'approvazione del progetto.

**GESTIONE INFORMATICA DEI DATI PER LE ATTIVITÀ CULTURALI ED AMBIENTALI**

*Prof. Paolo Desinano*

*(6 crediti)*

**ISTITUZIONI DI DIRITTO PRIVATO***Prof. Gerardo Gatti**(8 crediti)*

Il corso intende offrire un panorama istituzionale della “cultura delle regole” del diritto privato – nel quadro delle norme vigenti e dei principi costituzionali, con riferimento all’interpretazione giurisprudenziale e alla prassi delle relazioni economiche – in modo da consentire allo studente di impostare in concreto, con riferimento alle singole tematiche (fonti, soggetti, beni, obbligazioni, autonomia privata, contratti, imprese e società, titoli di credito, responsabilità civile, proprietà e possesso, famiglia, successioni, tutela dei diritti), quel rapporto dialettico tra enunciati normativi e realtà socio–economiche nel quale si realizza e si esprime l’esperienza giuridica nell’attuale momento storico.

In considerazione delle speciali finalità del corso universitario nel cui ambito viene impartito l’insegnamento, saranno approfondite – anche con esercitazioni – le tematiche delle obbligazioni e dei contratti, avuto speciale riguardo ai contratti dei consumatori.

**TESTI CONSIGLIATI:**

Premesso che, in sede universitaria, è necessario acquisire la conoscenza di una materia, non quella di un manuale, lo studente è libero di utilizzare, per la sua preparazione, l’uno o l’altro dei manuali di Istituzioni di diritto privato esistenti sul mercato, purché recentemente editi, ma con esclusione categorica di quelli per le scuole medie superiori e delle sinossi.

Lo studente dovrà dimostrare padronanza del Codice Civile e delle principali leggi speciali, in genere riportate in appendice. Gli studenti dovranno recare il Codice con sé alle lezioni, alle esercitazioni e all’esame. Tutte le varie edizioni del Codice Civile in commercio sono equipollenti, purché siano le ultime ed aggiornate, coordinate con note ed integrate con le leggi speciali di uso comune.

In considerazione delle finalità istituzionali del corso e dell’opportunità di contenere i costi per gli studenti, si consigliano in alternativa i seguenti manuali:

Torrente – Schlesinger, Manuale di diritto Privato, Milano, Giuffrè, ultima edizione

Trabucchi, Istituzioni di diritto civile, Padova, CEDAM, ultima edizione.

Galgano, Diritto privato, Padova, CEDAM, ultima edizione.

Gatti G., Lezioni di Istituzioni di Diritto Privato, Città di Castello, Edimond, 2005

**LEGISLAZIONE DEL TURISMO***Prof. Gianluca Ciurnelli**(5 crediti)*

Il programma della materia comprende l’analisi specifica della normativa riguardante le attività turistiche, con lo studio dei rapporti contrattuali e privatistici e di quelli di diritto pubblico caratterizzanti lo specifico settore economico. In particolare verranno trattati i seguenti argomenti: contratto di albergo; responsabilità dell’albergatore per cose consegnate e portate in albergo; contratti di “allotment”; contratto di organizzazione e intermediazione di viaggio; Convenzione di Bruxelles e decreto legislativo 6 settembre 2005, n.206 (codice del consumo); locazioni alberghiere e di interesse turistico e affitto di aziende alberghiere; contratto di trasporto; regolamento CEE sull’over booking aereo; contratti del tempo libero; multiproprietà; titoli di credito e documenti di legittimazione di interesse turistico; legge 29 marzo 2001, n.135, “Riforma della legislazione nazionale del turismo”; organizzazione turistica pubblica centrale; Enit; organizzazione turistica pubblica regionale e subregionale; sistemi turistici locali; alberghi e altre strutture ricettive; agenzie di viaggio e turismo; professioni turistiche; legislazione regionale in materia turistica; normativa comunitaria in materia turistica. Il programma verrà svolto anche con esercitazioni che verteranno su casi di specie. Sono previste, inoltre delle conferenze integrative di altri docenti ed esperti della materia.

**TESTI CONSIGLIATI**

AA. VV., Manuale di diritto del turismo, 2003, Giappichelli, Torino;

- G. CIURNELLI, Il contratto di albergo, in I nuovi contratti nella prassi civile e commerciale, VIII, Tempo libero, 2003, Utet, Torino, pagg. 243 e segg.;
- F. MORANDI, La disciplina dei sistemi turistici locali, in Sistemi turistici locali: normativa progetti, opportunità, 2004, Halley editore;
- G. CIURNELLI, I sistemi turistici locali nell'esperienza *normativa*, in *Sistemi turistici locali: normativa progetti opportunità*, 2004, Halley editore.

#### LEGISLAZIONE DEI BENI CULTURALI

*Prof. Dante Cosi (6-8 crediti)*

1. Beni storico-artistici e bellezze paesaggistiche:  
Nozioni di riferimento: dalle collezioni al museo moderno; paesaggio e ambiente; patrimonio culturale e tradizione civile delle città italiane;  
La legislazione italiana sulle "antichità e belle arti", dall'Unità alla Seconda Guerra Mondiale;  
Cultura e patrimonio storico e artistico nella Costituzione;  
Dalla legislazione sui "beni culturali e ambientali" alla legislazione su "beni e attività culturali"(1975-2001);  
Il nuovo "Codice dei beni culturali e del paesaggio" e la riorganizzazione del Ministero per i beni e le attività culturali (2004).
2. Regolamentazione dei beni culturali:  
Ripartizione delle competenze dello Stato, delle Regioni e degli Enti Locali, in materia di beni culturali e ambientali e di interventi nelle attività culturali;  
I beni culturali in ambito internazionale;  
Cultura e beni culturali nell'ordinamento comunitario.
3. I soggetti:  
Il Ministero per i beni e le attività culturali: strutture centrali; organi periferici; strutture autonome;  
Gli enti e gli organismi pubblici ed a partecipazione pubblica del settore dei beni e delle attività culturali;  
Le istituzioni culturali private.
4. I beni culturali:  
Tipologia dei beni culturali;  
Procedimenti d'individuazione dei beni culturali;  
Categorie dei beni culturali: beni artistici e storici, beni archeologici, beni architettonici, musei, beni librari e biblioteche, beni archivistici, fotografie, opere cinematografiche, audiovisivi;  
Beni culturali del demanio nazionale e locale e, in particolare, la "verifica" dell'interesse culturale dei beni immobiliari pubblici.
5. Le funzioni di amministrazione dei beni culturali:  
Tutela e valorizzazione dei beni culturali;  
Circolazione dei beni culturali;  
Fruizione collettiva e uso individuale dei beni culturali.  
Regime fiscale e sponsorizzazioni dei beni culturali
6. Le attività culturali:  
Funzioni pubbliche di promozione della cultura e dello spettacolo
- 7\*. . \* [solo per il curriculum "gestionale- formativo"]Gestione dei beni culturali di proprietà pubblica:  
Gestione dei beni culturali statali e, in particolare, i poli museali, le fondazioni di partecipazione, l'affidamento a privati; Gestione dei beni culturali delle autonomie locali

#### TESTI CONSIGLIATI

- R CHIARELLI, D. COSI., *Pluralismo culturale e riforme dell'amministrazione dei beni e delle attività culturali*,(in corso di pubblicazione); nonché - dispense su La legislazione dei beni culturali, distribuite durante il corso (anche in formato digitale).

- ovvero: - C. BARBATI, M. CAMMELLI, G. SCIULLO. (a cura di), *Il diritto dei beni culturali*, ed. Il Mulino, Bologna, 2003 (cap I, II, III, IV e, solo per il curriculum “gestionale-formativo”, VI);
- o, invece (escluso il curriculum “gestionale-formativo): - M. AINIS, M. FIORILLO, *L'ordinamento della cultura. Manuale di legislazione dei beni culturali*. ed. Giuffrè, Milano, 2003 (parti II, III e IV).

**MATERIALE DIDATTICO** (distribuito durante il corso, anche in formato digitale):

- raccolta di “Norme statali sui beni culturali e sull'amministrazione dei beni e delle attività culturali”;
- rassegna stampa (2002-2004) “Dove vanno i beni culturali italiani?”.

## LINGUA FRANCESE I

*Prof. Catherine Leroy (8 crediti)*

Il corso intenderà realizzare un approccio comunicativo della lingua francese nei vari settori del turismo privilegiando la forma linguistica orale necessaria in diverse situazioni professionali. Si studieranno il settore dei trasporti : treno, aereo, ferry ... le situazioni di comunicazione in albergo e in agenzia di viaggi.

