
Le Organizzazioni Del Sistema Turistico

Le imprese di tour operating: analisi degli assetti gestionali e delle complessità economico-finanziarie
Le imprese di viaggio. Analisi strategica e politiche di marketing per il vantaggio competitivo
Politiche dell'ambiente e del territorio
Politica economica del turismo
Nuovi turismi e politiche di gestione della destinazione
Le organizzazioni del turismo
Rapporto sul turismo italiano 2012-2013. XIX Edizione
Ricettività e imprese alberghiere
Il marketing territoriale: idee ed esperienze nelle regioni italiane
Le organizzazioni del sistema turistico
Codice del commercio. La disciplina amministrativa nazionale e regionale. Con CD-ROM
Management delle destinazioni turistiche: sfide per territori e imprese. Il caso di Senigallia e delle Valli Misa e Nevola
Destination governance, aziende turistiche e sviluppo sostenibile
Turismo e territorio. L'impatto economico e territoriale del turismo in Campania
Organizzazione e pianificazione delle attività ecoturistiche: principi ed esperienze
Qualificazione e sviluppo del sistema turistico
Agenzia di viaggi e tour operator
Crustumerium
Nuovi territori. Riflessioni e azioni per lo sviluppo e la comunicazione del turismo culturale
La nuova ospitalità turistica
The Albergo Diffuso Model
Internet for promoting small tourist realities
Il turismo enogastronomico. Progettare, gestire, vivere l'integrazione tra cibo, viaggio, territorio
Il turismo bresciano tra passato e futuro
Leggi fondamentali del diritto pubblico e costituzionale
Destination management organization. Ruolo, organizzazione ed indicatori di performance
Rapporto sul turismo italiano 2008-2009. XVI Edizione
Turismo
Progetto di sviluppo e valorizzazione turistica del Comune di Anzio
I sistemi turistici locali
Governance e marketing territoriale nel turismo. Rapporto 2010
La comunicazione turistica nel mondo globalizzato
New Metropolitan Perspectives
Il direttore tecnico dell'agenzia di viaggi
Compulsory Liability Insurance from a European Perspective
La sfida del turismo sostenibile nelle destinazioni turistiche di massa
Codice del commercio. Con CD-ROM
L'esame scritto e orale di abilitazione alla professione di accompagnatore turistico

Turismo e territorio. Introduzione alle scienze del turismo
Autenticità e interpretazione nell'esperienza turistica

Le Organizzazioni Del Sistema Turistico

Downloaded from smwitoronto.com by guest

NEAL EMMALEE

Le imprese di tour operating: analisi degli assetti gestionali e delle complessità economico-finanziarie Walter de Gruyter GmbH & Co KG

365.797

Le imprese di viaggio. Analisi strategica e politiche di marketing per il vantaggio competitivo Giuffrè Editore

365.731

Politiche dell'ambiente e del territorio FrancoAngeli

This volume is the first of the series Corollaria Crustumina aimed at the publication of conference proceedings, doctoral theses and specialist studies on the Latin settlement of Crustumerium (Rome). It contains multidisciplinary papers of an international group of archaeologists discussing new fieldwork data on Crustumerium's settlement, cemeteries and material culture in light of the site's cultural identity.

Politica economica del turismo Key Editore

L'opera affronta lo specifico segmento della ricettività turistica: un mercato occupato tradizionalmente dagli alberghi e rivoluzionato, grazie alle recenti opportunità tecnologiche, dalla diffusione dell'offerta turistica con nuove formule che sfruttano anche le dimore private. Di fronte a una simile trasformazione la normativa, sia statale sia locale, stenta a tenere il passo, mentre professionisti e operatori devono fronteggiare un intreccio di disposizioni spesso confliggenti, di dubbia legittimità e difficile interpretazione, ma il cui mancato corretto adempimento comporta conseguenze. Si tratta di un testo introduttivo che, con ottica interdisciplinare e lo sguardo del giurista, tratteggia una mappatura dei soggetti che offrono ospitalità turistica in Italia in questa particolare fase evolutiva, offrendo spunti di riflessione sui temi più rilevanti e rinviando approfondimenti e opinioni ai testi monografici che seguiranno nella Collana. Il testo è rivolto sia ai professionisti del diritto sia agli operatori del settore.

