



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DEL MOLISE

GUIDA DELLO STUDENTE
ANNO ACCADEMICO
2007-2008

FACOLTÀ DI ECONOMIA
CORSO DI LAUREA
ECONOMIA AZIENDALE
indirizzo: Economia delle Imprese Turistiche

Corso di Laurea ECONOMIA AZIENDALE

Indirizzo Economia delle Imprese Turistiche

Obiettivi formativi

Il Corso di Laurea in Economia Aziendale - indirizzo *Economia delle Imprese Turistiche* - è finalizzato a trasferire conoscenze di metodo e contenuti culturali, scientifici e professionali, di elevata qualificazione ed a forte orientamento operativo, relativi ai più avanzati modelli di funzionamento e di gestione delle aziende turistiche e degli organismi pubblici operanti nel settore turistico.

Progetti operativi

Il Corso di Laurea in Economia Aziendale, indirizzo Economia delle Imprese Turistiche, si caratterizza per l'attivazione di iniziative finalizzate alla preparazione di profili professionali e tecnici coerenti con le esigenze del mercato del lavoro e con i programmi di sviluppo ed integrazione territoriale.

IN PARTICOLARE SONO OPERATIVI I SEGUENTI PROGETTI:

rinnovo annuale della Certificazione *WTO (World Tourism Organization)*. Il Corso di Laurea in Economia Aziendale, indirizzo Economia delle Imprese Turistiche, è l'unico in Italia, della classe 17, ad essere certificato dall'Organizzazione Mondiale del Turismo;

- costituzione di un comitato di indirizzo composto da operatori professionali che contribuisce alla continua rivalutazione del profilo formativo degli studenti affinché questo sia capace di soddisfare le richieste del mercato del lavoro turistico;
- internazionalizzazione dell'esperienza universitaria attraverso l'accesso al programma Comunitario Erasmus che consente di sostenere un periodo di studio presso università estere consorziate. Le università consorziate sono:

KRAKOW COLLEGE (Polonia);

UNIVERSIDAD DE LAS PALMAS DE G.C. (Spagna);

FACHHOCHSCHUL-STUDIENGANG FÜR TOURISMUS (Austria);

MANAGEMENT – Vienna (Austria);
UNIVERSITÉ BLAISE PASCAL - Clermont-Ferrand (Francia);
UNIVERSIDAD DE VIGO (Spagna);
CENTRAL OSTROBOTHNIA POLYTECHNIC (Finlandia);
AKADEMIA WYCHOWANIA WROCLAWIU (Polonia);
INSTITUTO POLITECNICO DE COIMBRA (Portogallo).

- esperienze di stage degli studenti presso le imprese e gli enti territoriali. Le esperienze di stage si effettuano in : agriturismi, alberghi locali, catene alberghiere internazionali, agenzie di viaggio, tour operator, agenzie di selezione del personale turistico, parchi di divertimenti, società di consulenza turistica, agenzie pubbliche di promozione turistica territoriale, aziende autonome di soggiorno e turismo, presidi di assistenza al turista, enti parchi, consorzi turistici, associazioni turistiche di categoria, amministrazioni provinciali, amministrazioni comunali sia nel territorio del Molise che in altre regioni del paese;
- istituzione di un progetto per il supporto degli *spin off* universitari e la creazione di nuove imprese.

LINEE DI SVILUPPO

Al fine di migliorare le competenze acquisite e la qualità della sua offerta formativa Il Corso di Laurea in Economia Aziendale, indirizzo Economia delle Imprese Turistiche, indirizza il suo futuro verso la collaborazione alla realizzazione di progetti operativi sul territorio e verso lo sviluppo della rete delle relazioni internazionali.

In relazione al primo obiettivo, in collaborazione con attori pubblici e privati del sistema locale, sono stati realizzati progetti finalizzati ai seguenti temi:

- indagini per la valutazione della soddisfazione del turista estivo e sua assistenza;
- indagini per la valutazione della soddisfazione del turista invernale;
- studio di fattibilità per la realizzazione di un Osservatorio turistico regionale;
- aggiornamento del sito turistico di un'Amministrazione Provinciale;
- progetti di valorizzazione turistica di antiche manifestazioni culturali.

In relazione allo sviluppo dell'internazionalizzazione:

- sono stati avviati accordi di collaborazione scientifica con il World Tourism & Education Research Centre (WTERC) della Haskayne School of Business, University of Calgary, con l'Università Antonio Nebrija di Madrid e con l'Università di Las Palmas e Gran Canaria.
- è stata costituita una unità di ricerca all'interno del progetto SITUR

(Sostenibilidad Integral en Turismo) finanziato nell'ambito del programma europeo "Life" e condotto in partnership con la Consejería del Turismo y Medio Ambiente del Gobierno di La Rioja – Logrono (Spagna).

Sbocchi professionali

Il Corso di Laurea in Economia Aziendale, indirizzo Economia delle Imprese Turistiche, si prefigge di formare esperti con funzioni manageriali e di direzione in organizzazioni private e pubbliche, operanti nella filiera del turismo, con competenze specialistiche in grado di interpretare e risolvere le problematiche aziendali, nonché di favorirne il dinamismo e l'evoluzione verso modelli di gestione più avanzati. Inoltre, di formare qualificati imprenditori e liberi professionisti, dal profilo culturale di ampio respiro, coerentemente con le sfide e la complessità del turismo, comparto in forte crescita e costante evoluzione.

Le conoscenze minime richieste per l'accesso (art. 6 D.M. 509/99)

Le conoscenze minime richieste per l'accesso al Corso di laurea in Economia Aziendale, indirizzo *Economia delle Imprese Turistiche*, riflettono la preparazione di base di carattere generale fornita dalla scuola media superiore.

Crediti a scelta

I crediti a scelta dello studente sono conseguibili sostenendo esami relativi ad insegnamenti attivati presso la Facoltà di Economia o altra Facoltà dell'Università degli Studi del Molise, o, previo parere favorevole dell'organo didattico competente, presso altre Università italiane o straniere. In ogni caso gli esami prescelti non potranno coincidere con quelli attivati nei *curricula* delle singole Lauree Specialistiche.

Lingua inglese

Il corso curriculare di Lingua Inglese è rivolto a studenti a livello pre-intermedio secondo le direttive dell'Unione Europea (Quadro di Riferimento Europeo per le Lingue).

Gli studenti che non fossero al livello richiesto dovrebbero frequentare: 1) le esercitazioni propedeutiche ed, eventualmente, anche 2) le esercitazioni di sostegno che si tengono nel periodo in cui si svolge il corso curriculare.

Le esercitazioni propedeutiche di 60 ore si terranno dal 9 ottobre al 20 novembre. Alla fine del ciclo sarà rilasciato un attestato di frequenza con il livello raggiunto.

Per conoscere il proprio livello, gli studenti possono compilare il test online:

<http://www.britishcouncil.org/learnenglish-central-test-your-level.htm>

Gli studenti possono inoltre valutare il proprio livello consultando direttamente la griglia di autovalutazione del Consiglio d'Europa:

http://www.istruzione.it/argomenti/portfolio/allegati/griglia_pel.pdf

Caratteristiche della prova finale

Ai sensi della normativa vigente relativa ai corsi di laurea di primo livello triennali (nuovo ordinamento), il titolo di studio ("laurea di primo livello") è conseguito a seguito di esame, consistente nella discussione, davanti ad una Commissione, di un elaborato scritto, redatto sotto la guida di un relatore, ed afferente ad una disciplina rientrante nel piano di studio del candidato, secondo le procedure e i criteri di valutazione esposti di seguito.

L'elaborato potrà essere a carattere compilativo e sintetico, riferito ad una limitata base bibliografica suggerita in gran parte al candidato dal relatore, e finalizzato alla sistematizzazione concettuale e/o applicativa di un tema assegnato, ovvero potrà constare in applicazioni operate anche con supporti informatici e multimediali.

Piano di studi per gli studenti immatricolati nell'anno accademico 2007/2008 (coorte 2007/2008)

1° anno

MICROECONOMIA	SECS-P/01	6 CFU
MATEMATICA PER L'ECONOMIA	SECS-S/06	9 CFU
STORIA ECONOMICA DEL TURISMO	SECS-P/12	9 CFU
ISTITUZIONI DI DIRITTO PRIVATO	IUS/01	6 CFU
ECONOMIA AZIENDALE	SECS-P/07	9 CFU
ISTITUZIONI DI DIRITTO PUBBLICO	IUS/09	6 CFU

1^a LINGUA STRANIERA A SCELTA TRA:

9 CFU

- Inglese	L-LIN/12
- Francese	L-LIN/04
- Tedesco	L-LIN/14

PROVA DI ABILITÀ INFORMATICA INF/01 6 CFU

Crediti 1° anno

60

2° anno

ECONOMIA AMBIENTALE	AGR/01	6 CFU
MACROECONOMIA	SECS-P/01	6 CFU
STATISTICA	SECS-S/01	9 CFU
ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE TURISTICHE	SECS-P/08	9 CFU
METODOLOGIE E DETERMINAZIONI QUANTITATIVE D'AZIENDA	SECS-P/07	9 CFU
DIRITTO COMMERCIALE	IUS/04	9 CFU

2^a LINGUA STRANIERA A SCELTA TRA:

6 CFU

- Inglese	L-LIN/12
- Francese	L-LIN/04
- Tedesco	L-LIN/14

A SCELTA DELLO STUDENTE** 6 CFU

Crediti 2° anno

60

3° anno

MARKETING DEL TURISMO	SECS-P/08	9 CFU
SOCIOLOGIA DEI CONSUMI	SPS/09	6 CFU
STATISTICA DEL TURISMO	SECS-S/01	6 CFU
LEGISLAZIONE DEL TURISMO	IUS/01	
3 CFU		
ECONOMIA DEL TURISMO	SECS-P/06	9 CFU
GEOGRAFIA DEL TURISMO	M-GGR/02	6 CFU
FINANZA AZIENDALE	SECS-P/09	6 CFU
A SCELTA DELLO STUDENTE**		6 CFU
PROVA FINALE		9 CFU
Crediti 3° anno		60
Totale crediti:		180

** Tra le discipline attivate nelle Facoltà di Economia e di Giurisprudenza dell'Università del Molise o, previa autorizzazione dell'organo didattico competente, presso altre Facoltà o Università italiane o straniere.