Questo studio si appoggerà su una grammatica di base : articoli, preposizioni, pronomi personali soggetto, presente indicativo dei verbi, femminile e plurale dei nomi e degli aggettivi, numeri, aggettivi possessivi, aggettivi dimostrativi, forma negativa, forma interrogativa, avverbi interrogativi, pronomi personali tonici, pronomi complemento oggetto, gallicismi, pronomi possessivi, pronomi dimostrativi ecc...

Durante il corso si farà anche una semplice presentazione dell'Italia, le sue regioni, la sua cultura nei suoi aspetti più generali e in quelli più particolarmente interessanti per gli operatori turistici.

### Grammatica in dettaglio

Alfabeto	Aggettivi possessivi
Articoli determinativi	Aggettivi dimostrativi
Articoli indeterminativi	Forma negativa
Numeri cardinali	Forma interrogativa
Numeri ordinali	Aggettivi e pronomi interrogativi
Etre avoir aller presente indicativo	Avverbi interrogativi
Traduzione di molto	C'est/ Il est
Preposizioni semplici	Pronomi personali tonici
Pronomi personali soggetto	Pronomi complemento oggetto
Presente indicativo dei verbi	Voici, voilà, il y a
Femminile dei nomi e degli aggettivi	Gallicismi
Plurale dei nomi e degli aggettivi	Pronomi possessivi
Condizionale presente	Pronomi dimostrativi
Avverbi di modo	Imperativo
Comparativi, superlativi	Verbi pronominali
Participio passato	Articoli partitivi

### Esami

- Esame scritto : dialogo da compilare (argomenti visti durante il corso)  
 esercizi di grammatica  
 presentazione di una città a partire da elementi dati
- Esame orale : dialogo in “situazione turistica” col docente  
 presentazione di un monumento

presentarsi, leggere l'ora

## LINGUA FRANCESE II

*Prof. Catherine Leroy (8 crediti)*

Il corso intende sviluppare le conoscenze e le competenze della lingua francese nel settore del turismo. La lingua si studierà a partire da testi e dialoghi in francese permettendo di trattare diversi aspetti del turismo: turismo marittimo, turismo bianco, turismo verde, turismo culturale, turismo di crociera, turismo termale e turismo d'affari.

Ogni capitolo si organizzerà intorno a queste tematiche cercando inoltre di approfondire la grammatica e il campo lessicale associati includendo anche una scoperta di diverse regioni della Francia. Questo secondo anno di studio cercherà per di più di fare acquisire agli studenti gli strumenti per l'uso della lingua scritta commerciale.

### Grammatica in dettaglio

Particularités des verbes en –er	La forme passive
Le passé composé	Prépositions de temps
Les adverbes de quantité	Les pronoms relatifs
L'imparfait	Les verbes impersonnels
Les expressions de but	Les pronoms COI
Les verbes pronominaux	Les adjectifs en –el et –al
Le futur	Les pronoms EN et Y
Le participe présent, gérondif	Les expressions de la conséquence
Le subjonctif	Les expressions de cause

### Esami

Esame scritto	:	testo da compilare a partire da indicazioni (grammatica e lessico) test di comprensione del testo (piccole domande, riassunto) lettera commerciale da scrivere
Esame orale	:	presentare un argomento tratto da un articolo lavorato a casa presentare e discutere un articolo sconosciuto verifica della conoscenza di una regione francese scelta ad estrazione

## LINGUA INGLESE I

*Prof. Liam Francis Boyle (8 crediti)*

### *Contenuto del corso*

L'obiettivo generale è di sviluppare le indispensabili capacità di comunicazione e consolidare le conoscenze grammaticali della lingua inglese. Il corso è indirizzato a discenti il cui livello di competenza nella lingua inglese è di elementare o falso principiante e sarà basato su una revisione sistematica della lingua, oltre che sulla lettura di alcuni passaggi di articoli originali tratti dalla stampa. Lo scopo principale del corso è l'approfondimento del lessico e della grammatica, dei termini economici e turistici inglesi, ripassando e consolidando le regole grammaticali. Il corso si focalizzerà soprattutto sull'acquisizione dello specifico linguaggio del settore turistico, al fine di fornire agli studenti strumenti utili per sviluppare le strategie indispensabili per diventare operativi.

*Modalità d'esame:*

L'esame consiste sia di una prova scritta che di una prova orale. La prova scritta è divisa in due parti: una di competenza grammaticale tramite domande a scelta multipla e una lettura di un brano con domande di comprensione. La prova orale, invece, consiste nella presentazione di un luogo turistico.

**TESTI CONSIGLIATI:**

Dispense saranno disponibili.

**LINGUA INGLESE II**

*Prof. Liam Francis Boyle* (8 crediti)

*Contenuto del corso*

Il corso sarà basato su una revisione sistematica della lingua e sulla lettura di alcuni articoli in inglese, la cui consultazione risulta spesso indispensabile per la preparazione di esami e per lo svolgimento della tesi di laurea. Lo scopo principale del corso è di sviluppare le abilità cognitivo-linguistiche dei discenti, e di aiutarli a ragionare sulla situazione attuale dell'offerta turistica in diversi paesi europei. Il corso si focalizzerà soprattutto sull'acquisizione dello specifico linguaggio del settore turistico, sull'approfondimento del lessico e della grammatica e sui termini economici e turistici, al fine di fornire agli studenti strumenti utili per sviluppare le strategie indispensabili per comunicare nella lingua inglese.

*Modalità d'esame:*

L'esame consiste sia di una prova scritta che di una orale. La prova scritta è divisa in due parti: una di competenza grammaticale tramite domande a scelta multipla e una lettura di un brano con domande di comprensione. La prova orale, invece, consiste nella presentazione di un articolo riguardante l'economia del turismo.

**TESTI CONSIGLIATI:**

Dispense saranno disponibili.

**LINGUA SPAGNOLA I**

*Prof. Massimo Priorelli* (8 crediti)

**LINGUA SPAGNOLA II**

*Prof. Otello Tavoni* (5 crediti)

*Prof. Massimo Priorelli* (3 crediti)

**LINGUA TEDESCA I**

*Prof. Jorg Schepers* (8 crediti)

Il corso intende offrire agli studenti le nozioni fondamentali della grammatica e della sintassi della lingua tedesca, e precisamente: la coniugazione dei verbi (presente, passato remoto, passato prossimo, futuro) regolari, irregolari e misti; l'uso e la declinazione dell'articolo determinativo ed

indeterminativo; la declinazione dei nomi, aggettivi e pronomi; la struttura e la costruzione delle proposizioni principali.

Nel corso delle lezioni i partecipanti saranno invitati a parteciparne oralmente in lingua tedesca e avranno la possibilità di verificare le loro conoscenze acquisite attraverso brevi esercitazioni scritte. Obiettivo finale del corso Lingua tedesca I sarà quello di sviluppare: la capacità di lettura di testi semplici, la capacità di ascolto di una conversazione semplice, la capacità di espressione orale (con particolare attenzione alla grammatica e alla pronuncia –fonetica della lingua), la capacità di riprodurre per iscritto le nozioni acquisite.

L'esame finale consisterà in una sola prova scritta.

**TESTI CONSIGLIATI:**

Vocabolario mono- e bilingue a scelta;

Dreyer – Schmitt, Lehr- und Übungsbuch der deutschen Grammatik, Verlag für Deutsch, Ismaning 1996 ss. (Edizione italiana: Dreyer/Schmitt, Grammatica tedesca con esercizi, Nuova edizione, Hueber Verlag, Ismaning 2001);

**TESTI DI APPROFONDIMENTO:**

Duden Taschenbücher, Die neue amtliche Rechtschreibung, Mannheim, Leipzig, Wien, Zürich: Dudenverlag, 1997;

G. Helbig/J. Buscha, Deutsche Grammatik. Ein Handbuch für den Ausländerunterricht, Langenscheidt Verlag 2001 (per chi volesse approfondire la propria conoscenza della grammatica)

**LINGUA TEDESCA II**

*Prof. Iris Pelz*

*(8 crediti)*

Conoscenza della grammatica e sintassi di base, ampliate con i seguenti argomenti: verbi modali, uso di imperfetto e passato prossimo, forma passiva dei verbi e relativo uso, uso del passivo con i verbi modali, futuro, congiuntivo II. Pronomi dimostrativi, aggettivi comparativi e superlativi e loro uso. Costruzione ed uso delle proposizioni subordinate, uso delle frasi interrogative come subordinate. Le varie preposizioni che richiedono l'uso di casi specifici. Elementi fondamentali del linguaggio tecnico nell'ambito del settore turistico, con riferimento ai rapporti di lavoro, alla gestione delle pubbliche relazioni ed all'organizzazione degli eventi.

