



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PALERMO

DIPARTIMENTO	Scienze Economiche, Aziendali e Statistiche		
ANNO ACCADEMICO OFFERTA	2021/2022		
ANNO ACCADEMICO EROGAZIONE	2021/2022		
CORSO DILAUREA MAGISTRALE	TOURISM SYSTEMS AND HOSPITALITY MANAGEMENT		
INSEGNAMENTO	MARKETING AND POSITIVE ORGANIZATIONS FOR TOURISM C.I.		
CODICE INSEGNAMENTO	20742		
MODULI	Si		
NUMERO DI MODULI	2		
SETTORI SCIENTIFICO-DISCIPLINARI	SECS-P/08, SECS-P/07		
DOCENTE RESPONSABILE	FORMICA SANDRO	Professore a contratto	Univ. di PALERMO
ALTRI DOCENTI	FORMICA SANDRO	Professore a contratto	Univ. di PALERMO
CFU	12		
PROPEDEUTICITA'			
MUTUAZIONI			
ANNO DI CORSO	1		
PERIODO DELLE LEZIONI	Annuale		
MODALITA' DI FREQUENZA	Facoltativa		
TIPO DI VALUTAZIONE	Voto in trentesimi		
ORARIO DI RICEVIMENTO DEGLI STUDENTI	FORMICA SANDRO Lunedì 09:00 12:00 Ufficio Dr. Prof. Decantis		

DOCENTE: Prof. SANDRO FORMICA

PREREQUISITI	NESSUNO
RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI	Conoscenza e capacita' di comprensione e acquisizione delle metodologie di base per condurre analisi necessarie alla descrizione e misurazione delle attività di marketing e di organizzazioni positive nei settori dell'ospitalità e turismo. Ci si attende che gli studenti possano sviluppare le capacita' di comprendere ed elaborare criticamente dati, testi e rappresentazioni grafiche che includono l'utilizzo degli strumenti e delle strategie di marketing e organizzazioni positive, quali il branding, target marketing, positioning, resilienza, proposito personale e aziendale. Abilita' comunicative Capacita' di esporre e sintetizzare i risultati. Gli studenti dovranno essere in grado di interpretare e di comunicare con efficacia e chiarezza i principali elementi che descrivono i processi e le procedure rivolte all'attuazione delle attività proprie delle organizzazioni positive.
VALUTAZIONE DELL'APPRENDIMENTO	Con riferimento ad entrambi i moduli, l'esaminando risponderà a due domande scritte su tre, su tutte le parti oggetto del programma, con riferimento ai testi consigliati. Per monitorare il livello dell'apprendimento e migliorare l'interazione tra docente e discente, potranno inoltre effettuarsi prove in itinere, tramite prove scritte e presentazioni di specifici argomenti, con conseguenti discussioni di gruppo. La verifica finale mira a valutare se lo studente abbia conoscenza e comprensione degli argomenti, abbia acquisito competenza interpretativa ed autonomia di giudizio. METODI DI VALUTAZIONE (Valutazione in trentesimi) L'esito della prova sarà considerato: ECCELLENTE (30-30 e lode) se lo studente mostrerà ottima conoscenza degli argomenti, ottima proprietà di linguaggio, buona capacità analitica, e di essere in grado di applicare le conoscenze per risolvere i problemi proposti; MOLTO BUONO (26-29) se lo studente mostrerà buona padronanza degli argomenti trattati, piena proprietà di linguaggio e di essere in grado di applicare le conoscenze per risolvere i problemi proposti; BUONO (24-25) se lo studente mostrerà di avere conoscenza di base dei principali argomenti, discreta proprietà di linguaggio, limitata capacità di applicare autonomamente le conoscenze alla soluzione dei problemi proposti; PIU' CHE SUFFICIENTE (20-23) se lo studente mostrerà di non avere piena padronanza degli argomenti principali ma possiede una discreta conoscenza degli stessi, soddisfacente proprietà di linguaggio, scarsa capacità di applicare autonomamente le conoscenze acquisite; SUFFICIENTE (18-19) ove lo studente mostrerà minima conoscenza di base degli argomenti principali dell'insegnamento e del linguaggio tecnico, minima capacità di applicare le conoscenze acquisite; INSUFFICIENTE se lo studente non possiede una conoscenza accettabile dei contenuti degli argomenti trattati nell'insegnamento. Per gli studenti frequentanti il voto terrà conto della presentazione individuale in aula del progetto di ricerca.
ORGANIZZAZIONE DELLA DIDATTICA	Lezioni frontali e discussioni guidate di gruppo. Presentazioni orali di specifici argomenti e progetti di ricerca, in ambito turistico e dell'ospitalità. Analisi e discussione di casi studio tratti da contesti reali

**MODULO
MARKETING FOR TOURISM**

Prof. SANDRO FORMICA

TESTI CONSIGLIATI

TITLE: Marketing for Hospitality and Tourism, 7th Edition
AUTHOR: P. Kotler., J. Bowen., and J. Makens
PUBLISHER: Prentice Hall