Elenco degli insegnamenti attivati nell'A.A. 2007-2008

	SSD	CFU	ORE
ECONOMIA AZIENDALE		9.0	
Economia Aziendale (Michele Samuele Borgia)	SECS-P/07	9.0	54
ISTITUZIONI DI DIRITTO PRIVATO		6.0	
Istituzioni di Diritto Privato (Valentina Di Gregorio)	IUS/01	6.0	36
ISTITUZIONI DI DIRITTO PUBBLICO		6.0	
Istituzioni di Diritto Pubblico (Fiammetta Salmoni)	IUS/09	6.0	36
LINGUA STRANIERA A SCELTA TRA		9.0	
Lingua Francese (Aicha Bouazza)	L-LIN/04	9.0	54
Lingua Inglese (non definito)	L-LIN/12	9.0	54
Lingua Tedesca (Sonia Saporiti)	L-LIN/14	9.0	54
MATEMATICA PER L'ECONOMIA		9.0	
Matematica per l'Economia (Pasquale Lavorgna)	SECS-S/06	9.0	54
MICROECONOMIA		6.0	
Microeconomia (Luigi MASTRONARDI)	SECS-P/01	6.0	36
PROVA DI ABILITÀ INFORMATICA		6.0	
Prova di Abilità Informatica (Antonio Matteo Mucciaccio)	INF/01	6.0	36
STORIA ECONOMICA DEL TURISMO		9.0	
Storia Economica del Turismo (non definito)	SECS-P/12	9.0	54
Totale CFU 1° anno di corso		60.0	

Offerta Didattica 2007/2008

Corso di Studi: ECONOMIA AZIENDALE
1° anno, coorte 2007/2008
(per gli studenti immatricolati nell'A.A. 2007/2008)

Indirizzo/Profilo: Economia delle imprese turistiche

2° anno, coorte 2006/2007

(per gli studenti immatricolati nell'A.A. 2006/2007)

A scelta dello studente			6.0	
A scelta dello studente			6.0	36
Diritto commerciale			9.0	
Diritto Commerciale (Francesco Fimmanò)	IUS/04		9.0	54
Economia politica			6.0	
Economia Politica (Elena Maggi)	SECS-P/01		6.0	36
Economia ambientale			6.0	
Economia Ambientale (Luigi MASTRONARDI)	AGR/01		6.0	0
Economia e gestione delle imprese turistiche			9.0	
Economia e Gestione delle Imprese Turistiche (Antonio Minguzzi)	SECS-P/08		9.0	54
lingua straniera a scelta tra			6.0	
Lingua Francese (Aicha Bouazza)	L-LIN/04		6.0	36
Lingua Inglese (non definito)	L-LIN/12		6.0	36
Lingua Tedesca (Sonia Saporiti)	L-LIN/14		6.0	36
Metodologia e determinazioni quantitative d'azienda				9.0
Metodologie e Determinazioni Quantitative d'Azienda (Michele Samuele Borgia)	SECS-P/07		9.0	54
Statistica			9.0	
Statistica (Giuliano VISINI)	SECS-S/01		9.0	54
Totale CFU 2° anno di corso			60.0	

**3° anno, coorte 2005/2006
(per gli studenti immatricolati nell'A.A. 2005/2006)**

A scelta dello studente		6.0	
A scelta dello studente		6.0	36
Economia del turismo		9.0	
Economia del Turismo (Elena Maggi)	SECS-P/06	9.0	54
Finanza aziendale		6.0	
Finanza Aziendale (Andrea Quintiliani)	SECS-P/09	6.0	36
Geografia del turismo		6.0	
Geografia del Turismo (Monica MEINI)	M-GGR/02	6.0	36
Legislazione del turismo		3.0	
Legislazione del Turismo (Valentina Di Gregorio)	IUS/01	3.0	18
Marketing del turismo		9.0	
Marketing del Turismo (Antonio Ferrandina)	SECS-P/08	9.0	54
Prova finale		9.0	
Prova finale		9.0	54
Sociologia dei consumi		6.0	
Sociologia dei Consumi (non definito)	SPS/09	6.0	36
Statistica del turismo		6.0	
Statistica del Turismo (Antonio Rinaldo Discenza)	SECS-S/01	6.0	36
Totale CFU 3° anno di corso		60.0	

Propedeuticità

Le propedeuticità, quando previste, sono le conoscenze pregresse che obbligatoriamente devono essere state accertate per poter proseguire nella carriera curricolare e per sostenere determinati esami. Esse sono di norma espresse facendo riferimento ai titoli di insegnamenti previsti nel piano di studi del Corso di Studi stesso (anni precedenti).

Propedeuticità

Per sostenere l'esame di:

DIRITTO COMMERCIALE
ECONOMIA DEL TURISMO
MACROECONOMIA
ECONOMIA AMBIENTALE
ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE TURISTICHE
FINANZA AZIENDALE

MARKETING DEL TURISMO

TATIVE

METODOLOGIE E DETERMINAZIONI
QUANTITATIVE D'AZIENDA
MATEMATICA FINANZIARIA
STATISTICA
STATISTICA DEL TURISMO
STRATEGIE D'IMPRESA

Bisogna aver sostenuto l'esame di:

ISTITUZIONI DI DIRITTO PRIVATO
ISTITUZIONI DI ECONOMIA
ISTITUZIONI DI ECONOMIA
ISTITUZIONI DI ECONOMIA
ECONOMIA AZIENDALE
ECONOMIA AZIENDALE
METODOLOGIE E DETERMINAZIONI QUANTI-
TATIVE D'AZIENDA
ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE
TURISTICHE
ECONOMIA AZIENDALE
ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE
METODOLOGIE E DETERMINAZIONI QUANTI-
D'AZIENDA
STATISTICA
ECONOMIA AZIENDALE
MATEMATICA GENERALE
MATEMATICA GENERALE
STATISTICA
ECONOMIA AZIENDALE

Indicazione dei numeri e recapiti utili e dei referenti al CDL
CENTRO ORIENTAMENTO E TUTORATO (CORT)
Tel. 0874404542
pinelli@unimol.it; martire@unimol.it

Segreteria didattica di Facoltà:
SIG. PIERO TULLO
Tel. 0874404360
pierotullo@unimol.it
SIG.RA GABRIELLA GIORDANO
Tel. 0874404359

Segreteria Corsi di Laurea:
DOTT.SSA ANNAMARIA PALANGIO
Tel. 0874404247
palangio@unimol.it

Sede di Termoli (Economia delle Imprese Turistiche):
SIG. GIULIO DEL ZOPPO
Tel. 0874 404802
delzoppo@unimol.it

Presidente del CDL:
PROF. MASSIMO FRANCO
mfranco@unimol.it

1° anno di corso

Economia Aziendale

PROF. MICHELE SAMUELE BORGIA

Appartenente al Corso integrato: ECONOMIA AZIENDALE - Economia delle imprese turistiche

Obiettivi

L'insegnamento è impartito con l'obiettivo di offrire agli studenti gli strumenti di analisi e conoscenza delle realtà aziendali private. In particolare, seguendo collateralmente il filone degli approfondimenti in materia di attività tangibili ed intangibili e della valorizzazione delle stesse ai fine della creazione di valore se ne distingue il singolo contributo seguendo un approccio graduale ma tempestivo, basato sulla conoscenza dei postulati teorici ma ricco di casi pratici.

Contenuti

I MODULO (3 CREDITI) L'inquadramento storico della disciplina e la concezione sistemica dell'azienda. L'evoluzione degli studi sull'economia d'azienda. Le varie definizioni di azienda e le diverse tipologie aziendali. La concezione sistemica dell'azienda e i collegamenti interattivi con il sistema ambiente. La concezione sistemica delle aziende di servizi turistici. Il servizio di ospitalità turistica. Inquadramento settoriale e gestionale. Gli aspetti contabili delle imprese alberghiere e il controllo di gestione nelle aziende turistico-ricettive (cenni). II MODULO (3 CREDITI) L'analisi dei subsistemi che concorrono a definire il sistema-azienda. Il subsistema organizzativo nei suoi peculiari aspetti caratterizzanti. Il subsistema gestionale (o decisionale) nell'individuazione dei suoi collegati aspetti e dei relativi modelli rappresentativi. Il subsistema informativo (o del controllo) nei suoi caratteri fondamentali. III MODULO (3 CREDITI) I principi dell'economia aziendale pura ed il legame di correlazione con i principi della Ragioneria. La teoria dell'equilibrio aziendale. I profili aziendali quali elementi identificativi dell'azienda. La funzione di autorigenrazione dei processi produttivi. La capacità di apprendimento e la conoscenza profonda. L'intelligenza emotiva nel quadro sistemico dei "principi". La riunione sistemica dei "principi" dell'economia aziendale finalizzata alla generazione del valore. Il sistema dei principi che segnano il contenuto della Ragioneria

Testi Consigliati

PAOLONE G., D'AMICO L., a cura di, L'economia aziendale nei suoi principi parametrici e modelli applicativi, Collana di Studi e Ricerche sul Sistema-Azienda, Serie Aziendale, Giappichelli, Torino, 2001. Escludere il Capitolo IV della Parte II e tutta la Parte III.

