

MANAGEMENT DEL TURISMO

Dal fordismo delle vacanze al global tourism, con la prospettiva imminente del "global tourism space 4.0": in pochi decenni il settore turistico si è trasformato da artigianale a post-industriale, mantenendo posizioni di vertice nei ranking mondiali, ed è chiamato ora ad affrontare la complessa transizione al digital tourism. Il testo analizza l'evoluzione del settore nel contesto globale, con particolare attenzione sia alla competitività di destinazioni e imprese sia alle criticità sistemiche con l'ausilio di focus e case history mirate, utili per l'analisi delle tematiche che emergono dalle trasformazioni in atto.

Con un approccio "knowledge-vision-solution" vengono fornite le metodologie e le tecniche necessarie per la formulazione delle strategie aziendali. Il lavoro è rivolto agli studenti di corsi universitari e postuniversitari, ai manager del settore e a quanti volessero approfondire la tematica del mercato turistico globale 4.0.

ALDO D'ELIA è docente di Economia e gestione delle imprese turistiche all'UNISOB di Napoli. Membro Aiest, svolge l'attività di Senior advisor per lo sviluppo di investimenti e progetti turistici privati e pubblici.

È stato Presidente della Azienda del Turismo di Napoli-Palazzo Reale e membro di cda di enti e aziende. In precedenza, ha pubblicato libri di testo per RCS e per Il Sole 24 Ore, oltre a diversi contributi per riviste scientifiche, quotidiani e periodici. Ha svolto attività seminariali e di docenza in diverse università italiane e alla Business School de Il Sole 24 Ore.

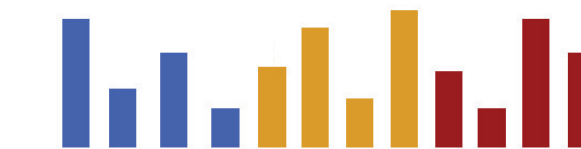
A. D'ELIA

MANAGEMENT DEL TURISMO

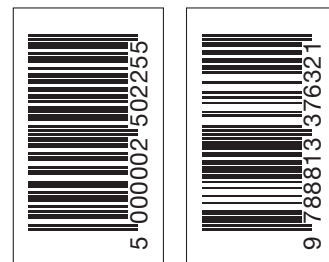
Aldo D'Elia

MANAGEMENT DEL TURISMO

IMPRESE E DESTINAZIONI
NELLA NEW ECONOMY DEL TURISMO



Wolters Kluwer



€ 45,00 I.V.A. INCLUSA