**TESTI CONSIGLIATI:**

E. Bruno, R. Franch, Grammatica di riferimento per lo studio della lingua tedesca, Ed. Capitello (Ed. riveduta e corretta: Ott. 91).

H. Dreyer, R. Schmitt, Lehr – und Übungsbuch der deutschen Grammatik, Neubearbeitung, Max Hueber Verlag, 2001 oppure lo stesso libro nella sua versione in lingua italiana : Grammatica tedesca con esercizi, Nuova edizione, 2001.

**MACROECONOMIA**

*Prof. Paolo Polinori*

*(10 crediti)*

L'obiettivo del corso è di introdurre i metodi fondamentali dell'analisi economica al fine di fornire agli studenti gli strumenti necessari per la comprensione del funzionamento generale del sistema macroeconomico e, quindi, dei temi economici rilevanti.

La trattazione di temi di approfondimento è finalizzata a fornire gli elementi necessari per la comprensione di problemi rilevanti della realtà economica e politica che sono al centro del dibattito di politica economica (problemi relativi a disoccupazione, inflazione, debito pubblico e l'integrazione economico-politica di diversi sistemi economici) aprendo, ogni qual volta sarà possibile, delle finestre sul settore turistico.

Il corso si sviluppa in una logica deduttiva (dal generale al particolare) occupandosi:

- del problema della produzione di benessere nel lungo periodo;
- del funzionamento del sistema economico nel breve periodo;
- dell'analisi degli elementi istituzionali rilevanti.

Particolare attenzione sarà posta sul ruolo delle istituzioni economiche e politiche nell'influire sul funzionamento dell'economia nel breve e nel lungo periodo.

Nel dettaglio il corso si occuperà dei seguenti argomenti:

Quadro generale di macroeconomia  
L'attività economica aggregata in cifre  
Domanda e Offerta Aggregata  
Lavoro e Disoccupazione  
Inflazione e curva di Phillips  
Consumo  
Investimenti  
Modello Reddito e Spesa  
Il moltiplicatore  
Domanda di Moneta  
La Banca Centrale  
Il Modello IS-LM  
Politica Monetaria e Fiscale  
Settore Estero  
Modello Mundell Fleming  
Disavanzo Pubblico  
L'unione Monetaria Europea

**I RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI SONO I SEGUENTI:**

**TESTO OBBLIGATORIO:**

MACROECONOMIA, (2004), R. Dornbusch, S. Fischer, R. Startz, McGraw Hill, Milano, 9° Edizione.

Testi di approfondimento:

MACROECONOMIA, (2004), Mankiw G., Zanichelli, Bologna, 4° Edizione.

MACROECONOMIA, (2003), Bradford De Long J., McGraw Hill, Milano.

ECONOMIA DEL TURISMO, (2003), Candela G., Figini P., McGraw Hill, Milano.

ECONOMIA E POLITICA DEL TURISMO, (2001), Grasselli P.M., FrancoAngeli, Milano, 6° Edizione.

Il materiale integrativo dato a lezione sarà reso disponibile c/o la biblioteca della facoltà di Assisi.

Nello svolgimento del corso si farà ampio uso di informazioni statistiche e sarà incentivata l'acquisizione di informazioni via internet da parte degli studenti.

Ricevimento studenti.

Durante lo svolgimento delle lezioni il docente effettuerà il ricevimento studenti c/o la sede di Assisi ogni Mercoledì al termine della lezione.

Il docente è comunque sempre contattabile al seguente indirizzo e-mail: [polpa@unipg.it](mailto:polpa@unipg.it).

Modalità di Esame.

La verifica avviene tramite prova orale.

## **MARKETING DEL TURISMO II**

*Prof. Giancarlo Dall'Ara (8 crediti)*

Gli argomenti affrontati nel corso riguardano:

- L'evoluzione del scenario della domanda e le esigenze dei "turisti della terza generazione",
- L'evoluzione del scenario dell'offerta turistica ed i nuovi modelli di ospitalità (dall'ospitalità diffusa alle problematiche relative alle piccole e medie imprese turistiche),

- I limiti teorici e operativi del marketing tradizionale ed un nuovo approccio al marketing nel turismo, con le radici culturali nell'esperienza e nella storia del turismo italiano,
- Il marketing relazionale ed i nuovi strumenti del marketing operativo,
- Il marketing dell'autenticità, con cenni di antropologia culturale applicata al comportamento turistico,
- Il marketing tribale e di nicchia,
- Il marketing territoriale, e le opportunità di marketing offerte dai Sistemi Turistici Locali (Legge 135/2001), con cenni del marketing dei musei e dei beni culturali,
- L'analisi dei principali mercati turistici europei ed extraeuropei, e le iniziative di marketing possibili.

L'analisi delle "nuove frontiere del marketing" richiederà l'approfondimento dei modelli di comportamento dei consumatori-turisti, e degli strumenti di marketing più opportuni (dalla comunicazione turistica ad elementi di web marketing), nonché l'applicazione delle tecniche più efficaci di segmentazione nel settore del turismo.

Saranno valutate inoltre diverse Case Histories italiane ed estere relative al marketing per lo sviluppo degli alberghi e delle destinazioni

#### TESTI

G. DALL'ARA "Le nuove frontiere del Marketing applicato al turismo" FrancoAngeli, Milano 2002, Dispense.

### MARKETING DELLE ATTIVITA' CULTURALI E AMBIENTALI

*Prof. Felice Vertullo (8 crediti)*

*(PROGRAMMA DA DEFINIRE) consultare il docente*

### MARKETING DEL TURISMO

*Prof. Felice Vertullo (8 crediti)*

Le basi concettuali del marketing

Il concetto di marketing - Il processo di segmentazione - Il posizionamento - Il marketing mix

Le applicazioni settoriali del marketing

Il marketing territoriale - Sistemi Turistici Locali - Il marketing dei servizi - Marketing della destinazione - Il marketing dei servizi turistici

Il marketing del turismo

Il processo di marketing nel turismo - Il marketing degli Enti del turismo - Il modello di marketing nel turismo - Il modello strategico nel turismo - Il sistema del controllo strategico - Il processo operativo - Le basi informative nel turismo

Identificazione delle attività turistiche

Le origini del turismo moderno - Il turismo alternativo - Le attività turistiche del XX secolo - Gli scenari del XXI secolo - La internazionalizzazione del turismo Italiano - I modelli industriali nel turismo - Le attività turistiche - Le attività ricettive - L'organizzazione turistica centrale - Il livello Regionale del turismo

Il Sistema informativo di marketing nel turismo

Il sistema informativo - Il processo delle ricerche di mercato - Il metodo delle ricerche - La ricerca di marketing sul turismo - Il metodo delle ricerche nel turismo - Gli oggetti della ricerca sul turismo

Analisi del comportamento d'acquisto

Il comportamento d'acquisto - Le determinanti degli acquisti - Il comportamento d'acquisto nelle organizzazioni - Visitatore, turista, escursionista - Il processo decisionale del turista - Flussi e motivazioni al viaggio - Modelli comportamentali del turista - Il comportamento dei residenti - Il turismo urbano

Le basi concettuali del prodotto turistico

Il concetto di prodotto - Il Prodotto nel marketing mix - Il Portafoglio prodotti - Lo sviluppo di un nuovo prodotto - Il concetto del prodotto turistico - Il prodotto turistico globale - Il prodotto turistico orizzontale e verticale - Il prodotto del tour operator - La formulazione del prodotto orizzontale - Le classi merceologiche del prodotto turistico

La commercializzazione turistica

Il sistema distributivo - Le scelte strategiche - I canali distributivi nel turismo - Definizione di canale distributivo nel turismo - La tipologia dei canali distributivi - Il processo di vendita anticipata: la prenotazione al banco - La funzione degli intermediari - Le voci del costo distributivo - Le tecniche delle vendite dei servizi turistici - Criteri di scelta nella commercializzazione turistica - Il marketing diretto e la vendita indiretta - Il canale telematico