Istituzioni di Diritto Privato

PROF. VALENTINA DI GREGORIO

Appartenente al Corso integrato: ISTITUZIONI DI DIRITTO PRIVATO - Economia delle imprese turistiche

Obiettivi

Il corso si prefigge l'obiettivo di far conoscere agli studenti i principi fondamentali e le norme del diritto privato con particolare riferimento al diritto delle persone, dei contratti, della proprietà e della responsabilità civile, anche in una prospettiva giurisprudenziale, con riferimento alla normativa comunitaria

Contenuti

Nozioni introduttive e principi fondamentali: le norme, le fonti di cognizione, la prassi, la giurisprudenza. Le fonti del diritto privato: la Costituzione, le leggi ordinarie, i regolamenti, la normativa comunitaria, gli usi e l'equità. Le situazioni giuridiche soggettive e i rapporti giuridici. Diritti assoluti e relativi, diritti di credito, diritti potestativi, interessi legittimi, interessi diffusi. Fatti e atti giuridici. I soggetti. Persone fisiche e giuridiche. Capacità e incapacità. Gli enti: capacità e controlli. Associazioni e fondazioni, cenni sulle società. I beni. Proprietà e diritti reali. Trasferimento della proprietà e dei diritti reali. Tutela della proprietà. Il possesso e la detenzione. Le obbligazioni. Fonti delle obbligazioni e vicende del rapporto obbligatorio. Il contratto: autonomia contrattuale, elementi del contratto, efficacia e validità del contratto. Scioglimento del contratto. Responsabilità contrattuale. I singoli contratti tra cui: compravendita, locazione, trasporto, contratto d'opera. La responsabilità civile: fatto illecito e danno ingiusto. Varie tipologie di danno: danno alla persona, danno alle cose, danno contrattuale. La responsabilità professionale. Prescrizione e decadenza. Pubblicità e tutela dei diritti.

Testi Consigliati

G. ALPA, Manuale di diritto privato, Cedam, Padova, ultima edizione, nelle parti indicate nel programma. Un codice civile aggiornato.

Istituzioni di Diritto Pubblico

PROF. FIAMETTA SALMONI

Appartenente al Corso integrato: ISTITUZIONI DI DIRITTO PUBBLICO - Economia delle imprese turistiche

Obiettivi

Il corso ha l'obiettivo di introdurre lo studente alla conoscenza dell'ordinamento giuridico italiano, nei suoi elementi fondamentali e caratterizzanti, con approfondimento delle tematiche legate alla gestione ed alla organizzazione dei pubblici poteri e degli aspetti istituzionali con riguardo agli ordinamenti locali, nazionali e sovranazionali.

Contenuti

- Il corso prevede lo studio dei lineamenti generali sia del diritto costituzionale, che dei principi informatori del diritto amministrativo italiano, con particolare attenzione ai profili giuridico-istituzionali. I seguenti argomenti saranno trattati in maniera particolarmente approfondita: - le forme di Stato e di governo; - la partecipazione dell'Italia all'Unione europea e le sue conseguenze giuridiche; - il sistema costituzionale delle fonti del diritto, l'ordinamento della Repubblica italiana, le Autonomie amministrative; - i diritti e i doveri dei cittadini; - le garanzie costituzionali

Testi Consigliati

G.U. RESCIGNO, Corso di diritto pubblico, Zanichelli, Torino, 2006

Lingua Francese

PROF. AICHA BOUAZZA

Appartenente al Corso integrato: LINGUA STRANIERA A SCELTA TRA - Economia delle imprese turistiche

Obiettivi

Conseguire abilità linguistica sia scritta che orale mediante una immersione linguistica per quanto possibile totale. Gli studenti acquisiranno anche la maggior parte delle strutture grammaticali attraverso la conversazione e l'esercizio scritto in aula. Il target è quello di porre in grado gli studenti di partecipare disinvoltamente ad una conversazione generale e professionale e di scrivere e leggere correntemente.

Contenuti

Chapitre 1: Allons prendre quelque chose! Commandons! chiedere e fornire informazioni su attività di base Salut... Bonjour... • comprendere una semplice conversazione conoscendo qualcuno • presentazioni Tu aimes les fast-foods? leggere e comprendere un menu effettuare un ordine Chapitre 2: Faisons connaissance! C'est à toi, ça? parlare della proprietà farsi ripetere ciò che non si è capito Chacun ses goûts • esprimere i propri gusti • leggere semplici testi descrittivi Voici ma famille! • descrivere la propria famiglia • conversare a proposito delle famiglie Chapitre 3: Renseignons-nous! Faisons connaissance de la ville! • orientamento in città • piani di percorso • Où se trouve... ? • chiedere e dare indicazioni • ordinare e suggerire attività • indicare il possesso Rendez-vous à 10 heures • indicare l'ora • interpretare una brochure turistica • pianificare le attività Chapitre 4: Allons en ville! Vous allez en ville? pianificare varie attività in città • conversare per pianificare le attività Prenons le metro! Utilizzare la metropolitana di Parigi • parlare dei percorsi alternativi Je veux prendre un taxi! • conversazione sui mezzi di trasporto • lettura di testi sui mezzi di trasporto Chapitre 5: Amusons-nous! Quel temps fait-il? • conversazione su eventi passati • conversazione sul clima Tu veux voir le nouveau film au Gaumont les • conversazione su eventi passati • saper leggere informazioni circa attività del tempo libero On pourrait faire une excursion! • conversazione sulle attività di tempo libero. • organizzare tali attività Chapitre 6: Allons faire les courses! Première étape: Chez les commerçants du quartier • contrattare e fare acquisti • comprensione delle descrizioni delle merci On fait les courses • acquisizione delle varie forme di espressione delle scelte • esprimere le quantità Au centre commercial • saper leggere le caratteristiche dei prodotti • scegliere il negozio giusto Chapitre 7: Parlons des études! L'université • descrizione di oggetti relativi allo studio • saper

leggere testi e documenti sulla educazione Francese Les professeurs et les étudiants • descrizione delle persone • paragone di persone e cose Les cours • saper parlare di Università e degli studi • comprendere le conversazioni sulla vita accademica Chapitre 8: Soignons-nous! Ça va? Ça ne va pas? • riferirsi ad azioni abituali del passato • dire ciò che si può non si può fare À la pharmacie • comprendere una conversazione su salute e benessere • leggere documenti attinenti salute e benessere Pour être en bonne forme... • parlare di salute e benessere • descrivere ciò che si fa e ciò che ancora non si conosce al riguardo

Testi Consigliati

Panorama” par J. GIRARDET, J. CRIDLING, Ed. CLE INTERNATIONAL Il testo di riferimento grammaticale sarà “Mon livre de grammaire” VINCENZO FERRANTE, SEI editrice

Lingua Inglese

PROF. NON DEFINITO

Appartenente al Corso integrato: LINGUA STRANIERA A SCELTA TRA - Economia delle imprese turistiche

Obiettivi

Far acquisire allo studente una competenza comunicativa nella lingua che gli permetta di agire con autonomia nelle situazioni quotidiane e di svolgere determinate attività in contesti e su temi accademico-professionali. Saranno seguite le indicazioni del "Common European Framework of Reference" relative al livello B1 (Threshold

Contenuti

comprendere i punti principali di messaggi chiari in lingua standard riguardante questioni semplici e comuni nell'ambito del lavoro, della scuola o dell'università, del tempo libero e conversazioni tecniche nel campo professionale del turismo. comprendere testi scritti di una certa complessità riguardanti la sfera professionale produrre un testo orale breve e semplice su argomenti familiari e di interesse personale descrivere esperienze e avvenimenti, sogni, speranze, ambizioni e dare motivazioni e sostenere le proprie opinioni o intenzioni. produrre un testo scritto semplice e coerente su interessi personali, esperienze avvenimenti; richieste di lavoro e risposte a richieste di lavoro, brevi relazioni su temi attinenti l'area professionale, redigere un curriculum vitae; trasmettere o richiedere fax e-mail Scrivere lettere informali e formali. L'attività didattica sarà organizzata in 3 moduli, ciascuno di 3 crediti; al termine di ogni modulo si procederà alla verifica delle competenze acquisite.

