

L'AILUN è stata costituita nel 1986 con lo scopo di promuovere e diffondere i valori dell'imprenditorialità e della managerialità, in un contesto culturale di studi superiori in cui siano assicurati il confronto delle idee, la critica attenta, la libertà di ricerca scientifica. E' stata riconosciuta come Ente Morale con D.P.R. del 5.8.1988.

In attuazione dei suoi fini statutari, col finanziamento della Regione Autonoma della Sardegna, ha avviato a partire dal 1991 la propria attività di alta formazione e ricerca nel campo delle scienze sociali, con l'istituzione del **Master internazionale in Scienza dell'Organizzazione**. Forte dell'esperienza maturata, a partire dal 2002 ha istituito, col contributo della Camera di Commercio di Nuoro e il sostegno della Federalberghi, anche il **Master internazionale nel Settore Turistico**.

Nel 2006 è stata costituita l'**Associazione Alumni Ailun**, su iniziativa degli allievi del Master internazionale in Scienza dell'Organizzazione e del Master internazionale nel Settore Turistico, edizioni 2005. L'Associazione culturale ha lo scopo di diffondere i valori dell'AILUN e concorrere al perseguimento dei suoi obiettivi; essa costituisce un importante momento di consolidamento del capitale sociale dell'AILUN e di rafforzamento del rapporto fra gli Alumni e la Scuola.



Nella zona più affascinante della Sardegna, in una natura integra e incontaminata, 8 mesi di concentrazione e di studio per mettersi alla prova, confrontarsi e ridefinire la propria cultura e la propria professionalità.

Informazioni. Nel sito web della Scuola sono disponibili: le informazioni sui programmi dei Master internazionali AILUN, sulla **Faculty estera** (coi profili dei docenti e alcuni loro lavori scientifici) e sui corsi tenuti dalla **Faculty italiana**; le informazioni sul Direttore dei Master e sullo Staff; il modulo e le informazioni per la presentazione delle domande di ammissione; le testimonianze degli allievi delle precedenti edizioni e i loro indirizzi email.

AILUN - ALTA FORMAZIONE MANAGERIALE



Via Pasquale Paoli, 08100 Nuoro
Tel. 0784 226 226 - Fax 0784 203 158

web site: www.scienze sociali.ailun.it
email: masters@ailun.it

MASTER INTERNAZIONALE IN SCIENZA DELL'ORGANIZZAZIONE

XVIII edizione (aprile 2008 - aprile 2009)

MASTER INTERNAZIONALE NEL SETTORE TURISTICO

VII edizione (aprile 2008 - aprile 2009)

col contributo della Camera di Commercio di Nuoro



**Una esperienza formativa unica
per chi vuole costruire sulla conoscenza
e l'impegno il proprio futuro**



L'ALTA FORMAZIONE COME FATTORE STRATEGICO DI SVILUPPO

Le analisi economiche e sociali più avanzate mostrano che l'investimento in capitale umano è da considerarsi il fattore di sviluppo preminente e strategico, rispetto agli investimenti in capitale fisico sia di tipo infrastrutturale, sia di tipo direttamente produttivo.

Questa prospettiva, pur non negando l'ovvia importanza del capitale fisico, ribalta gli approcci fino ad oggi perseguiti dalle politiche economiche di sviluppo, in quanto considera il capitale umano come una creazione di ricchezza che entra nella logica del mercato e delle esternalità positive, così come entra nella logica dei tassi di rendimento sociale degli investimenti pubblici.

Senza capitale umano adeguato agli obiettivi di crescita prefissati e senza i benefici sociali indotti che lo caratterizzano non può avviarsi (nel caso di economie arretrate), né può continuare (nel caso di economie avanzate) alcun processo di sviluppo e di crescita economica.

Il capitale umano, se riesce a superare la "massa critica", può diventare esso stesso un fattore attrattivo di investimenti esogeni, può attivare risorse endogene non ancora adeguatamente sfruttate, può crearne di nuove nel caso in cui sia orientato alla ricerca scientifica e tecnologica; comunque può essere rilevante almeno quanto gli altri beni e servizi negli interscambi con le strutture socio-economiche esterne.

Tra le varie tipologie di capitale umano, tutte altrettanto importanti, quella derivante dall'alta formazione ha il tasso di rendimento sociale più elevato dato che, in un sistema socio-economico, il livello culturale e professionale generalizzato del capitale umano è direttamente proporzionale alla capacità del sistema di progettare e combinare i fattori produttivi in funzione dello sviluppo.

L'AILUN opera da quasi 20 anni in questa prospettiva. L'obiettivo dell'alta formazione AILUN è quello di contribuire a creare una professionalità adatta a ricoprire i ruoli manageriali e organizzativi di una società e di un mercato aventi una struttura complessa, globalizzata e altamente dinamica. Una professionalità: (a) in grado di inquadrare le problematiche concrete con capacità di sintesi ed entro schemi di riferimento scientifici; (b) in grado di realizzare scelte coerenti, anche in condizioni di rischio e di incertezza; (c) in grado di affrontare i processi di mobilità orizzontale e verticale e di riconversione e riqualificazione nei ruoli lavorativi, derivanti dalle innovazioni tecnologiche e dai cambiamenti sociali.

Il processo formativo AILUN è stato progettato in questa logica, combinando tre fattori strategici: (a) un corpo docente internazionale, che rappresenta le linee di ricerca più avanzate e innovative nel campo delle scienze sociali (economia, psicologia, sociologia); (b) una prospettiva unificante di sintesi, costituita dalla integrazione delle scienze sociali; (c) un modello didattico volto a sviluppare negli allievi le componenti attitudinali e comportamentali di tipo professionale, unitamente agli atteggiamenti propri dell'imprenditorialità, della responsabilità e delle posizioni di *leadership*.

AMMISSIONE

Destinatari. I Master internazionali AILUN sono riservati a 15/20 allievi per ciascun corso e sono diretti primariamente a laureati in discipline economiche, sociologiche, psicologiche, politiche, giuridiche, letterarie, filosofiche e ingegneristiche, pur non escludendo tutti gli altri tipi di laurea. Vengono accettate anche le domande presentate dai laureandi delle sessioni marzo/aprile 2008.

Profilo. Il candidato per i Master internazionali AILUN deve essere responsabile e determinato nel perseguimento dei propri obiettivi. Ciò che rileva maggiormente ai fini dell'ammissione è la reale motivazione del candidato, la sua disponibilità al cambiamento e la compatibilità del suo modello culturale con gli obiettivi scientifici e professionalizzanti dei Master. E' richiesta, inoltre, una conoscenza di base dell'inglese.

Selezioni. Le prove di selezione consistono in esami scritti di abilità linguistica e cultura generale, colloquio in lingua inglese, test e colloqui psico-attitudinali, prove dinamiche di gruppo. Sedi di svolgimento: Nuoro e Roma (per i non residenti in Sardegna).

Scadenza. Le domande di ammissione devono essere inviate entro il **25 marzo 2008**, utilizzando il modulo disponibile anche nel sito web della Scuola. I candidati possono presentare domanda per i due Master.

Si consiglia di comunicare via email o via fax l'invio della domanda, indicando un recapito telefonico presso il quale il candidato possa essere contattato direttamente. Verranno prese in considerazione anche le domande inviate dopo la data di scadenza, purché pervengano entro il completamento delle attività di selezione, previa sollecita comunicazione, via email o via fax, dell'inoltro della domanda.

Costo. L'AILUN garantisce a tutti gli allievi la copertura del costo per la frequenza dei Master, quantificabile in euro 15.000 per allievo. Tutto il materiale didattico viene distribuito gratuitamente. Restano a carico degli allievi solo le spese di vitto e alloggio.

STAGES

Numerose imprese ed enti pubblici e privati collaborano con l'AILUN per la realizzazione degli *stages*; nelle edizioni più recenti dei Master: Abercrombie & Kent Europe Ltd (Gran Bretagna, Francia, Toscana); Adecco (Sardegna); Adria Congrex (Emilia Romagna); Belle Tourism International (Cina); Bridgestone Metalpha (Sardegna); Casa di cura privata polispecialistica Sant'Elena (Sardegna); Datalogic Mobile (Emilia Romagna); Delphina Resorts (Sardegna); Forte Village Resort (Sardegna); Four Seasons Hotel (Lombardia); Future Drive srl (Lombardia); Ideazione srl (Piemonte); International Institute for Peace through Tourism (USA); Parco nazionale dell'Abruzzo, Lazio e Molise (Abruzzo); Park Hyatt (Lombardia); PlastWood (Irlanda, Inghilterra, Germania, Francia, Lombardia); Portale Sardegna (Sardegna); Smith College at Northampton (USA); Società Veneta Consulting, Gruppo Coreconsulting (Veneto); Sardinian Way (Sardegna); Starwood Hotels (Sardegna); Tiscali (Sardegna); Thema Nuovi Mondi (Lombardia); United Nations Environment Program (Francia).

Placement. L'85% degli allievi che frequentano con reale impegno e profitto inizia la propria carriera lavorativa e professionale entro 6 mesi dalla conclusione dei Master, spesso all'interno delle organizzazioni nelle quali è stata realizzata l'esperienza di *stage*.

DIREZIONE SCIENTIFICA E COORDINAMENTO DIDATTICO

I Master internazionali AILUN sono progettati per offrire agli allievi un **curriculum** completo nei contenuti professionalizzanti, integrato rispetto alle varie prospettive che lo compongono, aggiornato rispetto alle attuali frontiere delle scienze sociali.

