

2019/2020

Piano didattico Master di I livello in Economia, Innovazione, Comunicazione e Accoglienza per l'impresa turistica (ECO-TUR)

Tabella 1a: Insegnamenti dell'indirizzo Turistico

INSEGNAMENTO	ORE
Economia Costo opportunità, principi di economicità, mercati e prezzi, costi; concorrenza Le variabili economiche che guidano le scelte; la domanda e l'offerta di servizi; i costi delle imprese turistiche, la diversificazione dei prezzi	24
Economia e psicologia del turismo Il turismo in Italia; il turismo per tutti; tipologie di turismo in Italia; l'Unesco; turismo sostenibile; felicità, viaggi e percezione del tempo; comportamento del consumatore; sharing economy e turismo; le imprese culturali; l'accoglienza	24
Marketing e web marketing Elementi di Marketing per le imprese turistiche; i prezzi, revenue management; la comunicazione; i siti di prenotazione on line di alberghi; il marketing delle strutture ricettive; Come muoversi in rete per farsi conoscere, monitorare le tendenze, valutare il successo delle propria presenza online; Narrare il turismo, la stampa e i siti sul turismo	40
Management e imprenditorialità Gestione risorse umane, leadership, lavoro in gruppo, le caratteristiche dell'impresa turistica; l'apprendimento in impresa, imprenditorialità; realizzare un business plan	24
Diritto del turismo I contratti turistici, il codice del turismo, discussione di casi giurisprudenziali del settore turistico; il regime fiscale del turismo	8
Diritto del lavoro per il turismo I contratti di lavoro nel turismo; i contratti stagionali; la somministrazione di lavoro; il contratto collettivo nel turismo	8
Strumenti di analisi empirica per le decisioni Metodologia della ricerca e analisi di mercato; la lettura dei dati e delle tabelle, il controllo di qualità	16
Economia delle decisioni Evitare gli errori; la creatività; quando si impara, percezione e decisioni, influenzare i comportamenti, come prendere decisioni efficaci, il pensiero critico	16

La contabilità e il controllo di gestione dell'azienda	8
Elementi per controllare la redditività e il bilancio di una impresa	
Laboratorio di comunicazione ed ascolto	24
Introduzione alla teoria della comunicazione; i problemi della comunicazione, parlare in pubblico, ascoltare, comprendere e valutare la capacità comunicativa; il linguaggio del corpo; i codici culturali di nazioni diverse	

Tabella 1b: Insegnamenti dell'indirizzo Impresa

INSEGNAMENTO	ORE
Economia	24
Costo opportunità, principi di economicità, mercati e prezzi, costi; concorrenza Le variabili economiche che guidano le scelte; la domanda e l'offerta di servizi; i costi delle imprese turistiche, la diversificazione dei prezzi	
Economia e psicologia dell'impresa e del consumo	24
L'impresa e i lavoratori; felicità e consumo, comportamento del consumatore; sharing economy; la realtà economica moderna	
Marketing e web marketing	40
Elementi di Marketing; i prezzi; la comunicazione; Come muoversi in rete per farsi conoscere, monitorare le tendenze, valutare il successo della propria presenza online; narrazione e marchio; i rapporti con la stampa; la fidelizzazione del cliente	
Management e imprenditorialità	24
Gestione risorse umane, leadership, lavoro in gruppo, le diverse forme organizzative delle imprese; l'apprendimento in impresa, imprenditorialità; realizzare un business plan	
Diritto dei contratti e del commercio	8
Elementi base di diritto privato, i contratti	
Diritto del lavoro	8
Introduzione al diritto del lavoro, i contratti di lavoro	
Strumenti di analisi empirica per le decisioni	16
Metodologia della ricerca e analisi di mercato; la lettura dei dati e delle tabelle, il controllo di qualità	
Economia delle decisioni	16
Evitare gli errori; la creatività; quando si impara, percezione e decisioni, influenzare i comportamenti, come prendere decisioni efficaci, il pensiero critico	
La contabilità e il controllo di gestione dell'azienda	8
Elementi per controllare la redditività e il bilancio di una impresa	
Laboratorio di comunicazione ed ascolto	24
Introduzione alla teoria della comunicazione; i problemi della	

comunicazione, parlare in pubblico, ascoltare, comprendere e valutare la capacità comunicativa; il linguaggio del corpo; i codici culturali di nazioni diverse	
--	--

Tabella 2.

	CFU	NUMERO DI ORE
ATTIVITA' PRATICHE ED INCONTRI CON I PROTAGONISTI E LE REALTA' DEL MONDO DEL TURISMO, DELL'IMPRESA E DEL COMMERCIO (esercitazioni, tirocini, stage, visite, seminari, incontri con i protagonisti del mondo del turismo e dell'accoglienza, esperienze ed attività precedenti ...)	26	650

Tabella 3.

	CFU	NUMERO DI ORE
PROVA FINALE	10	250