Testi Consigliati

TRISH STOTT AND ROGER HOLT, First Class English for Tourism - Lower-Intermediate- student's book, Oxford University Press, 2005, MICHAEL DUCK-WORTH, First Class English for Tourism - Lower-Intermediate -workbook, Oxford University Press, 2005 ROD REVELL, TRISH SCOTT, Highly Recommended, New Edition -Elementary-Pre-intermediate - student's book and workbook, Oxford University Press, 2005, Dizionario - Oxford Advanced Learner's Dictionary, new edition, Oxford University Press, 2006, Materiali autentici distribuiti a lezione.

Lingua Tedesca

PROF. SONIA SAPORITI

Appartenente al Corso integrato: LINGUA STRANIERA A SCELTA TRA - Economia delle imprese turistiche

Obiettivi

Il percorso di insegnamento e apprendimento della lingua mira a porre le basi per il conseguimento del primo livello di competenza linguistica (A1) descritto nel Quadro Europeo di Riferimento. Il corso mira inoltre a sviluppare le conoscenze relative alla dimensione culturale, sociale ed economica dei paesi di cui si comincia ad apprendere la lingua (Germania, Austria, Svizzera) e al loro rapporto con la realtà europea.

Contenuti

Relativamente alla parte linguistica: 1. Elementi di fonetica e fonologia (vocalismo, consonantismo; ritmo, pause e intonazioni nel tedesco). 2. Le strutture morfologiche e sintattiche di base della lingua tedesca: morfologia del sintagma nominale (determinante, sostantivo, aggettivo); morfologia del sintagma verbale; uso delle preposizioni con dativo e accusativo; uso degli ausiliari haben e sein; i verbi modali; formazione delle parole; la struttura della frase tedesca. 3. Strategie di lettura. Il corso prevede inoltre alcune ore dedicate all'analisi della dimensione culturale, politica ed economica dei paesi di lingua tedesca (Germania, Austria, Svizzera): 1. I paesi di lingua tedesca e l'Unione Europea 2. Territorio, clima, popolazione 3. Economia 4. Politica e società 5. Ambiente 6. Vita culturale

Testi Consigliati

1. CATANI C., GREINER H., PEDRELLI E., *Wie Bitte? Neue Ausgabe Kompakt*, Zanichelli, Bologna 2006 (Isbn: 978-8808-20664-0) (Tranne l'Ultimo Modulo). 2. REIMANN M., *Grammatica Di Base Della Lingua Tedesca*, Hueber Verlag 1999. 3. DESTRO A. (A Cura Di), *I Paesi Di Lingua Tedesca. Storia, Cultura, Società*, Il Mulino, Bologna 2001 (Capp. I.5, I.6, II, III, IV). 4. PALERMO F., WOELK J., *Germania*, Il Mulino, Bologna 2005. 5. GRAGLIA P.S., *L'Unione Europea*, Il Mulino, Bologna 2006. *Gli Ultimi Tre Testi Possono Essere Sostituiti Da Uno A Scelta Tra:* 1. 1. HYDE F., *The German Way: Aspects Of Behaviour, Attitudes And Customs In The German-Speaking World*, Mcgraw-Hill 1996. 2. TATSACHEN ÜBER DEUTSCHLAND, *Societàs-Verlag* 2006 (Il Testo Su Cui Si Basano Le Lezioni Dedicato Ai Paesi Di Lingua Tedesca).

Matematica per l'Economia

PROF. PASQUALE LAVORGNA

Appartenente al Corso integrato: MATEMATICA PER L'ECONOMIA - Economia delle imprese turistiche

Obiettivi

Il corso di Matematica per l'Economia si propone di trattare i principali argomenti matematici fondamentali per la comprensione delle discipline quantitative.

Contenuti

Richiami di matematica elementare (Algebra. Trigonometria. Logaritmi. Disequazioni); Geometria analitica nel piano (Retta, cerchio e parabola. Cenni su ellisse ed iperbole); Numeri ed insiemi numerici; Funzioni. Funzioni elementari e funzioni inverse; Limiti di funzioni; Proprietà dei limiti. Teoremi sui limiti ; Limiti notevoli; Funzioni continue e punti di discontinuità. Calcolo differenziale (Derivazione, regole di derivazione e significato geometrico della derivata); Differenziale ed approssimazione locale di una funzione; Applicazioni del calcolo differenziale (Funzioni monotone. Massimi e minimi. Forme indeterminate e teoremi dell'Hospital); Diagramma di una funzione; Teoremi di Rolle, Lagrange e Cauchy. Cenni di analisi combinatoria – Successioni e serie numeriche (Convergenza e divergenza. Criteri di convergenza. Serie geometrica e serie armonica); Calcolo integrale (Integrale indefinito. Funzione integrale. Integrale di Cauchy-Riemann. Teorema della media. Teorema di Torricelli-Barrow. Metodi di integrazione).

Testi Consigliati

MARCELLINI – SBORDONE, Calcolo, LIGUORI MARCELLINI – SBORDONE, Elementi Di Matematica, LIGUORI MERLONE – RADAELLI, Matematica Generale, Etas

Microeconomia

PROF. LUIGI MATRONARDI

Appartenente al Corso integrato: MICROECONOMIA - Economia delle imprese turistiche

Obiettivi

Il corso presenta i principali concetti della microeconomia, descrivendo contestualmente e alcuni degli strumenti analitici maggiormente utilizzati. L'obiettivo è di porre le fondamenta perchè lo studente inizi a comprendere e interpretare criticamente i principali meccanismi delle interazioni microeconomiche.

Contenuti

I principi della microeconomia (3 crediti) 1. Introduzione: il sistema economico. 2. Il modello della domanda e dell'offerta. 3. L'elasticità e i suoi usi. 4. Le scelte dei consumatori e la curva di domanda. 5. Le scelte delle imprese e la curva di offerta. 6. L'equilibrio di mercato. L'economia dell'impresa, le imposte, i beni pubblici (3 crediti) 7. I costi delle imprese e le scelte di produzione nel breve e nel lungo periodo. 8. Le principali forme di mercato: la concorrenza perfetta, il monopolio e l'oligopolio. 9. Imposte, trasferimenti e distribuzione dei redditi. 10. I beni pubblici e le esternalità.

Testi Consigliati

TAYLOR, JOHN B.: *Economia*, Seconda edizione italiana, Zanichelli, Bologna, 2003, capitoli 1-11, 14, 15.

Prova di Abilità Informatica

PROF. ANTONIO MATTEO MUCCIACCIO

Appartenente al Corso integrato: PROVA DI ABILITÀ INFORMATICA - Economia delle imprese turistiche

Obiettivi

Il corso intende fornire approfondimenti pratici circa l'utilizzo di programmi applicativi di largo uso oltre all'estensione dei concetti contenuti nel corso di Informatica I.

Contenuti

Sistemi di Numerazione e Codici: Rappresentazione di cifre decimali, ottali esadecimali mediante codici binari. Metodi di conversione. Definizione dei codici , codice BCD, distanza di Hamming, codici rivelazioni di errori e correzione. Codifica delle informazioni (testi, suoni, immagini, filmati, ...). Algebra di Boole: Postulati di Huntington, teorema di De Morgan, porte logiche, reti combinatorie. Architettura dei Calcolatori: Macchina di von Neumann, Personal Computer, Mainframe, Workstation–Server. Hardware dei computer: CPU, Memorie, periferiche I/O, componenti principali, risoluzione grafica. Introduzione al Software: Sistemi Operativi e Software applicativi. Il Sistema operativo Windows, operazioni sui file e utilità di sistema. Sistemi multiutente, multithread, multitask. Videoscrittura: font e caratteri; stili; controllo ortografico e grammaticale; funzioni di ricerca; struttura documento; formattazione documento; caratteri e simboli speciali; colonne, tabelle, bordi e sfondi, intestazione e piè di pagina. Moduli e campi calcolati. tabulazioni, interruzioni di pagina e sezione, indici e sommario, inserimento grafici, equazioni e diagrammi. Macro. Database: progettazione, realizzazione ed utilizzo (esempi di casi concreti...). Foglio elettronico: celle, righe, colonne, campi, formato dei dati; riferimenti relativi assoluti e misti; campi calcolati: operazioni matematiche; funzioni di riempimento; funzioni matematiche e logiche; funzioni ingegneristiche; funzioni di ricerca, ordinamento e filtri; tabelle e grafici. Macro. Funzioni personalizzate in Visual Basic. Telematica; Reti di computer. Lan (ethernet, token ring), Man e Wan. Modello ISO/OSI, TCP/IP. Accesso ad Internet; connessioni PTSN, ISDN, ADSL. Protocolli; Telnet, Ftp e Ftp anonimo, HTTP, DNS, Posta elettronica (SMTP, POP3), WWW Elementi e tecniche di programmazione. Approccio alla programmazione (elementi basilari).

Testi Consigliati

D. P. CURTIN, K. FOLEY, K. SEN, C. MORIN, "Informatica Di Base" // P. Bishop "L'Informatica Di Base", (Mcgraw-Hill) P. Bishop "L'Informatica Di Base", MCGRAW-HILL G. CIOFFI, V. FALZONE, "Manuale Di Informatica", Ed. Calderini RON WHITE "Il Computer Come E Fatto E Come Funziona", Mondadori Informatica Il Materiale Utilizzato Sarà Reso Disponibile Anche Sul Sito Web Dell'Università Degli Studi Del Molise ([Wwww.unimol.it](http://www.unimol.it)).