Nuovi turismi e politiche di gestione della destinazione Maggioli Editore

Il libro nasce dall'intesa tra il Comune di Anzio ed il Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale della Sapienza Università di Roma sulla base dell'esigenza di avviare una attività di ricognizione delle valenze culturali, turistiche e ambientali presenti sul territorio, al fine di dotarsi di uno strumento conoscitivo, di valore scientifico-disciplinare e culturale, utile alla realizzazione di una struttura fornita delle necessarie risorse umane e strumentali per la valorizzazione del patrimonio territoriale e per la promozione del turismo nel Comune di Anzio. La metodologia di indagine si basa sull'analisi di sfondo della realtà di Anzio - articolata in analisi storica, analisi demografica, analisi socio-economica e analisi del comparto turistico - e sull'analisi SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). A conclusione delle indagini sono state scelte le possibili strategie di marketing attuabili con un insieme di progetti ritenuti prioritari per lo sviluppo turistico ed

economico di Anzio, che fanno riferimento al sistema delle relazioni tra città, territorio e spazi urbani; al rapporto tra comunità dei cittadini ed azioni fortemente innovative finalizzate allo sviluppo del turismo; all'individuazione di proposte ad elevato indice di attrattività.

Le organizzazioni del turismo Booksprint

1365.3.1

Rapporto sul turismo italiano 2012-2013. XIX Edizione FrancoAngeli

1365.1.1

Ricettività e imprese alberghiere FrancoAngeli

1805.21

Il marketing territoriale: idee ed esperienze nelle regioni italiane FrancoAngeli

The book aims to face the challenge of post-COVID-19 dynamics toward green and digital transition, between metropolitan and return to villages' perspectives. It presents a multi-disciplinary scientific debate on the new frontiers of strategic and spatial planning, economic programs and decision support tools, within the urban-rural areas networks and the metropolitan cities. The book focuses on six topics: inner and marginalized areas local development to re-balance territorial inequalities; knowledge and innovation ecosystem for urban regeneration and resilience; metropolitan cities and territorial dynamics; rules, governance, economy, society; green buildings, post-carbon city and ecosystem services; infrastructures and spatial information systems; cultural heritage: conservation, enhancement and management. In addition, the book hosts a Special Section: Rregion United Nations 2020-2030. The book will benefit all researchers, practitioners and policymakers interested in the issues applied to metropolitan cities and marginal areas.

Le organizzazioni del sistema turistico Youcanprint

1365.3.5

Codice del commercio. La disciplina amministrativa nazionale e regionale. Con CD-ROM Walter de Gruyter GmbH & Co KG

Statutory obligations to take out liability insurance are, in practice, the most important means to ensure compensability of damage arising from dangerous activities. However, in contrast to the significant practical impact, academic research on the topic has not been extensive so far. This study, therefore, undertakes a comprehensive survey of compulsory liability insurance from nine national perspectives (Austria, Belgium, the Czech Republic, Finland, Germany, Hungary, Italy, Switzerland, and the United Kingdom) and takes constitutional and European law (four freedoms, European Convention on Human Rights) as well as the Principles of European Insurance Contract Law (PEICL) into account. It also contains an extensive economic analysis of compulsory liability insurance and discusses aspects of insurability. A Comparative Report, Conclusions and an Annex containing a compilation of rules on compulsory liability insurance in the nine national legal systems complete the study. It considers in particular: the aims of provisions stating an obligation to take out liability insurance the mandatory content of insurance cover the protection mechanisms linked to compulsory liability insurance the control mechanisms and the sanctions imposed structural

deficiencies of existing compulsory liability insurance systems

Management delle destinazioni turistiche: sfide per territori e imprese. Il caso di Senigallia e delle Valli Misa e Nevola Barkhuis