Il **dimensionamento di ciascuna classe** (15/20 allievi) e la scelta dei componenti della **Faculty** sono pensati per promuovere il coinvolgimento, l'impegno e la partecipazione attiva e per creare un ambiente vivace e ricco di stimoli, in cui gli allievi possano confrontarsi e misurarsi con le conoscenze più avanzate e innovative e con studiosi di livello internazionale, che realizzano modalità didattiche, non cattedratiche ma interattive, improntate all'umiltà e al rigore di chi vive la ricerca scientifica.

L'**ambiente didattico** è strutturato in modo tale da rendere ottimali i processi di apprendimento. A questo fine quotidianamente, al termine delle lezioni, gli allievi ricevono istruzioni scritte per la successiva fase di *team work*. La composizione e l'organizzazione dei gruppi di studio, le modalità di lavoro e gli obiettivi da conseguire, vengono di giorno in giorno specificati in relazione ai livelli di apprendimento raggiunti dagli allievi.

Le **dinamiche di gruppo** sono particolarmente curate e sono costantemente seguite e sostenute, con riferimento sia all'acquisizione dei contenuti conoscitivi, sia allo sviluppo di atteggiamenti e comportamenti compatibili coi ruoli manageriali. A tal fine vengono realizzati con gli allievi anche incontri di gruppo e colloqui individuali.

La **cultura di condivisione e di collaborazione** che caratterizza l'esperienza formativa AILUN agevola l'instaurarsi di relazioni genuine, profonde e durature e incide positivamente sulla personalità degli allievi.

Giulio Bolacchi è **Direttore scientifico e Coordinatore didattico** dei Master internazionali AILUN dal 1991. Professore di Sociologia e di Psicologia sociale, ha insegnato fino al 1998 nella Facoltà di Economia dell'Università di Cagliari. E' iscritto all'Albo degli psicologi della Sardegna.

Nei Master AILUN svolge lezioni seminariali in cui analizza la struttura logica del linguaggio scientifico e l'insiemistica assiomatica, approfondisce gli aspetti teorici e sperimentali dello studio del comportamento e realizza una sistematizzazione dei vari moduli didattici in una prospettiva di integrazione delle scienze sociali fondata sulle più approfondite e moderne linee di ricerca.

Fra le sue pubblicazioni recenti: *A new paradigm for the integration of the social sciences*, in N. Innis (ed.), *Reflections on Adaptive Behavior: Essays in Honor of J.E.R. Staddon*, MIT Press, 2008 (in stampa); *On "social sciences" and science*, *Behavior & Philosophy*, n. 32, 2004; *Politiche di sviluppo, innovazione, parchi scientifici e tecnologici*, *La Programmazione in Sardegna*, n. 2, 2001; *Il concetto di organizzazione secondo il paradigma scientifico*, in U. Colombo, G. Lanzavecchia (a cura di), *La nuova scienza*, Vol.I: *Dalla tribù alla conquista dell'universo. Scienza, tecnologia e società*, Libri Scheiwiller, 2000; *Il sequestro come fatto sociale*, Editrice Dattena, 1998.

Staff. Il Direttore dei Master AILUN si avvale di uno staff qualificato, che collabora con lui dall'inizio delle attività di alta formazione e ricerca dell'AILUN, costituito dalla Dott.ssa **Rosanna Farci** e dalla Dott.ssa **Rita Olla**, entrambe laureate nella Facoltà di Economia dell'Università di Cagliari.

I PUNTI DI FORZA DEI MASTER INTERNAZIONALI AILUN

I Master internazionali AILUN, una esperienza formativa unica, garantiscono elevati standard qualitativi e criteri di eccellenza e hanno caratteri distintivi e innovativi nel panorama delle *Scuole di Management* e degli MBA.

Sono gli unici realmente internazionali

La quasi totalità dei docenti proviene dalle più prestigiose e qualificate università degli Stati Uniti e da altre università estere. Gli allievi possono perciò confrontarsi, in modo continuativo e diretto, con grandi studiosi di indiscusso valore, operanti nei campi di ricerca più avanzati delle scienze sociali, realizzando in tal modo anche una *full immersion* nella lingua inglese.

Il *network scientifico* dell'AILUN costituisce un capitale sociale di eccezionale importanza, al quale gli allievi hanno l'opportunità di accedere per approfondire e ampliare la propria professionalità. Nessun altro master dispone di una concentrazione di studiosi di così alto livello, ciascuno dei quali da solo è in grado di qualificare sul piano internazionale il settore dell'università a cui appartiene.

Sono gli unici che offrono una professionalità manageriale di alto profilo fondata sull'integrazione delle scienze sociali

L'esigenza di uno stretto collegamento tra *economia*, *psicologia* e *sociologia* si è ormai imposta all'attenzione degli studiosi e trova un decisivo punto di riferimento nell'*analisi sperimentale del comportamento*.

Il programma dei Master internazionali AILUN si fonda su questi nuovi percorsi di ricerca e sul necessario confronto tra gli stessi e le conoscenze consolidate. Esso realizza una reale e innovativa interdisciplinarietà basata su un rigoroso paradigma di integrazione delle scienze sociali, che consente di inquadrare in modo sistematico i contenuti altamente professionalizzanti che vengono trasmessi agli allievi.

Sono gli unici che configurano la formazione come esperienza di self-control fondata sul valore sociale della conoscenza

La didattica è diretta non solo alla trasmissione di contenuti culturali e di schemi operativi, ma anche:

(a) al rafforzamento di atteggiamenti positivi verso la responsabilità, l'impegno, il merito, la cooperazione, l'eccellenza, l'innovazione, l'imprenditorialità;

(b) all'acquisizione di modelli di comportamento fondamentali per operare in ruoli manageriali, concernenti il *problem solving*, la scelta in condizioni di rischio e di incertezza, il controllo degli stati emotivi, la coerenza intertemporale delle scelte, il *time management*, il lavoro di gruppo, il perseguimento dei risultati.

UN OBIETTIVO CULTURALE INNOVATIVO: L'INTEGRAZIONE DELLE SCIENZE SOCIALI

L'esigenza di analisi integrata dei fenomeni economici, psicologici e sociologici, sollecitata anche dalle sfide poste dal mercato e dalla globalizzazione, è ormai largamente riconosciuta e ha aperto nuovi percorsi di ricerca, quali la *behavioral economics* e la *neuroeconomics*, rafforzati dall'attribuzione del Nobel 2002 per l'economia allo psicologo D. Kahneman e all'economista sperimentale V. Smith.

Il programma dei Master internazionali AILUN inserisce questi percorsi nel proprio iter formativo, in quanto utilizza un paradigma di integrazione delle scienze sociali che rende evidenti le relazioni tra *l'economia*, la *psicologia* e la *sociologia*, non solo sul piano del *cognitivismo*, ma con specifico riferimento alle ricerche sperimentali sul *comportamento operante*.

I processi di apprendimento sono caratterizzati da una interdisciplinarietà intesa come operazione di *traducibilità* dei linguaggi delle diverse materie in un linguaggio unitario, il quale consente di superare i confini che tuttora delimitano le varie prospettive di analisi, rendendo la visione dell'uomo e della società segmentata e parziale.

La prospettiva formativa fondata sull'integrazione delle scienze sociali, che costituisce il carattere distintivo dei Master internazionali AILUN, consente agli allievi di acquisire un *background* manageriale solido, moderno e adeguato ai livelli più avanzati delle conoscenze attualmente disponibili: gli allievi non solo apprendono contenuti altamente professionalizzanti, ma approfondiscono i principi basilari e le problematiche fondamentali che stanno alla base delle scienze sociali e di tutte le loro applicazioni.

Da ciò consegue che l'offerta formativa AILUN è strettamente conforme a una professionalità che consente agli allievi dei Master:

- di affrontare le scelte organizzative e di mercato in una logica di individuazione degli aspetti basilari dei problemi, che renda evidenti le variabili strategiche, sulle quali spesso fa velo la specificità dei casi singoli;
- di realizzare tecnologie di gestione del capitale umano in modo altrettanto rigoroso e preciso quanto le tecnologie economiche e quelle tipiche delle varie aree funzionali, organizzative e di impresa;
- di esprimere una professionalità manageriale conforme agli atteggiamenti individuali e collettivi tipici di una società che considera il *mercato* e le *istituzioni* come componenti essenziali, sia pure con modalità diverse, dei processi di sviluppo sociale e di crescita economica.

I Master internazionali AILUN mettono gli allievi in condizione di esercitare posizioni di *leadership* e di promuovere il cambiamento e l'innovazione nelle loro vite, negli ambienti di lavoro, nelle comunità di appartenenza e nella società.

Il cambiamento volto all'acquisizione di una forte identità culturale e sociale è il risultato che viene garantito a tutti coloro che frequentano i Master internazionali AILUN.



Gianna Moscardo è Professor of Business Studies nella **James Cook University** (Australia). Studiosa di psicologia sociale applicata al turismo, si occupa del modo in cui gli individui vivono l'esperienza turistica, in relazione alle loro motivazioni e atteggiamenti, e del modo in cui i gruppi sociali e le comunità locali rispondono alla presenza di flussi turistici, anche con riferimento ai processi di sviluppo turistico regionale. E' Elected Member dell'International Academy for the Study of Tourism.

Comunità locali e sviluppo turistico. Nel Master AILUN illustra le principali applicazioni delle ricerche sul comportamento del turista nel campo delle politiche di sviluppo regionale. Approfondisce le problematiche dell'impatto del turismo sulla destinazione e analizza i fattori che incidono sulla percezione del turismo da parte delle comunità locali, in particolare nelle regioni periferiche.