Storia Economica del Turismo

PROF. NON DEFINITO

Appartenente al Corso integrato: STORIA ECONOMICA DEL TURISMO - Economia delle imprese turistiche

Obiettivi

Il Corso di Storia Economica del Turismo si propone di seguire l'evoluzione nei secoli del fenomeno turistico, con una particolare attenzione alle vicende dell'"industria" turistica del nostro paese, evidenziando: snodi fondamentali, articolazione nei secoli della domanda di svago e di tempo libero, cambiamenti nel sistema dell'ospitalità, nuove forme di turismo diffuso

Contenuti

Introduzione alla Storia economica. Rapporto fra economia e storia. Le fonti per la storia economica. Definizione operativa del concetto di turismo in chiave storica. Fonti, metodo, aree d'indagine di una storia economica del turismo. Viaggiatori e villeggianti nell'antichità: turismo intellettuale e turismo religioso. Le prime forme di ospitalità nel mondo classico. Dall'ospitalità gratuita all'ospitalità a pagamento nell'Europa medioevale. L'età dei pellegrinaggi: mete, trasporti, compagnie di turismo. Viaggi di scoperta e turismo intellettuale fra umanesimo e Rinascimento: nascita e sviluppo del Grand tour; La scoperta dell'Italia. I viaggi e l'agricoltura. La villeggiatura e le terme. Sviluppo economico e turismo nell'era industriale. Le forme del turismo borghese nell'età dell'industrializzazione. Turismo di pochi, turismo di tutti: la nascita del turismo di massa nel ventesimo secolo. Il caso Italia. Turismo e sviluppo economico dei Paesi mediterranei. Turismo e globalizzazione. Le nuove forme di turismo. Il turismo

Testi Consigliati

- P. BATTILANI, Turismo di pochi turismo di tutti, Bologna, Il Mulino, 1998. - V. Zamagni, Introduzione alla storia economica d'Italia, Bologna, Il Mulino, 2006. - Dispense a cura del docente

2° anno di corso

Diritto Commerciale

PROF. FRANCESCO FIMMANÒ

Appartenente al Corso integrato: Diritto commerciale - Economia delle imprese turistiche

Obiettivi

La formazione teorica in ordine alle regole funzionamento del diritto privato dell'economia e alla disciplina analitica delle fattispecie concrete anche in chiave comparatistica. L'esame della casistica del diritto commerciale con particolare riferimento all'impresa, alle società, ai contratti commerciali in particolare turistici, ai titoli di credito ed alle procedure concorsuali.

Contenuti

L'impresa. L'imprenditore ed il relativo statuto. Le categorie di imprenditori. L'azienda e la sua circolazione. I segni distintivi. Gli ausiliari. Le opere dell'ingegno e le invenzioni industriali. La disciplina della concorrenza. Le forme associative di diritto familiare. La concorrenza. i consorzi e le associazioni temporanee di imprese. Il Gruppo europeo di interesse economico. I contratti per l'attività d'impresa. La Vendita. Il contratto estimatorio. La somministrazione. L'appalto. Il Trasporto. Il Deposito. Il mandato. Agenzia e Mediazione. I contratti bancari. L'intermediazione finanziaria. L'intermediazione mobiliare. I contratti di borsa. Il contratto di assicurazione. L'associazione in partecipazione. I titoli di credito. I titoli di credito in generale, la cambiale, l'assegno bancario, l'assegno circolare, l'assegno circolare. Le procedure concorsuali. La crisi dell'impresa commerciale. I presupposti del fallimento, la dichiarazione di fallimento, gli organi preposti al fallimento, gli effetti del fallimento, l'esercizio provvisorio dell'impresa, l'affitto di azienda, l'accertamento del passivo e dei diritti reali mobiliari dei terzi, la liquidazione e la ripartizione dell'attivo, il concordato preventivo e l'amministrazione controllata, la liquidazione coatta amministrativa, l'amministrazione straordinaria delle grandi imprese in stato di insolvenza. Le società in generale. La società come schema funzionale e come paradigma organizzativo. La società semplice. La società in nome collettivo. La società in accomandita semplice. La società per azioni. I gruppi di società. La società a responsabilità limitata. La società in accomandita per azioni. Le società cooperative. La trasformazione, la fusione e la scissione.

Testi Consigliati

G. CAMPOBASSO: Manuale Di Diritto Commerciale, Utet, Torino, Ultima Edizione.
Oppure V. BUONOCORE, Manuale Di Diritto Commerciale, Giappichelli Ed., Ultima Edizione.

Economia Ambientale

PROF. LUIGI MATRONARDI

Appartenente al Corso integrato: Economia ambientale - Economia delle imprese turistiche

Obiettivi

Il corso si propone di contribuire all'arricchimento della formazione turistica dello studente con l'analisi di nuovi spazi di domanda ed offerta di servizi turistici che sono basati sulla valorizzazione delle risorse naturali ed agro-forestali. Il corso, oltre a fornire un quadro generale delle tematiche interessate dall'interazione tra turismo e ambiente, dedica particolare attenzione ad alcuni esempi concreti di attività turistiche che traggono ragione d'essere dalla fruizione delle risorse ambientali.

Contenuti

Il corso è articolato in due moduli corrispondenti a tre crediti ciascuno (totale 6 crediti e 36 ore). 1° Modulo (3 crediti): l'economia dell'ambiente, lo sviluppo sostenibile, le risorse naturali Economia ed ambiente I principi fondamentali dell'economia ambientale Lo sviluppo sostenibile Gli strumenti economici di regolamentazione degli impatti Le risorse rinnovabili e non Turismo ed ambiente Le risorse naturali con valorizzazione turistica Turismo ed impatto ambientale Turismo e tutela delle risorse ambientali. Il turismo sostenibile Il turismo verde L'agriturismo ed il turismo rurale Parchi e turismo naturalistico Il marketing per il turismo sostenibile La certificazione ambientale turistica 2° Modulo (3 crediti): Le linee d'intervento nella politica per l'ambiente, per il turismo sostenibile e per lo sviluppo rurale La politica ambientale internazionale e comunitaria Agenda 21 Vertice sull'ambiente di Johannesburg VI Piano di Azione Leader Plus Il quadro normativo nazionale La legge sulla montagna La gestione integrata delle coste La normativa sui parchi La normativa nazionale di sostegno del turismo ambientale Le linee d'intervento della politica regionale Il Programma Operativo Regionale 2000-2006 Il Piano di sviluppo rurale 2000-2006 La normativa regionale di sostegno a forme di turismo ambientale

Testi Consigliati

R. KERRY TURNER, DAVID W. PEARCE, IAN BATEMAN, Economia ambientale, Il Mulino, Bologna, 2003. Materiale di studio e letture di approfondimento saranno forniti a cura del docente.

Economia e Gestione delle Imprese Turistiche

PROF. ANTONIO MINGUZZI

Appartenente al Corso integrato: Economia e gestione delle imprese turistiche -
Economia delle imprese turistiche

Obiettivi

Il corso si propone di illustrare i fondamenti del sistema aziendale inseriti nel contesto del settore turistico. Particolare attenzione verrà quindi rivolta all'analisi delle interdipendenze tra gli attori del sistema turistico locale e nazionale ed alle problematiche di gestione strategica dell'impresa turistica. Durante il corso, attraverso un programma di simulazione, sarà sviluppato dagli studenti un piano di gestione pluriennale di una impresa turistica.

Contenuti

Primo modulo (3 crediti): Caratteristiche del sistema turistico- Concetto di turismo e di prodotto turistico- Gli attori dell'industria dei viaggi e del turismo: o tour operator; tour organizer; agenzie di viaggio; le imprese dell'ospitalità; la filiera turistica; trend del mercato turistico e nuovi prodotti turistici; panoramica sulle tendenze in atto Il turismo enogastronomico; l'impresa di servizi turistici. Secondo modulo (3 crediti): approcci strategici nell'industria dell'ospitalità; l'ambiente competitivo: impresa, obiettivi d'impresa e creazione di valore; definizione di settore ed analisi di settore- assetto strategico d'impresa e pianificazione aziendale: sistema competitivo e strategie concorrenziali; il modello di Olsen – West – Ching Yick Tse; definizione di obiettivi strategici e target da raggiungere. Terzo modulo (3 crediti): aspetti economico-finanziari della gestione dell'impresa turistica Esercitazione informatica su un modello di simulazione dell'assetto economico-finanziario dell'impresa. Lo studente simulerà la pianificazione e la gestione di un'agenzia di viaggi

Testi Consigliati

CONFALONIERI, M. "Economia e Gestione delle Aziende Turistiche", Giappichelli, Torino, 2004. Letture consigliate: BENEVOLO C. E GRASSO M., L'impresa alberghiera, Franco Angeli, Milano, 2005. GRASSO, M. Le imprese di viaggio. Analisi strategica e politiche di marketing per il vantaggio competitivo, Franco Angeli, Milano, 2005

Economia Politica

PROF. ELENA MAGGI

Appartenente al Corso integrato: Economia politica - Economia delle imprese turistiche

Obiettivi

Il corso ha per oggetto lo studio dei principi macroeconomici di base propedeutici all'economia del turismo.