I modelli della comunicazione

Il concetto di comunicazione integrata - Il modello teorico della comunicazione - Gli strumenti della comunicazione - Il processo della comunicazione - Identificare il mercato - Determinare gli obiettivi - Definire il messaggio promozionale - Scegliere i canali della promozione - Stabilire quanto spendere - Miscelare gli strumenti della promozione - Valutare l'efficacia della promozione - Il coordinamento nella promozione turistica - Le analisi per costruire un piano di marketing turistico - I criteri di valutazione

Il prezzo nel turismo

Obiettivi e strategie nel prezzo - I fattori ed il calcolo dei prezzi - Orientamento al marketing dei prezzi - Il ruolo del prezzo nel turismo - Le strategie dei prezzi turistici - La tattica dei prezzi turistici - Orientamento al marketing dei prezzi turistici

Il piano di marketing nelle attività turistiche

Il Concetto di piano di marketing - Piano aziendale e piano di marketing - La costruzione del piano di marketing - Le fasi - Analisi della situazione - Definire gli obiettivi e scegliere il target - Identificare le strategie di marketing - Articolare le politiche di marketing - Realizzare il controllo

I grandi segmenti della domanda turistica

Il concetto di ecoturismo - Motivazioni e Atteggiamenti - Ecoturismo ed etica: sviluppo morale e culture organizzative - Ecoturismo, eco-vendita e eco-sfruttamento - Turismo congressuale, meeting e viaggi di incentivazione - Turismo culturale - Le crociere - Il turismo sportivo

Analisi della domanda turistica

Il moltiplicatore turistico - I fattori di spinta ed i fattori di richiamo - Il modello quantitativo - I fattori esplicativi della domanda turistica - Le configurazioni della domanda turistica - Il differenziale della domanda turistica

I modelli quantitativi di analisi della domanda turistica

Il modello generale - I modelli di previsione - Il ciclo di vita di una destinazione turistica - L'analisi delle forze competitive - Rassegna dei principali modelli di analisi della domanda

Il processo di segmentazione del mercati

I riferimenti concettuali - I metodi della segmentazione - I limiti della segmentazione - La segmentazione nel turismo - Le basi per la segmentazione nel turismo - Le basi psicosociologiche - La valutazione delle informazioni turistiche - La valutazione dei servizi turistici - La tecnica della segmentazione nel turismo

Le tecniche per la segmentazione del mercato turistico

La segmentazione del mercato Usa - La scelta delle variabili per segmentare - La raccolta dei dati e lo schema di campionamento - I risultati del caso Usa-Canada

Il modello dell'analisi funzionale del mercato turistico

Il modello teorico - Il modello funzionale nella fruizione turistica - Le ipotesi del modello funzionale nella pratica turistica - Le variabili funzionali del modello turistico - Le funzioni svolte dal viaggio - Funzioni sociali

L'applicazione dell'analisi funzionale nella segmentazione del mercato turistico

Alcuni concetti di riferimento - La ricerca sui turisti in Florida (il caso) - Analisi comportamentale - Temi funzionali - La segmentazione socio-demografica - La segmentazione per benefici - La segmentazione per vantaggi - La segmentazione per atteggiamenti - La segmentazione per funzioni - La segmentazione mista - Criteri di scelta nella segmentazione

Il modello di analisi della soddisfazione del mercato turistico

Marketing aziendale e marketing del territorio - Il quadro di riferimento sulle analisi della soddisfazione turistica - Il modello teorico - Il modello generale della soddisfazione turistica - La valutazione della in/soddisfazione turistica

E-turismo

La Rivoluzione Tecnologica - Gli strumenti del Marketing nell'era digitale - E-commerce - Il marketplace - L'impatto delle nuove tecnologie nel turismo - La nuova struttura del mercato turistico - La Catena del Valore nel sistema del turismo - Il marketplace del turismo - Web marketing - Gli scenari dell'e-turismo: dati di mercato

**LIBRO DI TESTO:**

VERTULLO F., *Marketing del Turismo Analisi di mercato*, Ed. Vigano-Vigano, Monza 2002  
 "Cases in hospitality marketing and management", Robert C. Lewis (casi discussi in aula)

## **MATEMATICA FINANZIARIA**

*Prof. Stefano Herzel*

*(8 crediti)*

1. Definizioni fondamentali

Le leggi di capitalizzazione semplice e composta. Fattori, tassi, intensità. Titoli a cedola nulla, titoli a cedola fissa.

Calcolo del rateo e del prezzo "tel quel" di un BTP.

2. La legge esponenziale

Tassi equivalenti in regime esponenziale (e lineare). Valutazione di una operazione finanziaria rispetto alla legge esponenziale. Proprietà della legge esponenziale.

3. Rendite e piani d'ammortamento

Definizioni. Costruzione di piani di ammortamento a rata posticipata tramite Excel. Preammortamenti.

Confronto tra diverse opportunità di finanziamento rispetto ad una legge esponenziale assegnata.

4. Il tasso interno di rendimento.

Definizione, interpretazione, metodi di calcolo attraverso Excel. Calcolo del TIR di un BTP e di un piano di ammortamento. Il TAN e il TAEG.

5. La struttura per scadenza dei tassi di interesse

Tassi a pronti e tassi a termine. La curva dei tassi a pronti. Il Forward Rate Agreement (FRA).

Relazione tra prezzi a pronti e a termine. Contratti futures

6. Indici temporali e indici di variabilità

Scadenza, vita a scadenza, duration. La duration con struttura piatta. La duration come indice di variabilità.

Duration di secondo ordine. Portafogli immunizzati rispetto a spostamenti della struttura dei tassi.

Costruzione di un portafoglio immunizzato con Excel

7. Contratti indicizzati a tassi di interesse.

Definizioni. Valutazione rispetto alla struttura per scadenza attuale. Titoli a tasso variabile, i CCT.

Mutui indicizzati. I contratti Interest Rate Swap.

Su tutti gli argomenti trattati si è cercato di enfatizzare in modo particolare l'aspetto applicativo, sviluppando una serie di fogli di calcolo in Excel che sono disponibili presso l'aula informatica. Sono stati assegnate esercitazioni settimanali, anche queste sono disponibili presso l'aula informatica.

**Ulteriori informazioni sono disponibili sul sito : [www.unipg.it/herzel](http://www.unipg.it/herzel)**

## **MATEMATICA GENERALE**

*Prof. Luciano Stramaccia*

*(7 crediti)*

Richiami sui numeri naturali, interi, razionali, reali. Funzioni - Iniettività, suriettività, biiettività. Polinomi.

Funzioni invertibili. Funzioni polinomiali. Funzioni esponenziali e logaritmiche. Funzioni trigonometriche (cenni).

Limite di una funzione in un punto. Teoremi fondamentali sui limiti. Proprietà delle funzioni monotone. Funzioni continue. Derivazione. Derivata della somma, del prodotto e del quoziente di due funzioni. Derivazione delle funzioni composte. Successioni e Serie (cenni).

Massimi e Minimi. Il teorema del valor medio. I teoremi de L'Hopital. Funzioni convesse, funzioni concave. Rappresentazione grafica di funzioni reali.

Integrazione - Il teorema fondamentale del calcolo integrale. Proprietà dell'integrale. Integrazione per decomposizione, per sostituzione e per parti.

Alcune applicazioni del calcolo integrale. Integrali generalizzati (cenni).

Integrazione delle funzioni razionali fratte (cenni). Applicazioni - Approssimazione di una funzione mediante funzioni polinomiali. Polinomi di Taylor.

Matrici e vettori. Determinanti. Rango di una Matrice. Sistemi lineari - Teoremi di Cramer e di Rouché-Capelli. Risoluzione dei sistemi lineari.

Applicazioni lineari e matrici associate. Matrici invertibili e algoritmi per il calcolo delle inverse. Determinazione dell'inversa di una funzione lineare.

#### **Testi consigliati:**

G.C.Barozzi, Istituzioni di Matematica, Ed. Coop. Lib. Universitaria - Bologna L. Peccati - S.Salsa – A.Squillati, Matematica per l'economia e l'azienda, Ed. EGEA

### **MERCEOLOGIA DEI PRODOTTI ALIMENTARI**

*Prof.ssa Mara Del Duca*

*(4 crediti)*

### **MICROECONOMIA**

*Prof. Giuseppe Calzoni*

*(5 crediti)*

*Prof. Cristiano Perugini*

*(3 crediti)*

**I° Modulo.** (Cristiano Perugini) (perugini@unipg.it)

#### **PREMESSA**

Il concetto di economia nella storia del pensiero economico. Scopi e metodi della scienza economica. Particolarità del metodo di indagine economica. Strutture di mercato e strategie dei consumatori e dei produttori.

