

***Corso di Economia delle Imprese Turistiche (CFU 8)***  
(Semestre: primo)

**Docente: Dr.ssa Donatella Privitera**  
donatella.privitera@unict.it

**Obiettivi del corso:**

Il corso si pone l'obiettivo di favorire il conseguimento della cultura economica del sistema turistico attraverso la ricerca di un progressivo sviluppo delle conoscenze concettuali e concrete. In particolare, l'approfondimento di temi inerenti l'analisi della gestione e organizzazione delle imprese turistiche (imprese di ricettività, ristorazione, tour operator, etc.), presentando elementi e strumenti utili per la comprensione dei problemi strategici e operativi dei diversi attori coinvolti nel settore turismo. L'obiettivo primario è far apprendere gli elementi più rilevanti e peculiari delle principali tipologie delle imprese turistiche e del contesto economico e competitivo in cui esse operano. Viene pertanto osservato il concetto di territorio in quanto destinazione turistica, caratterizzata da uno spazio geografico e da fasi evolutive. Inoltre il turismo genera sul territorio impatti diversi per natura e intensità. E' per questa ragione che oggi si guarda al turismo come a uno dei segmenti produttivi che più di altri dovrebbe confrontarsi con la sostenibilità ambientale. A tal fine saranno approfondite in particolare le caratteristiche del turismo sostenibile.

**Modalità di esame:**

Per l'accertamento del profitto è prevista una prova orale alla fine del corso e verifiche intermedie scritte.

**Programma**

- L'impatto economico ed ambientale del turismo
- L'impresa e il turismo: principali tipologie e peculiarità
- Destinazione turistica e territorio
- Il sistema di offerta e domanda della destinazione turistica

*L'unità di analisi dell'offerta turistica della destinazione*

- *La filiera turistica*
- *Il Sistema locale di offerta turistica (SLOT)*
- *Analisi della Domanda turistica della destinazione*
- *Il turista come consumatore*
- *I flussi turistici e gli indicatori di turisticità*
- *I modelli di riferimento per l'analisi delle motivazioni del Turista*

- Gli attori del sistema di offerta turistica e le diverse tipologie

- *Le imprese della ricettività*
- *Le imprese e le attività congressuali*
- *Le imprese crocieristiche*

- *Le imprese di trasporto*

- L'Intermediazione e le diverse figure

- *I tour operator*
- *Le agenzie di viaggio*

- L'ICT e il Turismo (E-Tourism)

- Il Turismo sostenibile

### **Testi di Studio**

Boccella N., Pazienza P., Rinaldi A., *Economia e marketing del turismo*, McGraw-Hill 2008. Cap. VI

Franch M., *Marketing delle destinazioni turistiche. Metodi, approcci e strumenti*. McGraw-Hill, Milano 2010. Capitoli IV-V-VII

Garibaldi R., *Economia e Gestione delle Imprese Turistiche*, Hoepli, Milano 2008.

- Articoli, case history, materiale multimediale, articoli di riviste specializzate saranno messi a disposizione dal docente durante il corso.

### **Suggerimenti per letture integrative - Testi Consigliati**

Costa N., Testa S., *Web Marketing e destinazione ospitale. Teorie e metodi per la promozione e commercializzazione dell'esperienza turistica*, McGraw-Hill, Milano 2012.

Grant R.M., *L'analisi strategica per le decisioni aziendali*, Il Mulino, 2006. Capitoli III-IV-VII-VIII-XV.

Lipparini A. (a cura di), *Economia e Gestione delle Imprese*, Il Mulino, 2007. Capitoli I-IV.

Bencardino F., Prezioso M., *Geografia del Turismo*, McGraw-Hill, 2007. Capitoli II-III-VIII.