Contenuti

I parte: L'equilibrio di lungo periodo (3 crediti) 1. Le principali variabili dell'analisi macroeconomica e la loro misurazione: la contabilità nazionale 2. La crescita economica nel lungo periodo 3. La crescita economica nel mondo 4. Il mercato del lavoro, l'occupazione e la disoccupazione 5. Il sistema monetario e l'inflazione II parte: Le fluttuazioni di breve periodo e le politiche economiche (3 crediti) 6. La natura e le cause delle fluttuazioni economiche 7. La domanda, l'offerta aggregata e il moltiplicatore 8. La politica fiscale e la politica monetaria 9. Commercio internazionale e politica commerciale 10. Bilancia dei pagamenti e sistema di cambio 11. L'integrazione economica europea

Testi Consigliati

TAYLOR, JOHN B., *Economia*, II Edizione, Zanichelli, Bologna, 2003; capitoli 13, 17-30 Materiale integrativo messo a disposizione sull'aula virtuale della docente.

Lingua Francese

PROF. AICHA BOUAZZA

Appartenente al Corso integrato: lingua straniera a scelta tra - Economia delle imprese turistiche

Obiettivi

Conseguire abilità linguistica sia scritta che orale mediante una immersione linguistica per quanto possibile totale. Gli studenti acquisiranno anche la maggior parte delle strutture grammaticali attraverso la conversazione e l'esercizio scritto in aula. Il target è quello di porre in grado gli studenti di partecipare disinvoltamente ad una conversazione generale e professionale e di scrivere e leggere correntemente.

Contenuti

Chapitre 1: Allons prendre quelque chose! Commandons! chiedere e fornire informazioni su attività di base Salut... Bonjour... • comprendere una semplice conversazione conoscendo qualcuno • presentazioni Tu aimes les fast-foods? leggere e comprendere un menu effettuare un ordine Chapitre 2: Faisons connaissance! C'est à toi, ça? parlare della proprietà farsi ripetere ciò che non si è capito Chacun ses goûts • esprimere i propri gusti • leggere semplici testi descrittivi Voici ma famille! • descrivere la propria famiglia • conversare a proposito delle famiglie Chapitre 3: Renseignons-nous! Faisons connaissance de la ville! • orientamento in città • piani di percorso • Où se trouve... ? • chiedere e dare indicazioni • ordinare e suggerire attività • indicare il possesso Rendez-vous à 10 heures • indicare l'ora • interpretare una brochure turistica • pianificare le attività Chapitre 4: Allons en ville! Vous allez en ville? pianificare varie attività in città • conversare per pianificare le attività Prenons le metro! Utilizzare la metropolitana di Parigi • parlare dei percorsi alternativi Je veux prendre un taxi! • conversazione sui mezzi di trasporto • lettura di testi sui mezzi di trasporto Chapitre 5: Amusons-nous! Quel temps fait-il? • conversazione su eventi passati • conversazione sul clima Tu veux voir le nouveau film au Gaumont les • conversazione su eventi passati • saper leggere informazioni circa attività del tempo libero On pourrait faire une excursion! • conversazione sulle attività di tempo libero. • organizzare tali attività Chapitre 6: Allons faire les courses! Première étape: Chez les commerçants du quartier • contrattare e fare acquisti • comprensione delle descrizioni delle merci On fait les courses • acquisizione delle varie forme di espressione delle scelte • esprimere le quantità Au centre commercial • saper leggere le caratteristiche dei prodotti • scegliere il negozio giusto Chapitre 7: Parlons des études! L'université • descrizione di oggetti relativi allo studio • saper

leggere testi e documenti sulla educazione Francese Les professeurs et les étudiants • descrizione delle persone • paragone di persone e cose Les cours • saper parlare di Università e degli studi • comprendere le conversazioni sulla vita accademica Chapitre 8: Soignons-nous! Ça va? Ça ne va pas? • riferirsi ad azioni abituali del passato • dire ciò che si può non si può fare À la pharmacie • comprendere una conversazione su salute e benessere • leggere documenti attinenti salute e benessere Pour être en bonne forme... • parlare di salute e benessere • descrivere ciò che si fa e ciò che ancora non si conosce al riguardo

Testi Consigliati

Panorama” par J. GIRARDET, J. CRIDLING, Ed. CLE INTERNATIONAL Il testo di riferimento grammaticale sarà “Mon livre de grammaire” VINCENZO FERRANTE, SEI editrice

Lingua Inglese

PROF. NON DEFINITO

Appartenente al Corso integrato: lingua straniera a scelta tra - Economia delle imprese turistiche

Obiettivi

Far acquisire allo studente una competenza comunicativa nella lingua che gli permetta di agire con autonomia nelle situazioni quotidiane e di svolgere determinate attività in contesti e su temi accademico-professionali. Saranno seguite le indicazioni del "Common European Framework of Reference" relative al livello B1 (Threshold

Contenuti

comprendere i punti principali di messaggi chiari in lingua standard riguardante questioni semplici e comuni nell'ambito del lavoro, della scuola o dell'università, del tempo libero e conversazioni tecniche nel campo professionale del turismo. comprendere testi scritti di una certa complessità riguardanti la sfera professionale produrre un testo orale breve e semplice su argomenti familiari e di interesse personale descrivere esperienze e avvenimenti, sogni, speranze, ambizioni e dare motivazioni e sostenere le proprie opinioni o intenzioni. produrre un testo scritto semplice e coerente su interessi personali, esperienze avvenimenti; richieste di lavoro e risposte a richieste di lavoro, brevi relazioni su temi attinenti l'area professionale, redigere un curriculum vitae; trasmettere o richiedere fax e-mail Scrivere lettere informali e formali. L'attività didattica sarà organizzata in 3 moduli, ciascuno di 3 crediti; al termine di ogni modulo si procederà alla verifica delle competenze acquisite.

Testi Consigliati

TRISH STOTT AND ROGER HOLT, First Class English for Tourism - Lower-Intermediate- student's book, Oxford University Press, 2005 - MICHAEL DUCKWORTH, First Class English for Tourism - Lower-Intermediate -workbook, Oxford University Press, 2005 ROD REVELL, TRISH SCOTT, Highly Recommended, New Edition – Elementary-Pre-intermediate - student's book and workbook, Oxford University Press, 2005 Dizionario - Oxford Advanced Learner's Dictionary, new edition, Oxford University Press, 2006 Materiali autentici distribuiti a lezione.

Lingua Tedesca

PROF. SONIA SAPORITI

Appartenente al Corso integrato: lingua straniera a scelta tra - Economia delle imprese turistiche

Obiettivi

Il percorso di insegnamento e apprendimento della lingua mira a porre le basi per il conseguimento del primo livello di competenza linguistica (A1) descritto nel Quadro Europeo di Riferimento. Il corso mira inoltre a sviluppare le conoscenze relative alla dimensione culturale, sociale ed economica dei paesi di cui si comincia ad apprendere la lingua (Germania, Austria, Svizzera) e al loro rapporto con la realtà europea.

Contenuti

Relativamente alla parte linguistica: 1. Elementi di fonetica e fonologia (vocalismo, consonantismo; ritmo, pause e intonazioni nel tedesco). 2. Le strutture morfologiche e sintattiche di base della lingua tedesca: morfologia del sintagma nominale (determinante, sostantivo, aggettivo); morfologia del sintagma verbale; uso delle preposizioni con dativo e accusativo; uso degli ausiliari haben e sein; i verbi modali; formazione delle parole; la struttura della frase tedesca. 3. Strategie di lettura. Il corso prevede inoltre alcune ore dedicate all'analisi della dimensione culturale, politica ed economica dei paesi di lingua tedesca (Germania, Austria, Svizzera): 1. I paesi di lingua tedesca e l'Unione Europea 2. Territorio, clima, popolazione 3. Economia 4. Politica e società 5. Ambiente 6. Vita culturale

Testi Consigliati

1. CATANI C., GREINER H., PEDRELLI E., *Wie bitte? Neue Ausgabe Kompakt*, Zanichelli, Bologna 2006 (ISBN: 978-8808-20664-0) (tranne l'ultimo modulo). 2. REIMANN M., *Grammatica di base della lingua tedesca*, Hueber Verlag 1999. 3. DESTRO A. (a cura di), *I Paesi di lingua tedesca. Storia, cultura, società*, Il Mulino, Bologna 2001 (capp. I.5, I.6, II, III, IV). 4. PALERMO F., WOELK J., *Germania*, Il Mulino, Bologna 2005. 5. GRAGLIA P.S., *L'Unione Europea*, Il Mulino, Bologna 2006. Gli ultimi tre testi possono essere sostituiti da uno a scelta tra: 1. Hyde F., *The German Way: Aspects of Behaviour, Attitudes and Customs in the German-speaking World*, McGraw-Hill 1996. 2. *Tatsachen über Deutschland*, Societäts-Verlag 2006 (il testo su cui si basano le lezioni dedicate ai paesi di lingua tedesca).

Metodologie e Determinazioni Quantitative d'Azienda

PROF. MICHELE SAMUELE BORGIA

Appartenente al Corso integrato: Metodologia e determinazioni quantitative d'azienda - Economia delle imprese turistiche

Obiettivi

Il corso ha per oggetto lo studio delle rilevazioni quantitative d'azienda attuabili con metodologia contabile in un sistema di scritture compiute che conduce a risultati generali. In particolare, tratta delle rilevazioni di contabilità generale riferibili alle imprese in normale funzionamento, aventi come obiettivo principale la determinazione analitica del reddito attribuibile ad un periodo amministrativo e del collegato capitale netto di funzionamento. Esso, pertanto, analizza l'intera gestione aziendale, osservando ed interpretando, con ricorso al metodo della partita doppia applicato al sistema del capitale e del risultato economico, le singole operazioni aziendali, dalla costituzione dell'azienda alla determinazione dei suoi risultati finali.

