



SCHEDA DELL'INSEGNAMENTO (SI) FONDAMENTI DI MANAGEMENT

SSD: ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE (SECS-P/08)

DENOMINAZIONE DEL CORSO DI STUDIO: HOSPITALITY MANAGEMENT (DB5)
ANNO ACCADEMICO 2025/2026

INFORMAZIONI GENERALI - DOCENTE

DOCENTE: DELLA CORTE VALENTINA
TELEFONO: 081-675370
EMAIL: valentina.dellacorte@unina.it

INFORMAZIONI GENERALI - ATTIVITÀ

INSEGNAMENTO INTEGRATO: NON PERTINENTE
MODULO: NON PERTINENTE
LINGUA DI EROGAZIONE DELL'INSEGNAMENTO: ITALIANO
CANALE:
ANNO DI CORSO: I
PERIODO DI SVOLGIMENTO: SEMESTRE I
CFU: 6

INSEGNAMENTI PROPEDEUTICI

Nessuno.

EVENTUALI PREREQUISITI

Nessuno.

OBIETTIVI FORMATIVI

L'insegnamento si propone di fornire agli studenti nozioni base di management delle imprese e una descrizione dei vari attori della filiera turistica e di come essi interagiscono al fine di creare un'offerta turistica integrata e di promuovere una destinazione.

RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI (DESCRITTORI DI DUBLINO)

Conoscenza e capacità di comprensione

Gli studenti dovranno essere in grado di riconoscere la natura e gli obiettivi dell'impresa e di contribuire efficacemente al raggiungimento di essi utilizzando le risorse umane e materiali.

Acquisiranno dei primi elementi

per l'inquadramento delle tipicità dell'impresa turistica e della relativa filiera.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Lo studente sarà in grado di:

- condurre analisi sull'impresa;
- identificare i problemi di gestione, analizzarli e applicare strategie di gestione per risolverli;
- pianificare, organizzare, dirigere, coordinare e controllare efficacemente le attività di marketing;
- effettuare una prima identificazione delle tipicità dell'impresa turistica, nelle proprie specificità gestionali e nella specifica filiera di riferimento.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Lo studente sarà in grado di:

- condurre analisi sull'impresa;
- identificare i problemi di gestione, analizzarli e applicare strategie di gestione per risolverli;
- pianificare, organizzare, dirigere, coordinare e controllare efficacemente le attività di marketing;
- effettuare una prima identificazione delle tipicità dell'impresa turistica, nelle proprie specificità gestionali e nella specifica filiera di riferimento.

PROGRAMMA-SYLLABUS

- Dal prodotto alla filiera turistica: le principali dinamiche del settore turistico;
- approcci e strumenti nell'analisi strategica e di marketing;
- le scelte strategiche e di marketing;
- le finalità imprenditoriali;
- il sistema di controllo direzionale;
- la gestione della finanza: investimenti e finanziamenti;
- le tecniche di programmazione e controllo della gestione;
- le tecniche per la valutazione dell'efficienza aziendale;
- cenni alle imprese della filiera turistica.

MATERIALE DIDATTICO

Sergio Sciarelli (2024), Economia e Gestione dell'impresa, CEDAM

Ulteriore materiale didattico verrà fornito dalla docente nel corso delle lezioni.

MODALITÀ DI SVOLGIMENTO DELL'INSEGNAMENTO-MODULO

Lavori di gruppo (es. Presentazione in PowerPoint) ed una prova scritta.

VERIFICA DI APPRENDIMENTO E CRITERI DI VALUTAZIONE

a) Modalità di esame

Scritto

- Orale
- Discussione di elaborato progettuale
- Altro

In caso di prova scritta i quesiti sono

- A risposta multipla
- A risposta libera
- Esercizi numerici

b) Modalità di valutazione

Prova scritta 70%

Project work 30%