- Fra le sue pubblicazioni: *Peripheral tourism development: Challenges, issues and success factors*, Tourism Recreation Research, 2005; *Tourism in the 21st century: Lessons from experience* (con B. Faulkner e E. Laws, eds.), Continuum, 2000; *Making visitors mindful: Principles for creating sustainable visitor experiences through effective communication*, Sagamore, 1999.



Philip L. Pearce è Foundation Professor of Tourism nella **James Cook University** (Australia). Esponente di primissimo piano nel campo della psicologia del turismo, è Member dell'International Academy for the Study of Tourism e dell'International Association for Scientific Experts in Tourism. Founding Editor del *Journal of Tourism Studies*; collabora col UNWTO's Education Network for Elite Tourism Universities ed è Vice President dell'Asia Pacific Tourism Association.

Psicologia sociale e comportamento turistico. Nel Master AILUN presenta le principali ricerche nel campo della psicologia sociale applicata al turismo, con riferimento alle tipologie di motivazioni turistiche, alle relazioni fra turisti e all'adattamento del turista alla cultura locale. Esamina il problema dello *shock culturale*, nel quadro della valutazione dell'impatto socio-culturale del turismo, e configura le linee di sviluppo della ricerca sul comportamento turistico.

- Fra le sue pubblicazioni: *Tourism: Bridges across continents* (con A.M. Morrison e J.L. Rutledge), McGraw-Hill, 1998; *The Ulysses factor: Evaluating visitors in tourist settings*, Springer-Verlag 1988; *The social psychology of tourist behaviour*, Pergamon, 1982.



Muzaffer S. Uysal è Professor of Tourism Research e Associate Dean del **College of Hospitality, Retail and Sport Management, University of South Carolina** (USA). Studioso di riconosciuto valore e prestigio nel campo turistico, ha ricevuto l'ANBAR Citation of Excellence and Highest Quality Rating 1997-2001. E' Co-Editor di *Tourism Analysis: An Interdisciplinary Journal* e Member of the International Academy for the Study of Tourism e dell'Academy of Leisure Sciences.

Analisi della domanda e segmentazione del mercato turistico. Nel Master AILUN illustra i principali metodi di stima e segmentazione della domanda turistica e i potenziali fattori di attrazione per le strategie di *targeting* e di marketing regionale (immagine, posizionamento, *branding*). Analizza inoltre i problemi connessi alla valutazione dell'impatto del turismo sulla destinazione.

- Fra le sue pubblicazioni: *Current issues and development in hospitality and tourism satisfaction* (con J.A. Williams, eds.), Haworth, 2004; *Consumer psychology of tourism, hospitality and leisure* (con G. Grouch, R. Perdue, H. Timmermans, eds.), CABI Publishing, 2004; *Increasing State market share through a Regional positioning* (con J. Chen e D. Williams), Tourism Management, 2000.



Gary K. Vallen è Professor of Hospitality Management and Operations nella **School of Hotel and Restaurant Management, Northern Arizona University** (USA). Intraprende la carriera universitaria dopo un'esperienza decennale in ruoli manageriali nell'industria dell'ospitalità; coniuga attività accademica e consulenza, che realizza tramite la Gary Vallen Hospitality Consultants, consociata della University Associates, Inc.

Metodi di valutazione del management alberghiero. Nel Master AILUN illustra i principali metodi di valutazione utilizzati nella gestione delle attività alberghiere: i parametri di segmentazione dell'offerta (marchio, qualità, target, servizi); la conformità delle operazioni di gestione dell'impresa alberghiera ai criteri di scelta del turista; le tecniche di calcolo del *pricing* e dell'*overbooking*.

- Fra le sue pubblicazioni: *Check-in; check-out: Managing hotel operations* (con J.J. Vallen), Prentice Hall, 7 ed. 2004; *An introduction to hospitality management* (con H.B. Van Hoof, M.E. McDonald, L. Yu), Irwin Professional, 1996; *Hospitality burnout: Its scope and relationship to management style*, Council on Hotel Restaurant and Institutional Education, Annual Conference, 1992.



Brian King è Professor e Head della **School of Hospitality, Tourism and Marketing, Victoria University** (Australia). Si distingue per i suoi studi interdisciplinari che coniugano marketing, economia e sociologia del turismo applicati alle problematiche dello sviluppo turistico. È membro dell'International Academy for the Study of Tourism; Joint Editor di *Tourism, Culture and Communication*. Hall of Fame Member in the Victorian Tourism Awards 2001; Best Paper Award, CAUTHE Conference, 2005.

Lo sviluppo turistico nelle aree in via di sviluppo. Nel Master AILUN affronta i temi dello sviluppo turistico nelle regioni economicamente arretrate (in particolare, nelle aree insulari e periferiche) e nei mercati emergenti. Illustra gli aspetti basilari concernenti la definizione degli obiettivi economici, socio-culturali e ambientali, in un'ottica di sviluppo sostenibile delle destinazioni turistiche.

● Fra le sue pubblicazioni: *Resort-based tourism on the pleasure periphery*, in D. Harrison (ed), *Tourism and the less developed World: Issues and case studies*, CABI Publishing, 2001; *A societal marketing approach to national tourism planning: Evidence from the South Pacific* (con M. McVey e D. Simmons), *Tourism Management*, 2000; *Creating Island resorts*, Routledge, 1997.



Matthew W. Lonam è Executive Director del **Florida Campus at Orlando, Mountain State University**, West Virginia (USA). I suoi interessi accademici concernono la gestione delle attività turistiche e, in particolare, gli studi sulla *leadership*. Ha intrapreso la carriera accademica dopo un'esperienza decennale di tipo dirigenziale nell'industria dell'ospitalità. Ha ricoperto la carica di Vice Presidente per l'area latino americana dell'Educational Institute of the American Hotel & Motel Association.

Pianificazione strategica delle imprese turistiche. Nel Master AILUN illustra i fondamenti di pianificazione strategica applicata alla gestione delle imprese turistiche; in particolare: l'analisi dei fattori competitivi e della capacità di gestione del cambiamento delle organizzazioni, la situazione dell'industria e del macroambiente, la prefigurazione degli obiettivi in relazione ai possibili scenari.

● Ha realizzato numerose esperienze nel campo della didattica *on line* e a distanza; in particolare, è stato Associate Director dell'Accelerated Master of Tourism Administration della George Washington University e presso la stessa Università ha avviato corsi accademici *web based*, rivolti ad adulti e professionisti operanti nel settore turistico.



Dean MacCannell è Professor e Chair of the Landscape Architecture Program della **University of California at Davis** (USA). Antropologo culturale tra i più famosi, ha approfondito il fenomeno turistico nella sua rivisitazione della teoria di T. Veblen. Il suo testo *The tourist: A new theory of the leisure class* del 1976 (tradotto in diverse lingue, ripubblicato dalla University of California Press, rev. ed. 1999) è considerato un classico delle discipline antropologiche e degli studi interdisciplinari sul turismo.

Il comportamento del turista: caratterizzazioni socio-culturali, antropologiche, etnografiche. Nel Master AILUN analizza l'evoluzione del fenomeno turistico nel periodo post-industriale, con riferimento alla nascita della classe media e al concetto di tempo libero. Inquadra le principali formulazioni teoriche del comportamento del turista in termini di ricerca di autenticità e costruzione della realtà sociale nella prospettiva antropologico-etnografica della cultura moderna da lui teorizzata.

● Fra le sue pubblicazioni: *The ego factor in tourism*, *Journal of Consumer Research*, 2002; *Tourist agency*, in *Tourist Study*, 2001; *Series Guide to "The Tourist"*, BBC Publications, 1995; *Empty meeting grounds: The tourist papers*, Routledge, 1992.



Alastair M. Morrison è Distinguished Professor of Hospitality and Tourism Management nel **College of Consumer and Family Sciences, Purdue University**, Indiana (USA). Studioso quotato fra i top five al mondo per i suoi contributi nel campo del marketing turistico, è Elected Fellow dell'International Academy of Scholars in Tourism. Ha ricevuto il Lifetime Achievement Award 1998 dall'International Society of Travel & Tourism Educators.

Il mercato turistico: segmentazione e trend. Nel Master AILUN illustra i *trend* del mercato turistico e propone un modello integrato per la promozione dei sistemi turistici, che analizza nelle loro principali componenti. Approfondisce le problematiche della segmentazione del mercato, del posizionamento competitivo, dell'immagine e del marchio della destinazione. Presenta le opportunità di commercializzazione sul web e i principali criteri di valutazione dei siti di promozione turistica.

● Fra le sue pubblicazioni: *Hospitality and travel marketing*, Delmar Thomson Learning, 3 ed. 2002; *The tourism system* (con R.C. Mill), Kendall/Hunt Publishing Company, 4 ed. 2002; *Predicting usage of the Internet for travel bookings* (con J. Su, J.T. O'Leary), *Information Technology & Tourism*, 2001.

