

Economia E Gestione Delle Imprese Web Uniroma1

In questa nuova edizione il volume offre un'ampia panoramica delle principali tipologie di imprese turistiche aggiornata ai significativi mutamenti del contesto economico e legislativo. Nella trattazione sono analizzati i cambiamenti del settore turismo, tra cui in particolare l'incremento del mercato online e la crescita dell'offerta extraalberghiera. Articolato in tre parti, il manuale si compone di dieci capitoli scritti da esperti, collegati all'ambito accademico e con specifiche competenze nei diversi settori. Dopo una sezione propedeutica di carattere teorico, sono descritte le più significative tipologie di imprese affermatesi nel corso degli anni nel campo dell'offerta e in quello dell'intermediazione. Il quadro della trattazione conduce ad affrontare il tema dell'impresa turistica da prospettive di complessità del sistema, incoraggiando un approccio critico e non solo descrittivo ai problemi del comparto. Oltre che agli studenti universitari di scienze del turismo, il testo si rivolge anche ai professionisti del settore interessati ad avere un quadro aggiornato della materia. Il presupposto di base della riflessione proposta nel volume è che solo un'impresa forte, nei suoi valori e nell'unicità dei suoi vantaggi competitivi, e un management preparato siano i reali antidoti alla crisi del nostro decennio. Questo manuale intende restituire ai suoi lettori prioritari, gli studenti, un senso logico e sostenibile delle dinamiche delle imprese, in primo luogo tornando ai fondamenti che ne caratterizzano le determinanti d'azione e in secondo luogo rileggendo i più recenti fenomeni aziendali attraverso la comprensione dei contesti settoriali, del ruolo delle risorse e competenze e delle relazioni inter-organizzative. Questa chiave di lettura influenza tutti i capitoli partendo dal presupposto, mai messo in discussione nel testo, che l'impresa sia il soggetto economico fondamentale delle economie di mercato e l'oggetto di riferimento per gli studi di management. Il manuale si snoda utilizzando come prima chiave di lettura quella dell'evoluzione delle imprese e del loro contesto di riferimento, per transitare successivamente verso l'analisi di nuove forme di relazione fra imprese e l'individuazione di meccanismi che influenzano i nuovi fattori alla base del successo delle organizzazioni. In riferimento al contesto competitivo italiano, la seconda parte tende a declinare gli elementi di base delle reti di impresa sulla realtà delle piccole e medie imprese come forma di aggregazione spesso elettiva per la loro crescita competitiva e riconosciuta a livello internazionale come caratterizzante il modello di sviluppo economico italiano. Il volume si rivolge agli studenti dei corsi di Economia e gestione delle imprese, agli studiosi della materia e ai manager e professionisti del settore.

[Copyright: cef554c79b7e16811e24bb598b89f93f](https://www.pdfdrive.com/economia-e-gestione-delle-imprese-web-uniroma1-p123456789.html)