#### **L'ECONOMIA DEL CONSUMO**

L'approccio marginalistico allo studio del consumo. Le curve di indifferenza del consumatore. Le curve di indifferenza del consumatore: determinazione della strategia di scelta. Scelte strategiche del consumatore al variare dei prezzi di mercato, del reddito e dei gusti. Effetto sostituzione. Domanda, prezzi e reddito; elasticità della domanda e sue variazioni. Il modello della ragnatela. Curva di spesa, elasticità della spesa.

**II° Modulo** (Guseppe Calzoni) (gcalzoni@unipg.it)

#### **L'ECONOMIA DELLA PRODUZIONE**

Funzione di produzione e produttività di feattori. Produttività e costo. Isoquanti di produzione. Equilibrio, linee del prodotto e rendimenti di scala dell'impresa. Produzione congiunta e linea delle possibilità produttive. Strategie e costi di produzione nel breve e nel lungo periodo.

#### **TEORIE DELLE FORME DI MERCATO**

Premessa. Il mercato di concorrenza perfetta. Il mercato di monopolio. Monopolio e discriminazione dei prezzi. Teoria della concorrenza imperfetta. Il caso del grande gruppo: il mercato di concorrenza monopolistica. I casi del piccolo gruppo: il mercato di oligopolio. Teoria dell'oligopolio di A. Cournot. Linee di reazione dei produttori. Il prezzo come variabile strategica: teorie dell'oligopolio di Bertrand e di Edgeworth. Oligopolio e strategie degli imprenditori. Il comportamento dell'imprenditore: la teoria dell'oligopolio di H. von Stackleberg. Oligopolio e teoria dei giochi. Dalla competizione alla cooperazione: applicazione all'analisi dell'oligopolio dei principi dei giochi a somma non zero. Il prezzo come elemento strategico di stabilità nell'oligopolio: la teoria di P. Sweezy. Evoluzione dei modi di determinazione del prezzo e del suo ruolo strategico: la teoria del prezzo limite di J. Bain. Tecnologie produttive, costi e prezzi nelle strategie delle imprese oligopolistiche: il modello di P. Sylos-Labini. La separazione tra proprietà e gestione dell'impresa e le teorie manageriali dell'oligopolio: la teoria di W. Baumol, la teoria di O. Williamson, la teoria di R. Marris. Le nuove teorie dell'impresa. Imperfezioni del mercato e strutture organizzative.

**TEORIE DEGLI EQUILIBRI DI MERCATO:**

L'equilibrio economico generale di L. Walras. L'analisi dell'equilibrio economico parziale

**TEORIA DELLA DISTRIBUZIONE DEL REDDITO.**

Il problema della distribuzione nelle teorie: classica, marxiana, neoclassica.

**TESTI CONSIGLIATI:**

G. CALZONI, *Lineamenti di Microeconomia*. Giappichelli editore, 2005 (in stampa).

**AVVERTENZE:**

L'esame consiste in una prova scritta di ammissione ed una prova orale. La prova scritta si basa un test di 10 domande a risposta multipla. Per poter accedere alla prova orale è necessario aver ottenuto un numero di risposte corrette non inferiore a 5. In caso di esito negativo è consentito ripetere la prova all'appello successivo.

Per lo studio del punto 6 può essere utile consultare: A.K. Dasgupta La teoria economica da Smith a Keynes. Per un'adeguata comprensione degli argomenti è inoltre indispensabile la conoscenza di alcuni strumenti di analisi matematica; si raccomanda pertanto almeno la preventiva preparazione dell'esame di Matematica generale. Può anche essere utile consultare: S.G.B. Henry Elementi di matematica per lo studio dell'economia .

**ORGANIZZAZIONE DELLE AZIENDE DI VIAGGIO E TRASPORTO**

*Prof. Antonino Percario*

*(7 crediti)*

Lineamenti generali delle imprese del sistema agenziale e di trasporto - Definizione e ruolo delle imprese di viaggi e trasporto; il campo operativo. I principali modelli organizzativi e le figure professionali tipiche delle agenzie di viaggio - Modelli di organizzazione aziendale e applicabilità in relazione al tipo di attività e alle dimensioni; delimitazione e funzione delle aree di front o the house nelle agenzie dettaglianti e nei tour operator (banco, l'ufficio booking, ecc.); delimitazione e funzione delle aree di back of the house nelle agenzie dettaglianti e nei tour operator. Il sistema agenziale: gli operatori - Tour operator. Agenzie dettaglianti Consolidatori e general sales agency (g.s.a.). Agenzie incoming. Le reti di vendita (Le agenzie dettaglianti: attività e servizi: intermediazione di prodotti di catalogo, prenotazione di servizi alberghieri, prenotazione ed emissione di biglietteria per i servizi di trasporto, altri servizi (assicurazioni turistiche, editoria turistica, cambio valuta, ecc.), altri sistemi telematici di prenotazione dei servizi turistici; Il differenziale semantico della intermediazione organizzata (Tour operator, Retailer). Le figure professionali - Il direttore tecnico. Il banconista. Il product manager. Il sales promotor. L'addetto al booking I fornitori di servizio - Trasporto aereo. L'organizzazione della IATA. Charter e voli di linea. Trasporto ferroviario. Trasporto marittimo. Autonoleggio. Organizzazione alberghiera - Tipologia e strutture alberghiere. Classificazione alberghiera nazionale ed internazionale. Forme di servizio e trattamento alberghiero. La prenotazione alberghiera. Regime commissionale convenzionale. Usi nel settore alberghiero. Tecniche di

costruzione di package - L'impostazione, le ricerche di mercato, la comparazione dei prodotti esistenti, la raccolta dei dati e le fonti informative. Le tecniche contrattuali per l'acquisizione dei servizi di trasporto, le tecniche contrattuali per l'acquisizione dei servizi a terra: i rapporti con gli imprenditori ricettivi. Analisi di casi di specie e contratti tipo. La commercializzazione dei packages - I cataloghi (criteri di base e di impostazione, soluzioni tecniche); la distribuzione del catalogo; la gestione delle vendite ed i documenti di viaggio; la gestione dei packages e la rete di assistenza del tour operator nelle località di destinazione; il punto vendita: il merchandising. Terminologia tecnico-turistica - Terminologia tecnica nel settore alberghiero: classi di servizio e formule di trattamento; terminologia tecnica nel settore aereo: classi di servizio e formule di trattamento. Riferimenti legislativi e convenzioni - Legge 17.5.1983, n.217. Legge 27.12.1977, n. 1084. Direttiva CEE 90/314 del 13.6.1990. D.l. 17.3.1995, n.111. Convenzione AIH/FUAAV. Codice di comportamento Hotrec/Ectaa

**TESTI CONSIGLIATI:**

- A. RUGIARDINI, *Organizzazione d'impresa*, Giuffrè, 1979, Cap.1—7—8.  
 J. Christopher HOLLOWAYS, *The Business of tourism*, Pitman, 1989, da p. 102 a p. 147.  
 E. BONOMI, A. TORTELLI, *Tecniche turistiche alberghiere e di marketing*, Marietti Scuola, ultima edizione, cap. 6.  
 A. PERCARIO, *Lineamenti generali dell'organizzazione delle aziende di viaggio e trasporto*; (dispense).  
 A. PERCARIO, *Tecniche di confezionamento e preventivazione dei packages nelle agenzie di viaggio* (dispense).  
 A. PERCARIO, *Il package turistico* (dispense).  
 A. PERCARIO, *Il prodotto pacchetto vacanza* (dispense).  
 A. PERCARIO, *Il differenziale semantico* (dispense).  
 A. PERCARIO, *Tecniche di vendita di un pacchetto turistico* (dispense).  
 M. BERRETTA, *Principali modelli organizzativi e figure professionali tipiche della azienda di viaggi* (dispense).  
 O.N. FIORUCCI, *Struttura e organizzazione del sistema di distribuzione turistica. le tipologie dei viaggi organizzati* (dispense).

