UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

SYLLABUS DEL CORSO

Controllo delle Aziende Turistiche (blended)

2425-2-F7601M061-F7601M059M

Obiettivi formativi

Obiettivo del corso è fornire agli studenti una visione integrata del controllo gestionale e strategico nelle aziende turistiche, con particolare attenzione ai processi decisionali, ai sistemi di misurazione e reporting e al loro impatto sociale, economico e ambientale.

Contenuti sintetici

Il corso tratta le principali tematiche legate alla governance e al controllo aziendale, focalizzando l'oggetto di analisi sull'industria turistica.

Programma esteso

Introduzione al Controllo e alla Governance d'Impresa nelle Aziende Turistiche
Definizione di controllo: funzione strategica e operativa
Governance aziendale nell'industria del turismo
Stakeholder e dinamiche decisionali
KPI e controllo aziendale
Ruolo del controllo nella sostenibilità e responsabilità sociale
Il contesto turistico tra volatilità e adattabilità: impatto della digitalizzazione, trend di consumo, crisi e opportunità

Il Controllo di Gestione Generale e l'Applicazione nelle Aziende Turistiche
Definizione e obiettivi del controllo di gestione
Differenze tra controllo finanziario e gestionale
Strumenti di controllo nelle aziende turistiche: alberghi, tour operator, compagnie aeree

Processo decisionale e controllo: chi decide cosa?
Budgeting e pianificazione strategica

Le Diverse Fasi del Controllo nelle Aziende Turistiche
Il controllo ex ante (previsione e pianificazione)
Il controllo in itinere (monitoraggio e adattamento)
Strumenti e tecniche di analisi in tempo reale
Modelli di intervento rapido nelle situazioni critiche
Il controllo ex post (valutazione e miglioramento continuo)
Analisi delle performance e feedback
Creazione di piani di miglioramento

Informazione e Misurazione Economica per il Controllo
Il valore dell'informazione nella gestione turistica
Indicatori economici e gestionali chiave
Dati quantitativi e qualitativi per il controllo
Case study: come leggere e interpretare i dati nel settore turistico
Strumenti tecnologici per l'analisi dei dati (CRM, Business Intelligence, Big Data)

Sistemi di Reporting e Controllo nelle Aziende Turistiche
Obiettivi del reporting per il controllo di gestione
Tipologie di report: economico, operativo, customer experience, sostenibilità
Automazione e digitalizzazione del reporting
Il reporting come strumento di comunicazione con gli stakeholder

Revenue Management e Ottimizzazione delle Performance
Dal pricing al revenue management: massimizzare il valore del servizio
Segmentazione della clientela e personalizzazione dell'offerta
Tecniche di gestione della domanda nel settore alberghiero e aereo
Strumenti digitali per il revenue management

Controllo della Qualità del Servizio e Soddisfazione del Cliente
Il valore del servizio e la percezione della qualità
Indicatori di customer satisfaction e gestione dei reclami
Monitoraggio delle recensioni online e impatto sulla reputazione
Best practice per il miglioramento della qualità percepita

Controllo della Sostenibilità e Responsabilità Sociale nelle Aziende Turistiche
Sostenibilità economica, ambientale e sociale nel turismo
Il ruolo del controllo nella gestione dell'impatto ambientale
Standard e certificazioni per il turismo sostenibile
Bilancio sociale e green reporting

Controllo del Personale e della Produttività nelle Aziende Turistiche
Organizzazione del lavoro e produttività nel settore turistico
Gestione dei picchi stagionali e flessibilità operativa
Motivazione e turnover: come monitorare il capitale umano
Indicatori di performance del personale

Digitalizzazione e Innovazione nel Controllo delle Aziende Turistiche
Big Data e Intelligenza Artificiale per il controllo gestionale
Automazione e software di gestione
Monitoraggio dei trend di mercato attraverso strumenti digitali
Evoluzione del controllo con il Metaverso e l'Internet of Things

Prerequisiti

Conoscenze basilari di economia aziendale e management.

Metodi didattici

Il corso sarà svolto in modalità blended, con lezioni frontali, approfondimenti a cura di esperti e attività di gruppo da concordare con il docente.

Modalità di verifica dell'apprendimento

STUDENTI FREQUENTANTI:
50% esame scritto
50% project work di gruppo

STUDENTI NON FREQUENTANTI:
Esame scritto

Testi di riferimento

Capocchi, Alessandro. (2012). *L'Azienda Turismo. Principi e metodologie economico-aziendali*. Milano : McGraw-Hill. (per la preparazione dell'esame lo studio si limita ai capitoli 1, 2 e 6)
Materiale didattico fornito a lezione.

Eventuali letture, approfondimenti degli ospiti e documenti caricati in piattaforma costituiranno materiale d'esame.

Periodo di erogazione dell'insegnamento

Secondo semestre

Lingua di insegnamento

Italiano

Sustainable Development Goals

PARITÁ DI GENERE | LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA | IMPRESE, INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE | CITTÀ E COMUNITÀ SOSTENIBILI