TIPO DI ATTIVITA'	B
AMBITO	50461-Discipline economiche e gestionali
NUMERO DI ORE RISERVATE ALLO STUDIO PERSONALE	114
NUMERO DI ORE RISERVATE ALLE ATTIVITA' DIDATTICHE ASSISTITE	36

OBIETTIVI FORMATIVI DEL MODULO

Al termine del corso, gli studenti comprenderanno il processo di marketing turistico, formuleranno opportunità e strategie di marketing e gestiranno le operazioni di marketing quotidiane

PROGRAMMA

ORE	Lezioni
10	i fondamenti del marketing turistico. Introduzione ai concetti e principi di marketing come la segmentazione del mercato, il targeting e il posizionamento, il marketing mix e la pianificazione del marketing per commercializzare con successo prodotti e servizi turistici
10	Lezioni / discussioni verranno utilizzate per presentare i concetti e gli strumenti che forniscono la base per solidi piani di marketing. Ogni lezione sarà strutturata attorno a un particolare componente del marketing mix di ospitalità. Tutte le attività di marketing turistico pertinenti saranno coperte durante il seminario. Fornire l'accesso ai framework preparerà il terreno affinché gli studenti comprendano i concetti chiave che dovrebbero applicare a casi di studio e al loro piano di marketing individuale (incarichi)
16	I casi di studio offriranno agli studenti l'opportunità di applicare concetti e metodi discussi durante le lezioni a "reali" problemi di marketing. Gli studenti sono tenuti a rivedere e comprendere la situazione del caso prima della discussione in classe, a venire preparati in classe e a contribuire attivamente alla discussione del caso.

**MODULO
POSITIVE ORGANIZATIONS IN TOURISM**

Prof. SANDRO FORMICA

TESTI CONSIGLIATI

Appelo, J. (2016). Managing for Happiness. John Wiley & Sons, Inc.

Cameron, K. (2013). Practicing Positive Leadership. Berret & Koehler.

Kjerulf, A. (2017). Leading with Happiness, Woohoo Press.

Laloux, F., & Wilber, K. (2014). Reinventing organizations: A guide to creating organizations inspired by the next stage in human consciousness. Nelson Parker.

Quinn, R. E. (2015) The Positive Organization. Berret-Koehler Publishers, Inc.

TIPO DI ATTIVITA'	B
AMBITO	50461-Discipline economiche e gestionali
NUMERO DI ORE RISERVATE ALLO STUDIO PERSONALE	114
NUMERO DI ORE RISERVATE ALLE ATTIVITA' DIDATTICHE ASSISTITE	36

OBIETTIVI FORMATIVI DEL MODULO

- 1) Indicare e definire i principali modelli culturali di un'organizzazione e indicare quelli da adottare e gli altri da lasciar andare sulla base di una strategia organizzativa di benessere.
- 2) Formulare una visione organizzativa più ampia ed ecosistemica e implementare modelli comportamentali coerenti con lo scopo aziendale.
- 3) La capacità di analizzare, ridefinire, misurare e monitorare i processi di gestione fondamentali e generare fiducia, impegno, fidelizzazione e felicità.
- 4) La capacità di praticare l'autocoscienza e sperimentare il benessere soggettivo grazie all'allineamento di scopi e valori personali e di formulare un piano d'azione di felicità per gestire se stessi e gli altri.
- 5) Scrivere e attuare un piano di sviluppo della Leadership positiva, a tutti i livelli dell'organizzazione
- 6) Definire le pratiche e gli strumenti per creare benessere e positività per dipendenti, clienti, venditori, investitori e stakeholder.
- 7) Formulare un piano strategico basato sulla costruzione di una cultura organizzativa positiva e sulla generazione di risultati misurabili delle prestazioni

PROGRAMMA

ORE	Lezioni
8	Le organizzazioni positive definite come luoghi di lavoro con elevate prestazioni e alto coinvolgimento dei dipendenti. Il benessere in strategie di benessere per le parti interessate.
6	Le pubblicazioni scientifiche relative alla produttività della promozione del benessere sul luogo di lavoro. Analisi della letteratura che dimostra che i dipendenti altamente coinvolti e felici sono effettivamente più produttivi.
8	L'industria dell'ospitalità / turismo coinvolta, più di altre industrie, nell'offrire esperienze legate alla felicità e al benessere. Lo sviluppo di competenze necessarie per la soddisfazione professionale e organizzativa.
6	Competenze per imparare e applicare modelli e pratiche scientificamente testati per migliorare relazioni significative, impegno organizzativo e scopo nell'ospitalità.
8	Questo corso sarà altamente interattivo e si prevede una partecipazione attiva. La metodologia del corso è esperienziale con video interattivi, condivisione di piccoli gruppi, giochi di ruolo, esercitazioni in classe e discussioni di grandi gruppi.