Contenuti

Il sistema dei principi della Ragioneria (tre crediti): dalla Ragioneria bestana alla Ragioneria zappiana passando per l'Economia Aziendale; L'Economia Aziendale e la Ragioneria nei loro attuali contenuti disciplinari e nei rispettivi principi informativi; il sistema dei principi che segnano il contenuto della Ragioneria; il principio della contabilità generale e delle contabilità settoriali; il principio del bilancio di esercizio, del bilancio consolidato e dei bilanci straordinari; il principio dell'analisi extra-contabile dei dati per la determinazione dei costi aziendali; il principio della programmazione aziendale e della pianificazione strategica; il legame di correlazione instaurabile tra i due sistemi di principi ed il loro coordinamento con quelli della teoria e del calcolo delle probabilità. La contabilità generale e le contabilità settoriali (tre crediti): la costruzione graduale dello schema globale dell'attività dell'impresa: il ciclo dei finanziamenti attinti, il ciclo della produzione, il ciclo dei finanziamenti concessi; le variazioni finanziarie e le variazioni economiche; le configurazioni del capitale e del reddito; la natura dei valori che formano il reddito e il capitale; il sistema del capitale e del risultato economico; altri sistemi di interpretazione dei fatti gestionali; il conto e i metodi di rilevazione contabile; la partita doppia; il metodo della partita doppia applicato al sistema del capitale e del risultato economico; l'ordinamento cronologico e sistematico delle rilevazioni; i sistemi minori; il piano dei conti; l'IVA e la contabilità generale; le scritture di costituzione; le operazioni di acquisto dei fattori produttivi a fecondità semplice; le operazioni di vendita dei beni

e di erogazione dei servizi; gli effetti commerciali e le ricevute bancarie; il costo del lavoro; l'acquisizione delle immobilizzazioni materiali, immateriali e finanziarie; le variazioni di capitale; il reperimento dei finanziamenti con il vincolo del prestito; le imposte gravanti sul reddito d'impresa; le scritture finali di chiusura; la riapertura dei conti. Le contabilità settoriali. Il bilancio di esercizio delle imprese in funzionamento (tre crediti): la concezione teorica; la funzione informativa; i principi civilistici generali e redazionali e il sistema derogatorio; il contenuto nella normativa civilistica; temi generali sulle valutazioni; i criteri civilistici di valutazione dei componenti patrimoniali; la determinazione del reddito d'impresa nella legislazione fiscale; i rapporti tra normativa tributaria e disciplina civilistica in tema di bilancio di esercizio; i principi contabili nazionali ed internazionali; il bilancio di esercizio della piccola impresa; la logica di riclassificazione e di analisi; l'evoluzione della funzione informativa.

Testi Consigliati

- G. PAOLONE – L. D'AMICO (A Cura Di), *La Ragioneria, Nei Suoi Principi Applicativi E Modelli Contabili*, Giappichelli, Torino, 2002, Parte I, Parte II – Cap. I E Cap. II.

- G. PAOLONE, *Il Bilancio Di Esercizio. Funzione Informativa, Principi, Criteri Di Valutazione*, Giappichelli, Torino, 2004. - G. PAOLONE, S. ASTOLFI, F. DE LUCA, B. IANNONE, *Il Sistema Delle Rilevazioni Contabili Nelle Imprese In Funzionamento*, Nuova Università – Sistemi Editoriali Esselibri Simone, Napoli, 2005. - G. PAOLONE, C. SALVATORE, M. BORGIA, C. STRUZZOLINO, R. VOLTARELLA, C. DEL GESSO, *Casi Aziendali Di Contabilità Generale*, Nuova Università – Sistemi Editoriali Esselibri Simone, Napoli, 2005. - A. CONSORTI, *L'Evoluzione Della Funzione Informativa Del Bilancio Di Esercizio Dal Conto Del Patrimonio Al Sistema Delle Informazioni*, Giappichelli, Torino, 2001, Pp. 3-84 E Pp. 185-285. Per Utile Approfondimento Sulle Rilevazioni Di Contabilità Generale E Sul Bilancio Di Esercizio Si Consigliano I Seguenti Testi:

- G. PAOLONE, *I Principi Della Ragioneria*, Nuova Università – Sistemi Editoriali Esselibri Simone, Napoli, 2006. - G. PAOLONE, *Le Rilevazioni Di Contabilità Generale Delle Imprese*, Libreria Dell'Università Editrice, Pescara, 2003. - G. PAOLONE, *Il Bilancio Di Esercizio Delle Imprese*, Libreria Dell'Università Editrice, Pescara, 2003.

Statistica

PROF. GIULIANO VISINI

Appartenente al Corso integrato: Statistica - Economia delle imprese turistiche

Obiettivi

Obiettivo del corso è la presentazione delle tecniche di raccolta, elaborazione e utilizzazione di informazioni allo scopo di consentire di prendere e comunicare decisioni su basi quantitative.

Contenuti

Aspetti introduttivi sulla metodologia statistica; I questionari; Interviste dirette, sondaggi postali e telefonici; Caratteri e modalità; Unità statistiche e collettivo; La rilevazione dei dati; Distribuzioni unitarie e di frequenza; Rappresentazioni grafiche; Sintesi di una distribuzione semplice: medie, variabilità e concentrazione; Numeri indici; Distribuzioni doppie; Analisi dell'associazione tra due caratteri: dipendenza, indipendenza, correlazione lineare; Esercitazioni in Excel, Principi di uso del package statistico SPSS. Elementi di calcolo della probabilità. Variabili casuali discrete e continue. Campioni casuali e distribuzioni campionarie. Stima puntuale parametrica. Intervalli di Confidenza. Regressione semplice.

Testi Consigliati

Dispense del docente. G. GIRONE, T. SALVEMINI. Lezioni di Statistica, Cacucci Editore. A. DI CIACCIO, S. BORRA Statistica Metodologie per le scienze economiche e sociali, McGraw-Hill.

3° anno di corso

A scelta dello studente

PROF. NON DEFINITO

Appartenente al Corso integrato: A scelta dello studente - Economia delle imprese turistiche

Obiettivi

Non definiti

Contenuti

Non definiti

Testi Consigliati

Non definiti

Economia del Turismo

PROF. ELENA MAGGI

Appartenente al Corso integrato: Economia del turismo - Economia delle imprese turistiche

Obiettivi

Il corso ha per oggetto lo studio delle caratteristiche della produzione e del consumo del servizio turistico, le ricadute dell'industria turistica sullo sviluppo e sulla competitività regionale, nonché le politiche di intervento pubblico nel settore turistico.

Contenuti

I Parte: Aspetti introduttivi e microeconomici del turismo 1.1 Concetti introduttivi: definizione di turismo, turista, prodotto turistico, industria turistica, destinazione ed attrazione turistica 1.2 La domanda del prodotto turistico: turista consumatore e turista autoproduttore, caratteristiche e misurazione della domanda 1.3 L'offerta del prodotto turistico: la produzione del turismo e le imprese turistiche 1.4 Il mercato del turismo: forme di mercato, asimmetria informativa, information and communication technology nel mercato turistico II Parte: Aspetti macroeconomici e di economia internazionale del turismo 2.1 Turismo e contabilità nazionale 2.2 Turismo e bilancia dei pagamenti 2.3 Internazionalizzazione e turismo: globalizzazione e internazionalizzazione dei processi produttivi e distributivi, determinanti dei flussi turistici internazionali III Parte: Aspetti di economia regionale e politica economica del turismo 3.1 Economia regionale e sviluppo economico: turismo, sviluppo e crescita economica nel breve e nel lungo periodo 3.2 Politiche di sviluppo regionale 3.3 Impatti del turismo e intervento pubblico

Testi Consigliati

CANDELA G. E FIGINI P., Economia del turismo, McGraw- Hill, Milano, 2003.
Materiale integrativo messo a disposizione sull'aula virtuale della docente

Finanza Aziendale

PROF. ANDREA QUINTILIANI

Appartenente al Corso integrato: Finanza aziendale - Economia delle imprese turistiche

Obiettivi

Obiettivo principale del corso è illustrare gli elementi di base della finanza aziendale. Il corso è focalizzato sulla teoria e sulle metodologie di analisi e valutazione della posizione finanziaria dell'azienda, sulle problematiche delle fonti di finanziamento delle imprese del settore turistico e sulla struttura delle trasformazioni indotte nel sistema bancario dagli "Accordi di Basilea II".