IL MODELLO FORMATIVO AILUN: DIDATTICA INTERATTIVA E TEAM WORK

La formazione AILUN si fonda sull'apprendimento centrato sull'interazione, sul dialogo critico e costruttivo e sulle dinamiche di gruppo, che vengono attivate:

- *durante le lezioni dei singoli docenti*, che nella settimana del loro insegnamento illustrano il proprio campo di studio e i principali temi in discussione, e presentano le proprie ricerche più avanzate, stimolando gli allievi a un confronto rigoroso e a un inquadramento delle problematiche proposte entro schemi di riferimento scientifici;
- *durante le sessioni di studio e approfondimento in gruppi di lavoro*, svolte quotidianamente dagli allievi al termine delle lezioni, che configurano contesti di apprendimento specificamente orientati all'interiorizzazione dei contenuti culturali trasmessi;
- *durante gli incontri col Direttore dei Master*, nei quali si analizzano i contenuti culturali trasmessi, i processi di apprendimento degli allievi, le modalità delle dinamiche di gruppo, il perseguimento degli obiettivi conoscitivi all'interno dei gruppi, i livelli di interiorizzazione da parte degli allievi degli atteggiamenti e dei modelli di comportamento richiesti per operare in ruoli manageriali.

Nei lavori di gruppo gli allievi riformulano i concetti più generali presentati durante le lezioni e ne individuano gli aspetti problematici, i possibili sviluppi e le ipotesi di applicazione.

La prima sessione dell'attività didattica è dedicata alla presentazione a ogni singolo docente, da parte degli allievi, dei lavori di gruppo. In questo modo aumenta il tasso di interazione fra i docenti e gli allievi: ogni docente ha un *feedback* diretto sui processi di apprendimento realizzati dagli allievi e può intervenire per renderli più adeguati al contesto conoscitivo che egli presenta durante il proprio modulo didattico; gli allievi affinano le loro capacità di confronto e hanno la possibilità di discutere e approfondire con ciascun docente le problematiche emerse durante i lavori di gruppo, prima di affrontare i nuovi contenuti conoscitivi.

Agli allievi viene chiesto di analizzare criticamente le posizioni del senso comune, prendere in esame le nuove prospettive scientifiche sull'uomo e sulla società, argomentare e difendere le loro posizioni all'interno di un gruppo che pone quale punto di riferimento meritocratico i risultati che ciascun allievo consegue: (a) nella realizzazione dei lavori di gruppo; (b) nell'interiorizzazione delle conoscenze trasmesse dai docenti; (c) nell'approfondimento delle materie trattate, utilizzando come strumento anche l'interazione sociale; (d) nella disponibilità al dialogo in termini di apertura mentale e di cambiamento, nonché alla condivisione delle conoscenze in termini di cooperazione e di aiuto reciproco volti al conseguimento di obiettivi comuni.

Gli allievi sono stimolati a crescere non solo in consapevolezza e autostima, ma anche, e allo stesso modo, in autocritica e onestà intellettuale; a sviluppare le proprie potenzialità, ma anche a collegare strettamente la propria crescita culturale alla crescita culturale degli altri allievi e, più in generale, dell'intero gruppo al quale appartengono. I risultati dell'esperienza formativa AILUN sono direttamente proporzionali all'impegno e alla dedizione degli allievi nel perseguire questi obiettivi.

MASTER INTERNAZIONALE IN SCIENZA DELL'ORGANIZZAZIONE

Il Master internazionale in Scienza dell'Organizzazione si basa su un programma intensivo di un anno, di cui 8 mesi d'aula, con frequenza obbligatoria a tempo pieno dal lunedì al venerdì (ed eccezionalmente il sabato) per un totale di almeno 50 ore settimanali di lezioni e *team work*, e 3/4 mesi di *stage*.

Il Master: (a) presenta agli allievi un quadro critico delle ipotesi esplicative formulate nell'ambito degli studi organizzativi; (b) utilizza un modello dell'organizzazione nel quale i fattori economici, psicologici e sociologici che la caratterizzano sono approfonditi tanto sul piano teorico, quanto sul piano applicativo; (c) realizza una formazione fondata su schemi operativi compatibili con una professionalità moderna e di alto livello, quale quella richiesta dal mercato, dalle istituzioni e dalla globalizzazione in atto.

Il programma didattico ha una struttura modulare. Ogni docente svolge un modulo settimanale intensivo (circa 20 ore di lezione e 30 ore di *team work*). Ciò consente agli allievi di confrontarsi con un ampio insieme di approcci e prospettive. I moduli didattici sono attinenti ai seguenti campi di ricerca:

- **Metodologia:** Teoria degli insiemi e logica matematica; Linguaggio teorico e sperimentale della scienza; Metodo scientifico e analisi sperimentale del comportamento.
- **Economia:** Microeconomia; Macroeconomia; Economia internazionale; Economia monetaria; Economia sperimentale e teoria dei giochi; *Behavioral economics*.
- **Psicologia:** Comportamentismo e cognitivismo; Condizionamento operante e condizionamento rispondente; Comportamento di scelta e *matching law*; *Judgment* e *decision making*; *Self-control*; Comportamento organizzativo; Comportamento sociale; Atteggiamenti e personalità.
- **Sociologia:** Conflitto e cooperazione; Scambio e potere; Dinamica sociale; *Social networks analysis*; Società civile e istituzioni; Sociologia economica; Sociologia dell'organizzazione; Storia delle problematiche organizzative.
- **Management:** Teoria, modelli e *performance* delle organizzazioni; Programmazione e controllo di gestione; Marketing; *Project management*; Progettazione organizzativa; Qualità totale e *customer satisfaction*; Gestione delle risorse umane; Strategia d'impresa e posizionamento competitivo.

Al termine di ciascuna giornata di lezione (che inizia abitualmente alle 9,30 e termina alle 16,30, con la costante presenza del docente in aula), gli allievi svolgono quotidianamente lavori di gruppo concernenti gli argomenti trattati durante la lezione; questi lavori vengono presentati al docente il giorno successivo.

Lezioni seminariali di sintesi. A cicli settimanali vengono tenute dal Direttore del Master lezioni seminariali di sintesi, per sistematizzare le conoscenze degli allievi in una prospettiva di interdisciplinarietà e di integrazione dei vari moduli didattici.

Stage. Alla fine del percorso formativo è previsto per ogni allievo uno *stage* della durata minima di 3/4 mesi, che può essere realizzato in Italia o all'estero.



Zheng Gu è Professor of Tourism and Convention Administration nel **W.F. Harrah College of Hotel Administration, University of Nevada at Las Vegas** (USA). È uno dei maggiori esperti nel campo della finanza e della ricerca operativa applicata all'industria turistica e dell'ospitalità. È Presidente della Association of Hospitality Financial Management Educators e fa parte dell'Editorial Board del *Journal of Hospitality & Tourism Research*. Consulente del governo cinese per lo sviluppo turistico.

Analisi finanziaria e yield management. Nel Master AILUN presenta i principi dell'analisi operativa e i fondamenti dell'analisi finanziaria applicate all'industria dei servizi turistici, con particolare riferimento allo *yield management*, alle tecniche di previsione dei ricavi e dei margini di profitto, all'analisi della *performance* di mercato, alla quantificazione degli indicatori di rischio di impresa.

• Fra le sue pubblicazioni: *Yield management and its practical applications in hotels* (con J. Caneen), *Journal of Applied Hospitality Management*, 2000; *A multivariate model for predicting business failures of hospitality firms* (con L. Gao), *Tourism and Hospitality Research Quarterly Rev.*, 2000; *Proposing a room pricing model for optimizing profitability*, *Int. Journal of Hospitality*, 1997.



Donald E. Hawkins è Eisenhower Professor of Tourism Policy nella **George Washington University** (USA). Esponente di primo piano degli studi di politica del turismo, rinomato sia nel mondo accademico che presso gli ambienti governativi e professionali, ha ricevuto il UNWTO Ulysses Prize 2003 per i suoi importanti contributi scientifici. È Editor della *World Travel and Tourism Review* e Founding Editor del *Journal of Leisure Research*.

Pianificazione strategica delle destinazioni turistiche. Nel Master AILUN illustra le principali prospettive e *best practices* nel management della destinazione e analizza i requisiti della pianificazione strategica per la realizzazione di sistemi competitivi, con riferimento agli investimenti nel settore turistico, allo sviluppo del prodotto turistico, alla considerazione dell'esperienza del turista secondo l'approccio della catena del valore. Presenta anche alcuni casi di *cluster* competitivi.

• Fra le sue pubblicazioni: *Sustainable tourism competitiveness clusters: Application to World Heritage sites network development in Indonesia*, *Asia Pacific Journal of Tourism*, 2004; *Ecotourism: A guide for planners and managers* (con K. Lindberg), *The International Ecotourism Society*, 1993.



Jafar Jafari è Professor of Hospitality and Tourism nella **University of Wisconsin at Stout** (USA). Antropologo culturale ed eminente studioso del turismo in una prospettiva socio-psicologica e economica, è Founding Editor degli *Annals of Tourism Research* (la più importante rivista del settore), Chief Editor di *Tourism Social Science Series*, Co-Founding Editor di *Information Technology & Tourism*. Founding President dell'International Academy for the Study of Tourism; UNWTO Ulysses Award 2005.

Il turismo come sistema socio-culturale. Nel Master AILUN analizza gli aspetti socio-culturali del fenomeno turistico, con particolare riferimento al ruolo delle comunità locali nell'industria turistica, ai problemi della compatibilità fra culture locali e cultura dell'accoglienza, ai timori di "turistificazione" e agli ostacoli posti allo sviluppo turistico da parte delle comunità locali. Presenta alcune ipotesi teoriche da lui formulate concernenti le condizioni per un turismo socialmente sostenibile.

• Fra le sue pubblicazioni: *Encyclopedia of Tourism* (ed.), Routledge, 2003; *Multicultural strategies in tourism* (con W. Way), *Cornell Hotel & Restaurant Administration*, 1994; *Tourism models: The sociocultural aspects*, *Tourism Management*, 1987.