**ORGANIZZAZIONE DELLE AZIENDE RICETTIVE E RISTORATIVE**

*Prof. Stefano Poeta* (7 crediti)

Il sistema organizzativo - Concetto di organizzazione. Gli approcci ai fenomeni organizzativi. L'approccio classico. L'approccio sociale. L'approccio sistemico. Le variabili organizzative - Le categorie di variabili organizzative. La struttura organizzativa: i primi concetti. La divisione del lavoro. Le caratteristiche dei compiti e delle mansioni. Le dimensioni della struttura organizzativa. I meccanismi operativi: il potere organizzativo, lo stile di direzione. Il potere organizzativo: la gestione dei conflitti. Gli schemi organizzativi fondamentali: lo schema gerarchico; lo schema funzionale; lo schema divisionale. Variabili organizzative e processi organizzativi. - I modelli organizzativi lineamenti generali delle imprese - Lineamenti generali delle imprese ricettive. Lineamenti generali delle imprese ristorative. Lineamenti generali del sistema di rete sia pubblico che privato. Quadro degli enti collegati alle organizzazioni. Le manifestazioni nazionali ed internazionali. Atteggiamenti e mentalità organizzative. Gli operatori - Operatori e tipologie di gestione alberghiera. Operatori e tipologie di gestione ristorativa. Modelli organizzativi adottati nel settore. Gli alberghi - Alberghi a gestione indipendente. Panorama mondiale delle strutture ricettive. Le dimensioni della ricettività: Nazionali Europee. Mondiali. I modelli regionali: Classificazione degli alberghi, le difficoltà e le diversità a carattere locale. Gli organigrammi tipo delle diverse tipologie di azienda: familiare, di catena (europea e statunitense), di alberghi di medie e grandi dimensioni - La divisione in funzioni, reparti, ruoli. Il front office. Il back office. La cucina e la sala. L'offerta congressuale. Il concetto di qualità nella ricettività. Rapporti con la distribuzione e l'intermediazione dei prodotti turistici. Il funzionamento delle aziende della ricettività - Il ciclo del ricevimento. Il ciclo arrivi e partenze. La gestione delle prenotazioni. La registrazione del cliente, assistenza del cliente in casa e la gestione

della cassa. Le funzioni amministrative del front office. Le figure professionali del settore - Le figure professionali inserite nelle imprese ricettive. Il mercato del lavoro: situazione attuale e prevedibili sviluppi. I livelli di carriera. La ristorazione - Il ciclo della ristorazione alberghiera e non. Cenni alle politiche di sviluppo del settore ristorativi. Le peculiarità delle imprese ristorative. Le tipologie di impresa in relazione ai concetti guida del marketing. La ristorazione commerciale e alberghiera. Le guide classificatorie. Cenni ai principali strumenti e tecnologie in uso nelle imprese ristorative. Le strutture organizzative nelle imprese della ristorazione. Le figure professionali tipiche del settore. Il menù - I menù (design & engineering) nella impresa commerciale. La tecnica della rotazione dei menù. Il servizio piccole colazioni nelle moderne organizzazioni. Il concetto di qualità nella ristorazione.

**TESTI CONSIGLIATI:**

- A. RUGIARDINI, *Organizzazione d'impresa*, Giuffrè 1979, Cap. 1—7—8;  
 G. PERONI, *Economia e management delle imprese alberghiere*, F. Angeli, Milano 1988;  
 A. BONINI, *Manuale di management per le imprese turistiche*, Trademark, Roma 1993.  
 A. BONINI, *5 Cases Histories*, F. Angeli, Collana CST.

**ORGANIZZAZIONE DELLE ATTIVITÀ CULTURALI ED AMBIENTALI**

*Prof. Laila Bauleo (5 crediti)*

**Obiettivi:**

Il corso si propone di fornire un'analisi sistematica degli elementi fondamentali dell'organizzazione con particolare riguardo ai fenomeni propri delle attività di carattere ambientale e culturale.

Viene posta particolare attenzione ai concetti di prodotto culturale, di prodotto museale, ai modelli gestionali adottati dalle aziende museali, alla organizzazione del sistema museale italiano e alle caratterizzazioni di tale settore.

**Contenuti:**

Il sistema organizzativo. Concetto di organizzazione. L'approccio sistemico ai fenomeni organizzativi. Un modello generale del sistema organizzativo.

Variabili e modelli organizzativi.

I principali modelli organizzativi adottati nei settori ambientale e culturale.

Elementi di base: economie di scala, economie di specializzazione e interdipendenza tra unità. Strutture organizzative: forme elementari; forme funzionali; forme divisionali.

Il sistema di erogazione dei servizi: ruolo del personale e figure professionali tipiche. Le politiche di gestione delle risorse umane.

Le reti museali come risposta alle sfide del settore museale. Reti, sistemi e distretti: approccio terminologico. Le ragioni e i vantaggi del far rete in campo museale

Casi e applicazioni operative relativi a Musei e Parchi naturali.

**TESTI CONSIGLIATI**

- A. RUGIARDINI, *Organizzazione d'Impresa*, Giuffrè Editore, Milano, Capp. I e VII  
 A. MORETTI, *La produzione museale*, Cedam Padova, Capp. III, V, VI (escluse pagg. 156-171), VIII  
 Ulteriore materiale verrà messo a disposizione dal docente durante il corso.

**LETTURE CONSIGLIATE**

BAGDADLI S., *Il museo come azienda. Management e organizzazione al servizio della cultura*, Etas, Milano, 1997

BIANCHI M., "L'organizzazione a rete: un possibile modello per i musei locali", in A. Roncaccioli (a cura di), *L'azienda museo: problemi economici, gestionali e organizzativi*, CEDAM, Padova, 1996

E. BONEL, A. MORETTI, *Il coordinamento interorganizzativo nella valorizzazione dei beni culturali*, Working Paper MOS. 05/03

D. COLLODI, F. CRISCI, A. MORETTI, *Gestire la conoscenza di una rete museale. I musei della/nella Provincia di Gorizia*, Working Paper MOS. 06/03  
 S. SANTAGATA, *I distretti culturali museali. Le collezioni sabaude di Torino*, Dipartimento di Economia "S. Cagnetti de Martiis", International Centre for Research on the Economics of Culture, and Creatività (EBLA) Working Paper n. 8/2002  
 IRER (Istituto Regionale di Ricerca della Lombardia, *Modelli innovativi di gestione del patrimonio museale in Lombardia*, luglio 2004

#### **ORGANIZZAZIONE DELLE RISORSE UMANE NELLE AZIENDE TURISTICHE**

*Prof. Gino Vespa* (8 crediti)

Il sistema delle relazioni industriali. Le relazioni industriali garantite dalla Costituzione. Lo Statuto dei lavoratori. Rappresentanze sindacali aziendali e Rappresentanze sindacali unitarie. Elezione, costituzione e prerogative delle rappresentanze sindacali. Gli accordi nazionali quadro sulle prerogative sindacali e sulla elezione delle rappresentanze sindacali. La contrattazione nazionale e quella integrativa ai diversi livelli (nazionale, regionale, aziendale) del settore pubblico e di quello privato (con particolare riferimento a quello del turismo). Il contratto collettivo nazionale del settore turismo. L'ARAN e gli Enti Bilaterali. La Commissione paritetica nazionale. Il rapporto di lavoro. Il contratto di lavoro. L'inquadramento contrattuale. Tutela della libertà, della dignità del lavoratore. Norme per la tutela dei dati sensibili. Trattamento dei dati personali. Il rapporto individuo-azienda. L'organizzazione aziendale, con specifico riferimento a quelle turistiche. Il reclutamento e le prove di selezione. L'inserimento, l'aggiornamento la formazione continua, ricorrente e permanente. Il sistema di valutazione. L'informazione al personale. La comunicazione interna. La socializzazione degli obiettivi aziendali. La creazione del clima di appartenenza. Il capo manageriale ed il capo carismatico. Management e leadership. Motivazione ed apprendimento. Le capacità relazionali. Le riunioni di gruppo. La gestione del personale. Le procedure disciplinari ed i relativi ricorsi in opposizione. Le politiche di retribuzione e la retribuzione individuale. Flessibilità del lavoro e garanzie di qualità. La sicurezza sul lavoro. Vertenze di lavoro e risoluzione del rapporto.

#### **TESTI CONSIGLIATI:**

E. AUTERI, *Management delle risorse umane*;  
 Lo statuto dei lavoratori (L. n. 300 del 20 maggio 1970);  
 Decreto Legislativo n. 626/1994;  
 CCNL settore turismo;  
 CCNL comparto pubblico (a scelta dello studente);  
 Una contrattazione integrativa (a scelta dello studente).