Contenuti

I Modulo – 3 CFU 1. Contenuti della finanza aziendale. L'origine del fabbisogno finanziario delle imprese. Le aree di gestione finanziaria. L'approccio della finanza aziendale moderna. La funzione obiettivo massimizzare il valore di mercato. Valenza strategica della finanza aziendale. I mercati dei capitali ed i mercati finanziari. 2. Il bilancio: analisi della struttura e dinamica finanziaria. La riclassificazione del bilancio, la valutazione degli indici di bilancio e la rendicontazione dei flussi di capitale circolante netto e di cassa. 3. Il valore economico del capitale. Metodologie di misurazione del capitale. Approfondimenti circa la determinazione del costo del capitale e in tema di valutazione delle politiche decisionali di investimento. Il Modulo – 3 CFU 4. Le valutazioni d'azienda. Metodologie di valutazione del capitale economico aziendale. Metodi finanziari, reddituali e patrimoniali adottati dal punto di vista del "generico investitore". 5. La politica finanziaria: la struttura delle fonti. Le teorie di Modigliani & Miller nelle scelte attinenti l'ottimale struttura del capitale. 4. Problematiche emergenti per il finanziamento dello sviluppo delle piccole imprese italiane. Le trasformazioni in corso nella struttura del sistema bancario (Il Nuovo Accordo di Basilea).

Testi Consigliati

Testi consigliati - L. BRUSA, S. GUELFÌ, L. ZAMPROGNA, Finanza d'impresa. Logiche e strumenti di gestione finanziaria per creare valore, 2° Edizione, ETAS Libri, Milano, 2001. - Lucidi e dispense del docente. Letture consigliate - W. P. ANDREW, R. S. SCHMIDGALL, Financial management for the hospitality industry, American Hotel & Lodging, Educational Institute. - E. PAVARANI, L'equilibrio finanziario - Criteri e metodologie nella logica di Basilea 2, McGraw-Hill Companies, Milano, 2006

Geografia del Turismo

PROF. MONICA MEINI

Appartenente al Corso integrato: Geografia del turismo - Economia delle imprese turistiche

Obiettivi

Il corso si propone lo studio dei processi di localizzazione turistica e di trasformazione turistica del territorio adottando una prospettiva diacronica e proponendo una continua comparazione spaziale. Vengono indagate le più diverse regioni turistiche del mondo nei diversi aspetti dell'ambiente naturale e socioeconomico e vengono posti al centro dell'attenzione i rapporti fra turismo e ambiente secondo un'ottica di sviluppo sostenibile.

Contenuti

Il programma si articola in tre parti. Nella prima parte, relativa ai luoghi turistici, si esaminano i caratteri della domanda e dell'offerta, insistendo sui concetti di turismo, escursionismo, attività ricreative, loisirs; sulla pervasività del movimento turistico, sulle forme di organizzazione, sul carattere naturale e artificiale delle risorse ricreative e turistiche. La seconda parte considera i processi storici di trasformazione turistica del territorio, il ruolo determinante dei trasporti e i miglioramenti nell'accessibilità, gli attori e le strategie dello sviluppo spontaneo e pianificato. La terza parte, relativa alle conseguenze e agli effetti indotti dal processo di sviluppo turistico, affronta i rapporti fra il turismo, le compagini socio-economiche delle aree ricettive e l'ambiente. Saranno organizzati, secondo le disponibilità, seminari con esperti esterni, nonché esercitazioni sul terreno, anche in collaborazione con altri corsi, moduli e seminari universitari.

Testi Consigliati

I non frequentanti devono preparare il seguente testo: J.M. DEWAILLY e E. FLAMENT, Geografia del turismo e delle attività ricreative, Bologna, CLUEB, 1996. E' indispensabile l'uso di un buon atlante al fine di effettuare una costante localizzazione dei luoghi citati nel testo.

Legislazione del Turismo

PROF. VALENTINA DI GREGORIO

Appartenente al Corso integrato: Legislazione del turismo - Economia delle imprese turistiche

Obiettivi

Il corso si prefigge l'obiettivo di far conoscere agli studenti la legislazione interna, comunitaria e internazionale, comunitaria e internazionale in materia turistica, attraverso l'esame dei testi legislativi, delle decisioni emesse sul tema dagli organi giudiziari e dall'analisi di materiale utilizzato nella prassi contrattuale.

Contenuti

Gli argomenti da affrontare riguardano: il contratto di viaggio, i pacchetti turistici, la multiproprietà, le diverse tipologie di viaggio e le relative regolamentazioni giuridiche (agriturismo, bed & breakfast, case per vacanze, villaggi), le figure professionali in campo turistico e la disciplina legislativa ad essi riconducibile, anche alla luce della normativa più recente contenuta nel codice del consumo. Oggetto di studio sono altresì i diversi tipi contrattuali e le forme di responsabilità contrattuale ed extracontrattuale derivanti dalla stipula di contratti turistici e dall'esercizio delle professioni turistiche.

Testi Consigliati

FRANCESCHELLI - MORANDI, Manuale di diritto del turismo, Giappichelli, Torino, ultima edizione. Un codice civile aggiornato

Marketing del Turismo

PROF. ANTONIO FERRANDINA

Appartenente al Corso integrato: Marketing del turismo - Economia delle imprese turistiche

Obiettivi

Il corso si propone di affrontare in modo organico gli elementi del marketing applicato al settore del turismo. Le lezioni formative-concettuali saranno integrate da esercitazioni pratiche e da verifiche periodiche con simulazioni aziendali su software specifici.

Contenuti

Elementi generali di marketing strategico e operativo Per un totale di n. 3 crediti
PARTE PRIMA Il marketing del viaggio turistico
PARTE SECONDA Il marketing del prodotto alberghiero
Il marketing del prodotto crocieristico
Il marketing delle attrazioni turistiche
PARTE TERZA Struttura di un Piano di Marketing
Sviluppo completo del piano di marketing
La redazione del Marketing Plan di un'azienda turistica Per un totale di n. 3 crediti

Testi Consigliati

A. FERRANDINA, F. CARRIERO, Il Piano Marketing. Guida Strategico-Operativa, Ipsoa, Milano, 2005
F. CASARIN, Il Marketing Dei Prodotti Turistici, Giappichelli, Torino, 1996

Sociologia dei Consumi

PROF. NON DEFINITO

Appartenente al Corso integrato: Sociologia dei consumi - Economia delle imprese turistiche

Obiettivi

Il corso si propone di condurre gli studenti alla conoscenza degli strumenti essenziali elaborati dalla sociologia per comprendere il consumo, che si configura non solo come fenomeno economico, ma anche culturale e politico. Verranno poste in evidenza le funzioni del consumo nel consolidamento delle relazioni sociali, ed il loro ruolo nelle strategie impiegate dalle persone per distinguersi dai membri di altri gruppi

Contenuti

• La nascita del consumo: o Dal commercio – Mukerij o Dalla politica – McCracken o Dall'economia : McKendrick o Dal lusso - Sombart o Dalla cultura romantica - Campbell o Dallo spettacolo delle merci - Codeluppi • Teorizzazioni sull'uso dei beni: Douglas – Isherwood; Baudrillard, Veblen, Bourdieu • Gli oggetti e le merci: o Il feticismo – Marx o La biografia delle cose – Kopytoff o I beni di famiglia - McCracken Modulo 2: • Il significato del consumo nell'appartenenza di classe • La pubblicità e la moda • Evoluzione dello shopping • Il turismo • Il mutamento dei bisogni alla luce della globalizzazione • La McDonaldisazione della società

Testi Consigliati

CORRIGAN P., La sociologia dei consumi, Milano, Franco Angeli, 1999. PASSATELLI R., Consumo, cultura e società, Il Mulino, Milano, 2004. Ritzer G., Il mondo alla McDonald's, Bologna, Il Mulino, 1997

Statistica del Turismo

PROF. ANTONIO RINALDO DISCENZA

Appartenente al Corso integrato: Statistica del turismo - Economia delle imprese turistiche

Obiettivi

Questo corso si propone di fornire agli studenti una panoramica dei dati disponibili nell'ambito della statistica ufficiale riguardanti il fenomeno turistico. Si tratteranno gli aspetti metodologici della progettazione di un'indagine statistica per la raccolta dei dati e si illustreranno alcune tecniche statistiche per l'analisi del fenomeno turistico, in particolare, la segmentazione e la previsione della domanda turistica

Contenuti

- Statistica e Turismo: definizioni e indicatori; le statistiche sulla domanda e sull'offerta turistica; il sistema delle indagini statistiche sul turismo in Italia; le statistiche economiche del settore Turismo. - Fase pre-osservazionale dell'analisi statistica: le fasi per la realizzazione di una ricerca, le tecniche di campionamento, il questionario, l'intervista diretta, il sondaggio telefonico, il sondaggio postale, le indagini ripetute e i panel. - Fase post-osservazionale dell'analisi statistica: integrazione delle fonti di dati sul turismo, l'analisi dei dati statistici sul turismo; le rappresentazioni grafiche di dati multidimensionali; la regressione lineare multipla; la cluster analysis; la segmentazione della domanda turistica; la previsione della domanda turistica.

Testi Consigliati

A. R. DISCENZA, Appunti delle lezioni A.A. 2006-2007 (con esercitazioni – Disponibili on line) P. PASETTI, Statistica del Turismo, CAROCCI. S. ZANI, Analisi dei Dati Statistici, Giuffrè Editore Brasini S. - TASSINARI F. - TASSINARI G. 'Marketing e pubblicità. Metodi di analisi statistica, 1996 Il Mulino (Cap.V Parr. 1, 2,3,5 escluso il par. 2.3)

finito di stampare
presso Visto Si Stampi
c.da Colle delle Api - Campobasso



UNI EN ISO 9001:2000

Tel. 0874.65500
luglio 2007