Carson L. Jenkins è Emeritus Professor of International Tourism nella **Scottish Hotel School, University of Strathclyde** (Gran Bretagna). Rinomato studioso di formazione primariamente economica, è apprezzato per la sua attività di ricerca e consulenza al livello internazionale. Ha collaborato con le agenzie di sviluppo di oltre 70 nazioni (molte in via di sviluppo) in materia di politiche per il turismo. È Tourism Adviser della Al Ain Economic Development and Tourism Promotion Authority.

Politiche del turismo: modelli teorici e aspetti operativi. Nel Master AILUN analizza le problematiche connesse alla definizione delle politiche del turismo, sia sul piano dei modelli teorici, sia con riferimento agli aspetti più operativi (formulazione dei piani di intervento, formazione e sviluppo delle risorse umane). Inquadra i temi di politica turistica nel contesto normativo e istituzionale.

• Fra le sue pubblicazioni: *The evolution of tourism planning in Third-World countries: A critique* (con C. Tosun), *Progress in Tourism and Hospitality Research*, 1999; *Introduction to tourism* (con L.J. Lickorish), Heinemann Educational Books, 1997; *Tourism and economic development in Asia and Australasia* (con F.M. Go), Cassell, 1997.



Eugenio Aguiló Pérez è Chair Professor of Applied Economics e Dean of the Faculty of Economics della **Universitat de les Illes Balears** (Spagna); è anche Direttore del Master en Gestión Turística della stessa Università. Economista con interessi nell'economia industriale, ambientale e del turismo, è Vice Presidente della Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo (AECIT) e collabora col governo spagnolo e delle Baleari in materia di economia e politiche del turismo.

Economia del turismo. Nel Master AILUN illustra le caratterizzazioni economiche del settore turistico, con particolare riferimento alla struttura del mercato e alle determinanti della spesa turistica nell'area del Mediterraneo, nelle isole e nelle destinazioni mature. Presenta il modello di sviluppo turistico delle Isole Baleari e illustra alcune ricerche relative agli atteggiamenti dei residenti verso l'industria turistica e le politiche di sviluppo turistico.

- Fra le sue pubblicazioni: *Host community perceptions* (con J. Rosselló Nadal), *Annals of Tourism Research*, 2005; *The short-term price effect of a tourist tax through a dynamic demand model* (con A. Riera e J. Rossello), *Tourism Management*, 2005.



Donald J. Anderson è Director of the Office of Professional Development e Director dell'Executive Program in Destination Management del **College of Consumer and Family Sciences, Purdue University**, Indiana (USA). Opera al livello internazionale come consulente accreditato CMC e Honorary Certified Destination Management Executive (CDME); è specializzato nel marketing della destinazione e nella valutazione degli standard di qualità dei servizi turistici.

Destination leadership. Nel Master AILUN presenta le più recenti tendenze nel campo della *destination leadership* e approfondisce i temi della pianificazione strategica e operativa, della definizione delle *partnerships*, dello sviluppo dei prodotti turistici tipici e delle relazioni con le comunità locali. Illustra alcuni casi relativi al turismo insulare, al turismo montano, al turismo enogastronomico.

- Numerose le sue attività che coniugano l'aspetto formativo e quello consulenziale; fra queste: la direzione dell'Executive Program in Destination Management (CDME) per conto della Destination Marketing Association International (Washington, DC) e la direzione dell'International Destination Executive Administrator Program per conto della Hangzhou Tourism Commission (Cina).



Bernhard Giesen è Professor of Sociology e Chair of the Department of Macrosociology della **Universität Konstanz** (Germania). Sociologo europeo di grande fama e prestigio, molto apprezzato sul piano internazionale, dal 2001 è Visiting Professor nel Department of Sociology della **Yale University**, dove tiene ogni anno lo Standing Seminar of Cultural Sociology. I suoi principali contributi riguardano i temi dell'identità e dei codici culturali, con particolare riferimento alle società europee.

Sociologia delle culture: etnicità, identità e confini sociali. Nel Master AILUN analizza alcuni fra i principali temi concernenti l'analisi delle culture: i concetti di etnicità e di identità collettiva nelle società contemporanee, le differenti rappresentazioni dell'identità nazionale e le tipologie di confini sociali, l'impatto della cultura sull'economia. Queste problematiche sono esaminate anche con riferimento alle differenti prospettive sulla globalizzazione e alle implicazioni nel campo turistico.

- Fra le sue pubblicazioni: *Social performance. Symbolic action, cultural pragmatics and ritual* (con J.C. Alexander e J.L. Mast, eds.), Cambridge University Press, 2006; *Noncontemporaneity, asynchronicity and divided memories*, *Time & Society*, 2004.



Charles R. Goeldner è Emeritus Professor of Marketing and Tourism nella **Leeds School of Business, University of Colorado at Boulder** (USA) e Co-director of the Center for Sustainable Tourism. Pioniere indiscusso degli studi sul turismo, è Editor del *Journal of Travel Research*. In suo onore la Travel and Tourism Research Association (che gli ha attribuito l'Achievement Award 1992) ha istituito il Goeldner Article of Excellence Award; la National Tourism Foundation ha creato un fondo in suo nome.

L'industria turistica e il ruolo del marketing. Nel Master AILUN offre un quadro generale dello sviluppo del settore turistico, con riferimento alle caratteristiche dell'industria turistica, alla ricerca in campo turistico, alle politiche turistiche. In questo contesto presenta l'evoluzione del ruolo del marketing e analizza i temi della segmentazione del mercato e del posizionamento competitivo, del *marketing mix* e della definizione degli standard di qualità dei servizi turistici.

- Fra le sue pubblicazioni: *Tourism: Principles, practices, philosophies* (con J.R.B. Ritchie e R. McIntosh), John Wiley & Sons, 9 ed. 2002; *Travel, tourism and hospitality research: A handbook for managers and researchers* (con J.R.B. Ritchie, eds.), John Wiley & Sons, 2 ed. 1994.



George Ainslie è Clinical Professor of Psychiatry nella **Temple University** (USA) e Chief of Psychiatry al **Coatesville Veterans Affairs Medical Center**. Tra i più importanti e innovativi scienziati nel campo cognitivo-comportamentale, ha dato fondamentali contributi nello studio della scelta intertemporale e ha sviluppato l'analisi della funzione di sconto iperbolica come derivazione della *matching law* di R.J. Herrnstein, anche con riferimento alle implicazioni in ambito psichiatrico.

Scelte intertemporali e conflitti motivazionali. Nel Master AILUN illustra il suo modello di analisi delle motivazioni e dei conflitti motivazionali e approfondisce le strategie comportamentali volte al superamento: (a) delle incoerenze insite nella preferenza temporale per le ricompense immediate; (b) dei fenomeni compulsivi che possono derivare, come casi limite, da tali strategie.

- Fra le sue pubblicazioni: *Breakdown of will*, Cambridge University Press, 2001; *A research-based theory of addictive motivation*, Law and Philosophy, 2000; *Picoeconomics: The strategic interaction of successive motivational states within the person*, Cambridge University Press, 1992; *Behavior is what can be reinforced*, Behavioral and Brain Sciences, 1985.



Howard E. Aldrich è Kenan Professor and Department Chair of Sociology nella **Kenan-Flagler Business School, University of North Carolina at Chapel Hill** (USA). È un esponente di primo piano della sociologia dell'organizzazione; in suo onore: la conferenza "Evolutionary Approaches to Entrepreneurship" (University of Maryland, 2002) e un numero speciale del Journal of Business Venture: *Evolutionary approaches to entrepreneurship: Honoring Howard Aldrich* (2004).

Analisi dei networks imprenditoriali. Nel Master AILUN presenta l'*evolutionary approach* applicato all'analisi delle popolazioni di imprese e analizza le relazioni fra contesto sociale e imprenditorialità, con particolare riferimento alle caratteristiche dei *networks* imprenditoriali e alle strategie di *networking* che possono favorire la creazione di nuove imprese e il loro successo.

- Fra le sue pubblicazioni: *Organizations evolving*, Sage, 1999 (ASA Weber Prize 2000, Academy of Management Terry Award 2000), rev.ed. 2006 (con M. Ruef); *Smaller but not necessarily weaker: How small businesses can overcome barriers to recruitment* (con I. Williamson, D. Cable), in J. Katz e T. Welbourne (eds), *Research in Entrepreneurship and Firm Growth*, JAI, 2002.



Daniel J. Bernstein è Professor of Psychology e Director of the Center for Teaching Excellence della **University of Kansas** (USA). Psicologo comportamentista e qualificato studioso dei processi di apprendimento, ha costruito speciali tecniche di valutazione della didattica utilizzate nelle università USA. È stato Fellow della Carnegie Academy for the Scholarship of Teaching and Learning 1998. Outstanding Teaching and Instructional Creativity Award 2002 della University of Nebraska.

Principi comportamentistici per la gestione delle risorse umane. Nel Master AILUN analizza le problematiche dell'apprendimento e approfondisce le principali tecniche della *behavior analysis*, con particolare riferimento alla gestione delle risorse umane, alla motivazione del personale e all'orientamento dei comportamenti. Illustra alcune tecniche che utilizzano i principi del rinforzamento per il miglioramento della *performance* e l'aumento della produttività del lavoro.

- Fra le sue pubblicazioni: *Making teaching and learning visible* (con A. Nelson Bumett, A. Goodburn, P. Savory), Anker Pub., 2006; *Disciplining the minds of students*, Change, 2005; *Rigorous peer review of teaching* (con R. Edwards), *The Chronicle of Higher Education*, 2001.