#### **PROGRAMMAZIONE E CONTROLLO**

*Prof. Andrea Bellucci* (8 crediti)

#### **Requisiti consigliati**

Dati i contenuti e le finalità del corso, si consiglia la conoscenza delle nozioni contenute nell'insegnamento di "Economia aziendale", I anno.

#### **Programma :**

**Parte Prima.** INTRODUZIONE AL CONTROLLO DI GESTIONE. Il sistema impresa. Il sistema di pianificazione e controllo. Il controllo strategico, il controllo direzionale, il controllo operativo.  
**Parte Seconda.** CONFIGURAZIONI DI COSTO E LORO APPLICAZIONE. Considerazioni generali sui costi: i costi della contabilità generale e quelli della contabilità analitica. Le principali configurazioni di costo e loro utilizzazione. I diagrammi di redditività e le analisi di sensitività.  
**Parte Terza.** SISTEMI DI CALCOLO DEI COSTI. I concetti base. Il direct costing. Il costo pieno. La contabilità per centri di costo. L'activity base costing. Il target costing.

**Parte Quarta.** STRUMENTI OPERATIVI DI PROGRAMMAZIONE E CONTROLLO. Il processo di budget. Il budget generale d'impresa e i budget particolari. Il sistema di reporting. L'analisi degli scostamenti e il controllo di gestione.

**Parte Quinta.** ANALISI DI BILANCIO E SISTEMI DI CONTROLLO. Finalità delle analisi di bilancio. Le diverse tipologie di analisi di bilancio. L'analisi della situazione finanziaria e patrimoniale. L'analisi della performance economica. Gli indici di rotazione e durata. L'analisi dei flussi.

**TESTI CONSIGLIATI**

G. Cavazzoni, Il sistema del controllo di gestione. Strumenti per le decisioni operative aziendali, Giappichelli, Torino, 2004.

Ai fini della preparazione all'esame il docente fornirà delle dispense sugli argomenti del programma

**PROGRAMMAZIONE DELLO SVILUPPO E ASSETTO TURISTICO DEL TERRITORIO**

*Prof. Stefania Berardi (8 crediti)*

Analisi di vari modelli di sviluppo turistico. Turismo e ambiente. Possibili impatti derivanti dallo sviluppo dell'attività turistica. Analisi di metodologie di valutazione degli impatti, con specifico riferimento alla Valutazione Ambientale Strategica ed alla Valutazione d'Impatto Ambientale.

Ambiente, attività turistica e benessere economico: curve di indifferenza e frontiera delle possibilità produttive nel caso di gestione turistica di un territorio.

Importanza della pianificazione nello sviluppo turistico di un territorio: natura e scopi della pianificazione. Pianificazione dello sviluppo turistico di un'area in un'ottica di "sviluppo sostenibile". Definizione della "capacità di carico".

Approccio pianificatorio integrato, diversi livelli della pianificazione.

Il processo di pianificazione e fasi in cui esso si articola.

Analisi di alcuni casi concreti di pianificazione turistica.

**TESTI CONSIGLIATI :**

WTO, *National and Regional Tourism Planning, Methodologies and Case Studies*, London, 1994

WTO, *Sustainable Tourism Development: Guide for Local Planners*, Madrid, 1993

C. A. GUNN, *Tourism Planning, Crane Russak*, New York, 1988

G. CALZONI, *Principi di economia dell'ambiente e di gestione turistica di un territorio*, F. Angeli, 1988

S. BERARDI, (in corso di pubblicazione) Franco Angeli Editore

Durante il corso verrà fornito materiale didattico riguardante gli argomenti esposti.

**SCIENZA DELLE FINANZE**

*Prof. Pier Roberto Sorignani (6 crediti)*

Parte Generale: L'attività economica e l'attività finanziaria. Caratteristiche di quest'ultima e suoi rapporti con l'economia e la politica economica. Definizione e caratteri della Scienza delle Finanze. Bisogni e servizi generali e speciali. Entrate originarie ed entrate tributarie. Vari tipi di entrate tributarie: imposta, tassa, contributo prezzi pubblici. Elementi costitutivi e classificazioni dell'imposta. Principi giuridici dell'imposta: generalità e suoi limiti applicativi; uguaglianza, concetto e principali teorie. Gli effetti dell'imposta: evasione, elusione, elusione, traslazione in regime di concorrenza e di monopolio, ammortamento, diffusione. I principi amministrativi dell'imposta: (generalità) comodità, certezza economicità. Principali metodi di accertamento. Concetto di sistema tributario e suoi requisiti.

Parte Speciale:

I. le imposte sui redditi

a) Profili generali dell'IRPEF e della nuova IRE

Caratteristiche strutturali del concetto di reddito.

Il sistema dell'imposizione reddituale;

Criterio di individuazione dei redditi nell'attuale legislazione

I rischi di doppia imposizione sui redditi societari alla luce dell'IRES.

b) Determinazione dell'imponibile IRPEF

L'imposizione diretta sulle società di persone;

L'impresa familiare.

Personalità e progressività dell'IRPEF

Calcolo del reddito complessivo ai fini IRPEF;

Oneri deducibili e detrazioni d'imposta

c) Le categorie di reddito

Redditi fondiari: Reddito domenicale e reddito agrario; il reddito dell'impresa agi-aria Il reddito dei fabbricati

Redditi di capitale: Criteri di individuazione. Rapporti con i "redditi diversi" di carattere finanziario.

I dividendi.

Redditi di lavoro dipendente e di lavoro autonomo.

I redditi d'impresa. Inerenza all'attività dell'impresa quale requisito per la deducibilità dei costi-

Determinazione analitica del reddito d'impresa e ruolo del bilancio. Attribuzione degli elementi

reddituati al periodo d'imposta (Principio di competenza)

d) Profili generali dell'IRPEG e della nuova IRES

IRPEG considerazioni generali. I soggetti passivi: enti commerciali e non commerciali.

Determinazione del reddito.

2. L'imposta Sul Valore Aggiunto

Concetto e funzionamento dell'IVA; distinzione tra operazioni rientranti nel campo di applicazione dell'IVA ; operazioni escluse. Presupposto oggettivo: cessioni di beni e prestazioni di servizi.

Esigibilità e territorialità dell'imposta. Operazioni non imponibili e intracomunitarie

3. L'imposta Regionale Sulle Attività Produttive

Presupposto dell'imposta; valore della produzione; periodo di imposta; domicilio fiscale; soggetti passivi ed esclusi; determinazione della base imponibile.

4. L'imposta Di Registro

Origini, struttura normativa; registrazione in termine fisso e in caso d'uso.

**TESTI CONSIGLIATI :**

Oltre agli appunti, per una buona preparazione è opportuno rifarsi anche al volume:

P. BOSI, *I Tributi nell'economia italiana*, Editrice il Mulino, Bologna, ultima edizione.

Per un approfondimento della parte generale si consiglia:

C. COSCIANI, *Principi di Scienza delle Finanze*, Edizioni Utet, Torino 2001.

Per un approfondimento della parte speciale si consiglia:

R. LUPI, *Diritto tributario*, Giuffrè Milano 2002, vol. 2.

## **SOCIOLOGIA ECONOMICA**

*Prof. Marco Grilli*

*(4 crediti)*

Il corso si articola attraverso due momenti, uno di carattere generale e l'altro più specificamente riferito a contenuti e problematiche di interesse economico, senza tuttavia voler prospettare una netta distinzione di ambiti, per concludere con una breve contestualizzazione relativa al caso italiano. Le tematiche guida sono:- i fondamenti antropologici per una definizione di società, la dialettica societaria, cultura materiale e produzione intellettuale; paradigmi sociologici a confronto: olismo e individualismo, teorie del conflitto e funzionalismo, determinismo economico e approccio multicausale;

- verso la nuova sociologia economica: crisi e trasformazione del fordismo, i distretti industriali e le istituzioni, la trasformazione delle grandi imprese, l'economia informale, l'approccio strutturale (le reti sociali e il capitale sociale) e il neoistituzionalismo sociologico, la dimensione socioculturale dei consumi, i processi di mercificazione della società;

- il “laboratorio Italia”, per una convergenza fra cultura, comunicazione, politica ed economia: destrutturazione sociale e network society, le disuguaglianze “senza classi” e le nuove élites, prospettive per il nuovo decennio digitale.