The hospitality model called "Albergo Diffuso" (AD), or "scattered hotel," has been engineered by Mr Giancarlo Dall'Ara and described by The New York Times as a way of bringing life back to historic towns and rural hamlets by utilizing unused rooms for tourism. This "simple but genial" model devised in Italy in the mid-90's received an award from the UNDP for its sustainability, but despite the spread of AD's, no peer-reviewed books have previously been published in English focusing on this innovation. In this book, the author therefore begins by exploring the AD as a community-based hospitality model, examining both its pros and cons. He then considers conviviality, sense of security, and other factors that Hans Magnus Enzensberger referred to as luxuries of our time for urban dwellers. These represent the key pre-requisites a location must possess to be deemed suitable for this innovation. Next, investors and co-interested private, public and not-for-profit associations are provided with a structured framework to help them achieve a defensible competitive advantage by harnessing the economic potential of valuable, rare, inimitable and non-substitutable (VRIN) resources. The final section assesses the AD as a business model, evaluating various aspects at the heart of any business plan.

Destination governance, aziende turistiche e sviluppo sostenibile FrancoAngeli

100.589

Turismo e territorio. L'impatto economico e territoriale del turismo in Campania Apogeo Editore

366.61

Organizzazione e pianificazione delle attività ecoturistiche: principi ed esperienze HALLEY Editrice

Questo breve saggio intende dimostrare la potenza del fattore comunicativo e promozionale nell'incremento dei flussi turistici, con riferimento ad alcuni casi specificatamente italiani. Vengono passati in rassegna gli strumenti utilizzati in quelle località turistiche che si "vendono" meglio. Fare comunicazione turistica è diverso da qualsiasi altro genere di comunicazione ed è uno strumento che, se opportunamente adoperato, può generare ampie ricadute economiche su di un territorio. Un testo consigliatissimo anche per gli Istituti Alberghieri.

Qualificazione e sviluppo del sistema turistico Edizioni Nuova Cultura

Lo sviluppo socio-economico di un territorio segue in genere due direttive che prevedono diverse modalità di coinvolgimento degli operatori economici pubblici e privati: quella "TOP-DOWN" e quella di tipo "BOTTOM-UP". Non sempre, nella realtà, gli obiettivi sistemici sono stati conseguiti. Buoni risultati sono possibili quando si opera in una dimensione di tipo "Corporate"; mentre in una dimensione di tipo "Community" si riscontrano difficoltà di integrazione tra operatori pubblici e privati che possono generare comportamenti opportunistici (definiti, metaforicamente, le "fughe in avanti"). Un sistema di tipo "Community" può risultare efficiente quando le scelte di governance sono effettuate sulla base di intuizioni che "interpretano" le consuetudini della cultura locale, cioè fanno leva sullo spirito di spontaneità nell'aggregazione sociale e nella condivisione delle risorse, su comportamenti sistemici "sedimentati" nella cultura locale. E ciò appare un indiscutibile fattore di successo. Nella progettazione dello sviluppo di un territorio oltre a valutare attentamente la vocazione d'area occorre dare un peso particolare anche alla "core competency", non solo a livello d'impresa ma anche a livello di comunità. L'efficienza di un sistema che deve competere a livello globale dipende, infatti, da una grande varietà di fattori. I classici strumenti manageriali sono utili quando il manager opera nell'ambito dell'ottica d'impresa; quando invece egli svolge il suo compito nell'organizzazione che gestisce un sistema di tipo "community" (che deve arrivare a coinvolgere anche i privati cittadini nelle scelte strategiche - DMO) occorrono anche strumenti di lavoro e competenze di carattere sociologico. Nell'ambito di questo quadro generale occorre tenere presente che il mercato turistico presenta tre peculiarità di fondo che rendono complessa e difficile la gestione delle imprese: la contestualità della produzione e del consumo del prodotto turistico, la rigidità dei costi e l'imprevedibilità della domanda, condizionata dalle preferenze indotte dagli stili di vita, dai cambiamenti climatici e dagli attacchi terroristici.

Agenzia di viaggi e tour operator FrancoAngeli

Crustumerium Touring Editore

Nuovi territori. Riflessioni e azioni per lo sviluppo e la comunicazione del turismo culturale Vita e Pensiero

La nuova ospitalità turistica FrancoAngeli