Nicole W. Biggart è Professor of Management and Sociology, Jerome J. and Elsie Suran Chair in Technology Management e Dean della **Graduate School of Management, University of California at Davis** (USA). Esperta al livello internazionale di teoria dell'organizzazione e management dell'innovazione, con interessi di ricerca nella sociologia economica, ha ricevuto il Best Paper Award 2004 della Academy of Management Review per *Systems of exchange* (con R. Delbridge).

Sociologia dell'organizzazione: aspetti tecnologici, sociali e culturali. Nel Master AILUN offre un quadro delle prospettive nell'ambito della sociologia dell'organizzazione e presenta le sue ricerche, ormai classiche, concernenti l'impatto del progresso tecnologico sulle strutture sociali e culturali nei paesi recentemente industrializzati, inquadrato nel contesto della razionalità economica, della cultura di mercato, delle tipologie imprenditoriali e dei processi di globalizzazione.

- Fra le sue pubblicazioni: *The economic sociology of conventions: Habit, custom, practice, and routine in market order* (con T.D. Beamish), *Annual Review of Sociology*, 2003; *The economic organization of East Asian capitalism* (con M. Orrù e G.G. Hamilton), Sage Publications, 1996.



Richard J. Butler è Emeritus Professor of Organizational Analysis nella **School of Management, University of Bradford** (Gran Bretagna). Fra i principali esponenti europei nel campo degli studi organizzativi, è autore (con D.J. Hickson, D. Cray, G. Mallory, D. Wilson) di *Top decisions: Strategic decision making in organizations* (Blackwell, 1986), testo classico in ambito organizzativo, che ha aperto la strada agli studi della Scuola di Bradford sul *decision making*.

Analisi dell'organizzazione: performance, struttura, strategia. Nel Master AILUN illustra i rapporti fra studi organizzativi e scienze sociali, e presenta un modello di *organizational performance* basato sui fattori che incidono sulla capacità dell'organizzazione di soddisfare le aspettative di *stockholders* e *stakeholders*. Esamina le relazioni fra *performance*, struttura e strategia e analizza le principali tipologie di errori nei processi decisionali in ambito organizzativo.

- Fra le sue pubblicazioni: *The Bradford studies of strategic decision making* (con D.J. Hickson e D.C. Wilson, eds.), Ashgate, 2002; *Strategic investment decisions: Theory, practice and process* (con L. Davies, R.H. Pike, J. Sharp), Routledge, 1993; *Designing organizations*, Routledge, 1991.



Edmund Fantino è Distinguished Professor of Psychology and Neurosciences nell'**University of California at San Diego** (USA). È uno tra i più affermati e importanti psicologi comportamentisti; la *delay reduction theory* costituisce il suo basilare contributo all'esplicazione del comportamento di scelta e dei fattori che lo caratterizzano. La sua attività di ricerca sui processi decisionali è finanziata dalla National Science Foundation (NSF) e dal National Institute of Mental Health (NIMH).

Decision making e problem solving. Nel Master AILUN illustra gli apporti della psicologia comportamentistica ai moderni studi sui processi decisionali e sulla razionalità economica e presenta le sue ricerche sul *decision making* e sul *problem solving*, analizzando le principali non-conformità col calcolo probabilistico riscontrate in ambito sperimentale: la *conjunction fallacy*, il *base rate error*, il problema dei *sunk costs* (particolarmente rilevante nel comportamento economico).

- Fra le sue pubblicazioni: *A violation of the monotonicity axiom: Experimental evidence on conjunction fallacy* (con D.J. Zizzo, S. Stolarz-Fantino, J. Wen), Journal of Economic Behavior & Organization, 2000; *Judgment and decision making: Behavioral approaches*, Behavior Analyst, 1998.



Michele Fratianni è Emeritus Professor of Business Economics and Public Policy nella **Kelley School of Business, Indiana University** (USA). Autore di numerose e apprezzate pubblicazioni in materia di economia monetaria, finanza internazionale e scelte pubbliche, ha sviluppato con J. von Hagen e C. Waller una applicazione del *principal-agent model* relativa al comportamento delle banche centrali. È fondatore e Managing Editor della *Open Economies Review*.

Economia monetaria e mercati finanziari. Nel Master AILUN analizza le tipologie dei mercati monetari e finanziari e illustra le principali ipotesi teoriche formulate con riferimento al comportamento degli operatori economici e al ruolo delle banche centrali. Approfondisce le specificità del mercato monetario europeo, anche attraverso un raffronto fra eurozona e sistema federale USA, e le implicazioni del Trattato di Maastricht rispetto agli interventi di politica monetaria.

- Fra le sue pubblicazioni: *New perspectives on global governance* (con J. Kirton, A. Rugman, P. Savona, eds.), Ashgate, 2005; *Storia Monetaria d'Italia: La lira e la politica monetaria italiana dall'unità all'Unione Europea*, Etas, 2001.



Thomas D. Gilovich è Professor and Department Chair of Psychology nella **Cornell University**, New York (USA). Studioso profondo e innovativo ed esponente di primo piano nel campo della psicologia sociale e della *behavioral economics*, le sue ricerche concernono i processi decisionali e gli stati emotivi degli individui, il modo in cui essi costruiscono le loro credenze e opinioni, valutano le evidenze dell'esperienza quotidiana e scelgono le loro linee di azione.

Comportamento sociale: performance, conformità e atteggiamenti. Nel Master AILUN offre un quadro delle principali teorie e analisi sperimentali sul comportamento sociale. Presenta le sue ricerche relative al pensiero critico e al modo in cui gli individui valutano se stessi e gli altri; approfondisce l'analisi degli atteggiamenti di egocentrismo, ottimismo e pessimismo, soddisfazione e rammarico, e ne prospetta le implicazioni anche con riferimento alla *behavioral economics*.

- Fra le sue pubblicazioni: *Heuristic and biases: The psychology of intuitive judgment* (con D.W. Griffin e D. Kahneman, eds.), Cambridge University Press, 2002; *How we know what isn't so: The fallibility of human reason in everyday life*, Free Press, 1991.

MASTER INTERNAZIONALE NEL SETTORE TURISTICO

Il Master internazionale nel Settore Turistico si basa su un programma intensivo di un anno, di cui 8 mesi d'aula, con frequenza obbligatoria a tempo pieno dal lunedì al venerdì (ed eccezionalmente il sabato) per un totale di almeno 50 ore settimanali di lezioni e *team work*, e 3/4 mesi di *stage*.

Il Master: (a) presenta il fenomeno turistico in una prospettiva di stretta interdipendenza tra le componenti economiche, psicologiche e sociologiche nel quale esso si specifica; (b) trasmette agli allievi un quadro completo delle problematiche teoriche e applicative connesse alla pianificazione e alla gestione delle attività e delle politiche turistiche; (c) realizza un processo formativo compatibile con una professionalità moderna e di alto livello, adeguata a ruoli manageriali orientati allo sviluppo sostenibile del settore.

Il programma didattico ha una struttura modulare. Ogni docente svolge un modulo settimanale intensivo (circa 20 ore di lezione e 30 ore di *team work*). Ciò consente agli allievi di confrontarsi con un ampio insieme di approcci e prospettive. I moduli didattici sono attinenti ai seguenti campi di ricerca:

- Metodologia:** Teoria degli insiemi e logica matematica; Linguaggio teorico e sperimentale della scienza; Metodo scientifico e analisi sperimentale del comportamento.
- Scienze sociali:** Analisi psicologica e sociologica del comportamento turistico; Aspetti antropologici e culturali del turismo; Il mercato turistico; Sviluppo turistico e cultura dell'accoglienza; Turismo, crescita economica e sviluppo sostenibile.
- Management:** Progettazione d'impresa, di servizi e di prodotti turistici; Organizzazione e gestione delle risorse umane; Programmazione e controllo; *Yield management*; Qualità totale e *customer satisfaction*; Imprese turistiche e tecnologie informatiche.
- Marketing:** Ricerche di mercato, segmentazione e posizionamento competitivo; Strategie e piani di marketing turistico; Marketing della destinazione; Promozione e comunicazione nel settore turistico; *Marketing information systems*.
- Pianificazione:** Potenzialità e opportunità delle destinazioni turistiche; Ruolo delle istituzioni nel settore turistico; Politiche del turismo e pianificazione strategica dell'offerta turistica; Legislazione turistica.

Al termine di ciascuna giornata di lezione (che inizia abitualmente alle 9,30 e termina alle 16,30, con la costante presenza del docente in aula), gli allievi svolgono quotidianamente lavori di gruppo concernenti gli argomenti trattati durante la lezione; questi lavori vengono presentati al docente il giorno successivo.

Lezioni seminariali di sintesi. A cicli settimanali vengono tenute dal Direttore del Master lezioni seminariali di sintesi, per sistematizzare le conoscenze degli allievi in una prospettiva di interdisciplinarietà e di integrazione dei vari moduli didattici.

Stage. Alla fine del percorso formativo è previsto per ogni allievo uno *stage* della durata minima di 3/4 mesi, che può essere realizzato in Italia o all'estero.



Baba Shiv è Professor of Marketing nella **Graduate School of Business, Stanford University**, California (USA). Studioso dei processi di *decision making* del consumatore, anche nella prospettiva delle neuroscienze, applica le sue ricerche alla definizione delle politiche di marketing. E' considerato dal Marketing Science Institute un futuro leader della nuova generazione di accademici nel campo del marketing. Outstanding Faculty nella Business Week Guide to the Best Business Schools.