**TESTI CONSIGLIATI :**

M.GRILLI, *La mediazione simbolica nella costruzione sociale*, CLUA, Ancona 2004

C.CARBONI, *La nuova società. Il caso italiano*, Laterza, Bari 2002

C.TRIGILIA, *Sociologia economica*, il Mulino, Bologna 1998 (solo capitolo 11, pp.359-408: *La crisi del fordismo e la nuova sociologia economica*)

J.-L. LAVILLE, E.MINGIONE (a cura di), *Sociologia del lavoro n.73: La nuova sociologia economica*.

Prospettive europee, Angeli, Milano 1999 (un solo contributo a scelta)

Materiali fotostatici forniti dal docente.

**STATISTICA**

*Prof. Pierluigi Daddi (7 crediti)*

Nozioni introduttive. Fonti e rilevazioni dei dati statistici. Il sistema statistico del turismo, le rilevazioni statistiche sulla domanda turistica, le statistiche dell'attività ricettiva, la bilancia turistica. Utilizzazione e fonti dei dati sul turismo in Italia. Rappresentazioni grafiche. Le medie: definizione e proprietà formali. Media aritmetica, geometrica, moda, mediana, quantili. Uso delle medie. La variabilità. scostamenti medi, intervalli di variazione. Curva di concentrazione, indice R del Gini. Rapporti statistici e numeri indici. Numeri indici semplici, complessi (Laspeyres e Paasche). Incrementi medi. Cambiamento di base dei numeri indici. Indici Istat dei prezzi.

Eventi di probabilità. Concetti basilari della probabilità. Principali distribuzioni di probabilità. Distribuzione di probabilità di una variabile casuale. Valore atteso. Distribuzioni discrete. Distribuzione Uniforme e Binomiale. Distribuzioni continue. Distribuzione Normale,  $t$  di Student e  $F$  di Fisher-Snedecor. Distribuzioni campionarie di una media e di una frequenza relativa. Stime puntuali e per intervalli. Intervallo di confidenza per una media ( $\sigma$  noto e non noto) e per una frequenza relativa. Determinazione della dimensione di un campione per la media e le frequenza relativa. Verifica delle ipotesi. Verifica per la media aritmetica. Test unilaterali e bilaterali. Test su una frequenza relativa. Test su 2 medie aritmetiche e test  $F$  su 2 varianze di campioni indipendenti. Test su due frequenze relative (grandi campioni).

Indipendenza statistica e Connessione. Test sul chi-quadrato. Correlazione. Coefficiente di correlazione di *Bravais-Pearson*. Definizione dei modelli di regressione semplice in ambito inferenziale. Metodo dei minimi quadrati. Errore standard della stima. Indice  $r^2$ . Intervallo di confidenza per la previsione di un valore medio di  $Y$  e per un singolo valore di  $Y$ . Inferenza sui parametri nella regressione e correlazione.

**TESTI CONSIGLIATI :**

O. VITALI *Principi di Statistica*. Ed. Cacucci, Bari, 2003.

C. IODICE *Esercizi svolti per la prova di Statistica*. Ed. Simone, Napoli, 2002.

M.S. MINUTI *Il sistema statistico del turismo*. Dispense disponibili presso la segreteria studenti.

Con riferimento al testo di Vitali (2003), la quasi totalità degli argomenti svolti durante il corso di lezioni sono contenuti nelle seguenti parti del volume:

*Capitolo I: completo. - Capitolo II: par. 1, 2, 3, 4, 6. - Capitolo III: completo. - Capitolo IV: par. 1, 2, 3, 4, 6, 8. - Capitolo V: completo. Capitolo VI: par. 1, 4, 5. - Capitolo IX: par. 1, 2, 3, 4, 6, 7, 8. - Capitolo X: par. 1, 2, 3, 4.*

**STATISTICA ECONOMICA E ANALISI DI MERCATO**

*Prof. Maria Stella Minuti (8 crediti)*

Il sistema statistico del turismo - Generalità, problemi, definizioni. Il circuito del turismo. La copertura statistica del fenomeno turistico. Le fonti statistiche ufficiali disponibili in materia di turismo. Le rilevazioni sulla domanda turistica. Le rilevazioni sull'offerta turistica e sull'utilizzazione dell'offerta. Statistiche sulla spesa turistica dei nazionali e degli stranieri. Le fonti internazionali. Il turismo nella contabilità nazionale - Introduzione alla contabilità nazionale. Gli aggregati economici: produzione e reddito, consumi e investimenti, importazioni e esportazioni. I conti generali del Paese. I conti economici delle branche. Analisi input-output e tavola delle interdipendenze settoriali. Valutazioni economiche dell'attività turistica: l'approccio dal lato dell'offerta. L'approccio dal lato della domanda. La valutazione della produzione turistica. Le componenti turistiche della domanda finale. Il modello input-output e la domanda turistica. La bilancia turistica. Il conto satellite del turismo. Modelli di analisi e previsione della domanda turistica - Metodi quantitativi di analisi e previsione: modelli di regressione multipla. Esempi di applicazione all'analisi e previsione della domanda turistica. Introduzione all'analisi multivariata nelle ricerche di marketing turistico - Analisi fattoriale e componenti principali. Cluster analysis e conjoint analysis. Analisi discriminante. Esempi di applicazione alla segmentazione della domanda e al posizionamento dell'offerta.

**TESTI CONSIGLIATI :**

G. MARBACH (a cura di), *Statistica economica*, UTET, Torino 1991.

S. SADDOCCHI, *Manuale di analisi statistica multivariata*, F. Angeli, Milano, 1993.

Dispense a cura della docente

**TESTI INTEGRATIVI:**

E. Ballatori — G. Vaccaro, *Elementi di statistica per il turismo*, F. Angeli, Milano, 1990.

OCSE, *Manual on Tourism Economic Account*, Parigi, 1991.

OCSE, *Tourism Statistics: Design and Application for Polices*, Parigi, 1997.

United Nations, World Tourism Organization, *Recommendations on Tourism Statistics*, New York, 1994.

D. Piccolo — Vitale, *Metodi statistici per l'analisi economica*, Il Mulino, 1984.

S.F. Witt, C.A. Witt, *Modelling and Forecasting Demand in Tourism*, Academic Press, Londra, 1992.

J.F. Hair — R.E. Anderson — R.L. Tatham — W.C. Black, *Multivariate data analysis with readings*, Prentice-Hall International, fourth edition, 1995.

L. Molteni, *L'analisi multivariata nelle ricerche di marketing*, E.G.E.A., Milano, 1993.

**STORIA ECONOMICA DEL TURISMO**

*Prof. Anna Maria Falchero (8 crediti)*

Parte generale - Lineamenti di storia economica [Le età di mezzo (secoli V-XV); L'età dell'espansione europea (dal secolo XVI alla metà del XVIII); Lo "sviluppo economico moderno" (1750-1973); Tra crisi e "terza" rivoluzione industriale. Il mondo dopo il 1973]. Parte speciale - Dai pellegrinaggi ai voli charter [Turismo e sviluppo economico: un problema aperto. I primordi del turismo. La nascita del turismo moderno. Il secondo dopoguerra e l'esplosione del turismo di massa. L'Italia: un paese a turismo diffuso. Modelli di sviluppo e profili regionali del turismo in Italia. L'evoluzione dell'organizzazione turistica: alberghi, agenzie di viaggio e tour operator. Schede d'impresa]

**TESTI CONSIGLIATI**

Parte generale:

R.ROMANO, M.SORESINA, *Homo faber. Economia, industria e società dal Medioevo alla globalizzazione*, Mondadori Università, 2003.

Parte speciale:

P. BATTILANI, *Vacanze di pochi, vacanze di tutti. L'evoluzione del turismo europeo*, Il Mulino, Bologna, 2001.

N.B.: le dispense NON sostituiscono questo volume.

Gli studenti che hanno già sostenuto l'esame di Storia economica del turismo nel corso triennale Nettuno, possono sostituire il testo relativo alla parte speciale (BATTILANI) con uno dei seguenti testi a scelta:

M.DE LUCIA, *Viaggi in Europa. Vie di comunicazione e turismo nello sviluppo economico europeo*, Edizioni Scientifiche Italiane, 2002;

A.BERRINO (a cura di), *Storia del turismo. Annale 2002*, Franco Angeli, 2002;

G.TRIANI, *Pelle di sole, pelle di luna. Nascita e storia della civiltà balneare 1700-1946*, Marsilio, 1988;

A.MACZAK, *Viaggi e viaggiatori nell'Europa moderna*, trad. it., Laterza, 1992