Marketing e comportamento di consumo. Nel Master AILUN presenta le più moderne ricerche nel campo del comportamento di consumo e del marketing, anche con riferimento agli studi sulle basi neurologiche del comportamento umano. In questo quadro, approfondisce gli aspetti metodologici e quelli più direttamente operativi relativi alla definizione delle strategie di marketing e branding.

- Fra le sue pubblicazioni: *The role of emotion in decision making: A cognitive neuroscience perspective* (con N. Naqvi e A. Bechara), Current Directions in Psychological Science, 2006; *Placebo effects of marketing actions: Consumer may get what they pay for* (con Z. Carmon e D. Ariely), Journal of Marketing Research, 2005.



John E.R. Staddon è James B. Duke Professor of Psychological and Brain Sciences e Professor of Biology and Neurobiology nella **Duke University**, North Carolina (USA). Esponente di indiscusso rilievo del comportamentismo, si distingue per i suoi importanti contributi tanto sul piano teorico (è fondatore del *Theoretical Behaviorism*), quanto sul piano sperimentale. Nel 2003 gli è stato dedicato il Festschrift *Reflections on adaptive behavior: In honor of J.E.R. Staddon* (MIT Press).

Comportamentismo teorico e comportamento adattivo. Nel Master AILUN espone lo sviluppo storico del comportamentismo, illustrandone i metodi sperimentali e le principali formulazioni teoriche. Presenta le problematiche, da lui affrontate, relative agli studi sul comportamento superstizioso e sul comportamento adattivo, e alcune implicazioni del comportamentismo sul piano sociale.

- Fra le sue pubblicazioni: *Adaptive dynamics: The theoretical analysis of behavior*, MIT/Bradford, 2001; *The new behaviorism: Mind, mechanism and society*, Psychology Press, 2001; *The "superstition" experiment: A reexamination of its implications for the principles of adaptive behavior* (con V.L. Simmelhag), Psychological Review, 1971.



Jonathan H. Turner è Distinguished Professor of Sociology nella **University of California at Riverside** (USA). Fra i più qualificati studiosi di teoria sociologica; i suoi principali contributi riguardano la sociologia delle emozioni e una moderna versione della teoria del conflitto. Nelle sue recenti ricerche si è orientato anche verso la bio-sociologia. E' Fellow dell'American Association for the Advancement of Science; Distinguished Teaching Award 2002 della Pacific Sociological Association.

Comportamento interpersonale, repertorio emozionale e socialità. Nel Master AILUN presenta le principali teorie sociologiche ed approfondisce le problematiche del comportamento interpersonale, con specifico riferimento alle relazioni tra repertorio emozionale umano e sviluppo della socialità, e ai molteplici aspetti della conflittualità nell'ambito delle interazioni sociali.

- Fra le sue pubblicazioni: *The sociology of emotions* (con J.E. Stets), Cambridge University Press, 2005; *Human institutions: A theory of societal evolution*, Rowman and Littlefield, 2004; *The structure of sociological theory*, Wadsworth, 1998; *Macrodynamics: Toward a theory of the organization of human populations*, Rutgers University Press, 1995.



Harrison C. White è Giddings Professor of Sociology nella **Columbia University** (USA). Eminentissimo e famoso studioso nel campo della sociologia economica, i suoi principali contributi concernono la formalizzazione di modelli matematici per la rappresentazione dei mercati in termini di *social networks* fra imprese. Nel 2005 gli è stato dedicato il testo *General sociology of Harrison C. White: Chaos and order in networks* (di R. Azarian, Macmillan). Career Achievement Award 2002 dell'ASA.

Mercati e networks: un modello socio-economico. Nel Master AILUN presenta il suo modello socio-economico di mercato e ne analizza le principali caratteristiche formali: i profili di mercato; le relazioni fra qualità e prezzo, desiderabilità e costi, volume e qualità; le caratterizzazioni dello spazio di mercato con riferimento alle strategie di investimento e ai possibili scenari di sviluppo.

- Fra le sue pubblicazioni: *Markets from networks: Socioeconomic models of production*, Princeton Univ. Press, 2002 (ASA Zelizer Prize in Economic Sociology 2004); *Social networks can resolve actor paradoxes in economics and in psychology*, Journal of Institutional and Theoretical Economics, 1995; *Identity and control: A structural theory of social action*, Princeton Univ. Press, 1992.



Herbert Gintis è Emeritus Professor of Economics nella **University of Massachusetts** e membro della External Faculty del **Santa Fe Institute** (USA). E' tra i più importanti e qualificati esponenti della *behavioral economics*. Co-direttore, con R. Boyd, del progetto di ricerca "Economic Environments and the Evolution of Norms and Preferences" (finanziato dalla MacArthur Foundation); ha ricevuto il Museum of Education's Books of the Century Award for Schooling in Capitalist America 2000.

Scienze comportamentali, razionalità e teoria dei giochi evolutiva. Nel Master AILUN presenta le principali tematiche sulla razionalità economica e sulla *behavioral economics*, configurate entro lo schema dell'*evolutionary game theory*. Espone i suoi studi sulle preferenze individuali e sulle basi sociali dell'economia, sulla reciprocità, la cooperazione, l'impulsività e il rischio, anche con riferimento alle implicazioni al livello delle politiche economiche e della struttura dei mercati.

- Fra le sue pubblicazioni: *A framework for the integration of the behavioral sciences*, Behavioral & Brain Sciences, 2006; *Foundations of human sociality: Ethnography and experiments in fifteen small-scale societies* (con J. Henrich, R. Boyd, S. Bowles, C. Camerer, E. Fehr), Oxford Univ. Press, 2004.



Paul M. Hirsch è J.L. Distinguished Professor e Chair of Management and Organization nella **Kellogg School of Management, Northwestern University**, Illinois (USA). Co-Editor del *Journal of Management Inquiry*. E' considerato uno dei più importanti studiosi dell'organizzazione; i suoi studi sono pubblicati su Organization Science e sull'American Journal of Sociology. Western Academy of Management Presidential Award, 2005; Distinguished Scholar, American Academy of Management.

Cultura organizzativa, negoziazione e gestione delle transazioni. Nel Master AILUN presenta le principali tematiche della sociologia dell'organizzazione, nell'ambito delle prospettive classiche e dei più recenti modelli di analisi della cultura organizzativa. Approfondisce le problematiche delle relazioni fra ruoli dirigenziali e ruoli subordinati e della negoziazione, e illustra le tecniche per la gestione delle transazioni fra organizzazione e membri dell'organizzazione.

- Fra le sue pubblicazioni: *Organizational restructuring and its consequences: Rhetorical and structural* (con M. De Soucey), Annual Review of Sociology, 2006; *The discourse of globalization: Framing and sensemaking of an emerging concept* (con P.C. Fiss), American Sociological Review, 2005.



John H. Kagel è University Chaired Professor of Applied Microeconomics e Director of the Economics Laboratory della **Ohio State University** (USA). Per le sue pionieristiche ricerche nel campo dell'economia sperimentale, realizzate prima nel contesto del comportamentismo classico e poi nel contesto della teoria dei giochi, ha ricevuto il Chancellor's Distinguished Research Award 1997 della University of Pittsburgh. Nel 2003 è stato nominato Fellow dell'Econometric Society.

Economia sperimentale e teoria dei giochi. Nel Master AILUN presenta i fondamenti dell'economia sperimentale, con particolare riferimento alla teoria dei giochi. Illustra le principali tipologie di gioco e alcuni esperimenti paradigmatici concernenti le esternalità negative, i mercati oligopolistici, i mercati con asimmetrie informative, i beni pubblici; espone i suoi studi sulle *auctions*.

- Fra le sue pubblicazioni: *Are two heads better than one? Team versus individual play in signaling games* (con D. Cooper), American Economic Review, 2005; *Common value auctions and the winner's curse* (con D. Levin), Princeton University Press, 2002; *The handbook of experimental economics* (con A. Roth, eds.), Princeton University Press, 1995.



Armando D.B. Machado è Professor of Psychology e Coordinator of the Animal Learning and Behavior Laboratory nella **Universidade do Minho** (Portogallo). Psicologo sperimentale comportamentista, molto noto per le sue critiche rigorose al cognitivismo. E' membro degli Editorial Board delle seguenti riviste: *Journal of the Experimental Analysis of Behavior*, *Behavior and Philosophy*, *Animal Learning and Behavior*, *International Journal of Psychology and Psychological Therapy*.

Analisi sperimentale del comportamento. Nel Master AILUN analizza in una prospettiva storica le teorie psicologiche e illustra i principi basilari della psicologia comportamentistica, con riferimento al condizionamento classico e al condizionamento operante, mostrandone le possibili estensioni ai concetti di utilità e di autocontrollo. Presenta i suoi studi sulla variabilità comportamentale e approfondisce, sul piano metodologico, le critiche al linguaggio degli stati interni in psicologia.

- Fra le sue pubblicazioni: *Toward a richer view of the scientific method: The role of conceptual analysis* (con F.J. Silva), American Psychologist, 2007; *The psychology of learning: A student workbook*, Prentice Hall, 2004; *Learning the temporal dynamics of behavior*, Psychological Review, 1997.



M. Jackson Marr è Professor Emeritus of Psychology nella **School of Psychology, Georgia Institute of Technology** (USA). Fra i principali esponenti della analisi sperimentale del comportamento; ha approfondito in particolare le problematiche metodologiche e quantitative, anche sulla base del raffronto fra scienze comportamentali, scienze biologiche e scienze fisiche. Attualmente è Editor della rivista *Behavior and Philosophy* del Cambridge Center for Behavioral Studies.

Modelli matematici e sistemi dinamici nello studio del comportamento. Nel Master AILUN illustra la specificità della scienza del comportamento rispetto alle altre scienze naturali, con particolare riferimento ai metodi di analisi e alle modalità quantitative. Presenta le possibilità di utilizzo della modellistica matematica e della teoria dinamica dei sistemi applicate allo studio del comportamento.

• Fra le sue pubblicazioni: *Through the looking glass: Symmetry in behavior principles?* The Behavior Analyst, 2006; *Behavior analysis and social issues: Some questions and concerns*, Behavior and Social Issues, 2006; *Frames and relations: A review of relational frame theory*, Contemporary Psychology, 2003; *Behavior dynamics: One perspective*, JEAB, 1992.



David C. Palmer è Professor of Behavioral Psychology and Statistics nel Department of Psychology dello **Smith College at Northampton**, Massachusetts (USA). La sua attività di ricerca concerne principalmente l'applicazione dei risultati sperimentali della psicologia comportamentistica ai comportamenti umani complessi, in una prospettiva critica nei confronti del cognitivismo tradizionale; nei suoi recenti studi ha approfondito il ruolo del rinforzamento nell'acquisizione del linguaggio.

Comportamentismo radicale e fenomeni cognitivi. Nel Master AILUN presenta il basilare contributo di B.F. Skinner alla scienza del comportamento. Propone alcuni spunti critici e ipotesi di reinterpretazione con riferimento al ruolo degli eventi privati e dei fenomeni cognitivi nell'ambito comportamentistico, anche in relazione agli studi sulle basi fisiologiche del rinforzamento.

• Fra le sue pubblicazioni: *Behavioral interpretations of cognition*, History & Philosophy of Psychology, 2001; *Chomsky's nativism reconsidered*, Analysis of Verbal Behavior, 2000; *Learning and complex behavior* (con J. W. Donahoe), Allyn & Bacon, 1994; *Essentialism and selectionism in cognitive science and behavior analysis* (con J.W. Donahoe), American Psychologist, 1992.



Philippa E. Pattison è Professor of Social and Organizational Psychology nella **School of Behavioural Science, University of Melbourne** (Australia). Psicologa quantitativa, si interessa di *social networks* e strutture relazionali ed è fra i maggiori esperti nell'elaborazione di modelli matematici relativi ai fenomeni sociali e comportamentali. E' Fellow della Academy of the Social Sciences in Australia; Georg Simmel Award 2002 dell'International Network for Social Network Analysis.

Modelli algebrici, networks e interazioni sociali. Nel Master AILUN sviluppa una panoramica delle tematiche organizzative sotto il profilo psicologico, nel quadro dei modelli algebrici per le scienze sociali e dei *networks*. In questa prospettiva analizza le interazioni sociali all'interno dei piccoli gruppi e tra i piccoli gruppi e mostra come, in ambito organizzativo, le strutture dei *networks* a livello macro possano essere riportate ai processi sociali localizzati al livello micro.

• Fra le sue pubblicazioni: *Small and other worlds: Global network structures from local processes* (con G.L. Robins e J. Woolcock), American Journal of Sociology, 2005; *Algebraic models for social networks*, Cambridge University Press, 1993.



Walter W. Powell è Professor of Sociology and Organizational Behavior nella **Stanford University**, California (USA) e Director of the **Scandinavian Consortium on Organizational Research**. Fra i principali esponenti nel campo della sociologia economica e dell'organizzazione, ha approfondito le relazioni fra economia e società, fra stato, istituzioni, mercato e settore *non profit*. ASA's Max Weber Prize per *Neither market nor hierarchy: Network forms of organization* (1990).

Teoria organizzativa e prospettiva neoinstituzionalistica. Nel Master AILUN illustra lo sviluppo degli studi sull'organizzazione e la progressiva accentuazione del carattere di interdisciplinarietà della disciplina. Approfondisce le relazioni fra organizzazioni e ambiente e presenta le sue ricerche sui problemi del coordinamento, in termini di *social network* e di norme e valori sociali.

• Fra le sue pubblicazioni: *The nonprofit sector* (con R. Steinberg, eds.), Yale Univ. Press, 2 ed. 2006; *Private action and the public good* (con E.S. Clemens, eds.), Yale University Press, 1998; *The new institutionalism in organizational analysis* (con P.J. DiMaggio, eds.), University of Chicago Press, 1991 (trad.it. Il neoinstituzionalismo nell'analisi organizzativa, Edizioni di Comunità, 2000).



Dražen Prelec è Digital Equipment Corporation LFM Professor of Management Science nella **Sloan School of Management, Massachusetts Institute of Technology** (USA); è inoltre Professor nel Department of Economics e nel Department of Brain and Cognitive Sciences del MIT. Allievo di R.J. Herrnstein ed esponente di primissimo piano nei campi della *behavioral economics* e della *neuroeconomics*, ha dato importanti contributi alla psicologia comportamentistica e alla *prospect theory*.

Psicologia ed economia: temi principali nell'economia comportamentale. Nel Master AILUN illustra lo stato della ricerca comportamentale e presenta i suoi innovativi studi sul *self-control*, sul *self-signaling*, sulle "motivazioni non causali" e sui processi di meta-conoscenza nel quadro dell'analisi bayesiana (per i quali è stato nominato Guggenheim Fellow 2005-06).

• Fra le sue pubblicazioni: *Neuroeconomics* (con C. Camerer e G. Loewenstein), Journal of Economic Literature, 2005 (trad. it. in Sistemi intelligenti); *A Bayesian truth serum for subjective data*, Science, 2004; *The probability weighting function*, Econometrica, 1998; *Melioration: A theory of distributed choice* (con R.J. Herrnstein), Journal of Economic Perspectives, 1991.



Howard C. Rachlin è Emeritus Distinguished Professor of Psychology nella **State University of New York, Stony Brook** (USA). Occupa una posizione preminente tra gli psicologi comportamentisti per i suoi studi sulla dimensione temporale e sociale della scelta. Fondatore del *Teleological Behaviorism*; il suo discorso in occasione del Behavioral and Experimental Economics Nobel Symposium 2001 è stato presentato dal Nobel G. Akerlof. SABA Award for Impact of Science on Application 2005.

Comportamentismo teleologico, self-control e commitment. Nel Master AILUN analizza il problema del *self-control*, raffrontando il modello di scelta comportamentistico (la *matching law* di Herrnstein) e il modello di scelta economico, ed evidenziando i "paradossi" della scelta intertemporale e i problemi dell'ambivalenza semplice e complessa. Presenta alcune tecniche di *self-commitment* fondate sui principi del rinforzamento e analizza le relazioni fra *self-control* e regole sociali.

• Fra le sue pubblicazioni: *Social discounting* (con B. Jones), Psychological Science, 2006; *Altruism and selfishness*, Behavioral & Brain Sciences, 2002; *The science of self-control*, Harvard Univ. Press, 2000; *Behavior and mind: The roots of modern psychology*, Oxford Univ. Press, 1994.



George Ritzer è Distinguished Professor of Sociology nella **University of Maryland** (USA). Sociologo di grande fama, ha approfondito le problematiche sulla integrazione dei differenti paradigmi sociologici e sul comportamento di consumo; ha acquisito rilevanza e prestigio internazionali per la sua teoria sulla McDonaldizzazione. E' Editor del *Journal of Consumer Culture* e della *Blackwell Encyclopedia of Sociology*. ASA's Distinguished Contributions to Teaching Award, 2000.

Gli studi sulla razionalizzazione e la teoria delle McDonaldizzazione. Nel Master AILUN analizza dal punto di vista sociologico l'evoluzione del comportamento di consumo e presenta la sua teoria sulla McDonaldizzazione della società, nel contesto degli studi sulla razionalizzazione delle strutture sociali. Prende in considerazione le relazioni fra globalizzazione, americanizzazione e McDonaldizzazione, e analizza i fattori che potrebbero determinare il declino di quest'ultima.

• Fra le sue pubblicazioni, tradotte anche in italiano: *La globalizzazione del nulla*, Slow Food, 2005; *L'era dell'iperconsumo. McDonaldizzazione, carte di credito, luoghi del consumo e altri temi*, FrancoAngeli, 2003; *Il mondo alla McDonald's*, Il Mulino, 1997.



Dominick Salvatore è Distinguished Professor of Economics e Director del Ph.D. Program in Economics della **Fordham University**, New York (USA). Economista di livello internazionale, è Fellow della New York Academy of Sciences, Editor della *Handbook Series in Economics* (Greenwood) e Co-Editor del *Journal of Policy Modeling* e della *Open Economies Review*. E' consulente delle Nazioni Unite, della Banca Mondiale, del Fondo Monetario Internazionale, dell'Economic Policy Institute.

Microeconomia e struttura dei mercati. Nel Master AILUN presenta i fondamenti della microeconomia: la teoria della domanda, la teoria della produzione, le strutture di mercato. Approfondisce l'analisi dei mercati monopolistici e i modelli di oligopolio, anche con riferimento alla teoria dei giochi, e illustra le problematiche dell'equilibrio economico generale.

• Ha pubblicato 42 testi, fra i quali: *International economics*, Wiley, 8 ed. 2004 (tradotto in 8 lingue; trad. it. Economia internazionale, Etas 2002); *Managerial economics in a global economy*, Thompson, 5 ed. 2004; *Microeconomics: Theory and application*, Oxford University Press, 4 ed. 2003 (tradotto in 14 lingue, con più di 700.000 copie vendute; trad. it. Microeconomia, FrancoAngeli 2004).