



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

COURSE SYLLABUS

Tourism Hospitality

2526-2-E1501N100

Obiettivi formativi

L'obiettivo principale del corso è fornire agli studenti una comprensione approfondita delle caratteristiche organizzative delle strutture ricettive, con particolare attenzione al settore alberghiero, agli ostelli urbani e alle strutture alternative. Il corso analizza il funzionamento interno delle organizzazioni dell'ospitalità, la loro struttura gerarchica e funzionale, i modelli di governance e le modalità di gestione operativa, con uno sguardo sia ai grandi gruppi internazionali che alle realtà indipendenti.

Il corso mira inoltre a sviluppare competenze critiche e analitiche, utili a valutare le strategie gestionali e organizzative adottate dalle imprese ricettive in un contesto in continua evoluzione. Gli studenti saranno incoraggiati a riflettere sull'equilibrio tra standardizzazione e personalizzazione del servizio, sull'impatto della tecnologia, della sostenibilità e delle nuove aspettative dei clienti.

Infine, il corso intende potenziare la capacità degli studenti di interpretare, argomentare e comunicare in modo efficace una posizione ragionata su modelli organizzativi, problemi gestionali e sfide del settore alberghiero contemporaneo.

Contenuti sintetici

Il corso introduce e discute le principali caratteristiche organizzative delle strutture ricettive, includendo alberghi di lusso, catene internazionali, boutique hotel, ostelli e forme emergenti di ospitalità. Particolare attenzione è dedicata alle differenze tra strutture indipendenti e organizzazioni in franchising, tra modelli centralizzati e decentrati, e tra strutture stagionali e annuali.

Il corso analizza le logiche di gestione delle risorse umane, i flussi operativi, la comunicazione interna e il ruolo dei reparti (front office, housekeeping, F&B, sales & marketing, revenue management, ecc.).

Ampio spazio è riservato all'analisi critica dei cambiamenti organizzativi dovuti all'innovazione tecnologica

(digitalizzazione, automazione, piattaforme di prenotazione), alla sostenibilità ambientale e all'ibridazione dei modelli (coliving, workation, esperienze personalizzate).

Particolare attenzione è inoltre rivolta alla customer centricity, ovvero alla centralità dell'esperienza del cliente nella progettazione dei servizi, e alla cultura del servizio, intesa come insieme di valori, atteggiamenti e pratiche che orientano l'azione organizzativa verso l'eccellenza dell'accoglienza.

Programma esteso

Modulo 1 – Struttura e funzionamento delle organizzazioni ricettive

Il modulo esplora le diverse forme organizzative nel settore dell'ospitalità. Vengono analizzate le strutture funzionali e matriciali, la divisione del lavoro tra reparti, i ruoli chiave e le logiche di coordinamento. Verranno messi a confronto modelli di gestione in strutture indipendenti e in catene alberghiere. Verranno introdotti anche i principi fondamentali della cultura del servizio e della centralità del cliente, intesi come leve organizzative per la qualità percepita e la fidelizzazione.

Temi trattati:

- - Tipologie di strutture ricettive e classificazioni
- - Organigrammi e strutture funzionali
- - Coordinamento tra reparti: reception, camere, F&B
- - Modelli di leadership e gestione delle risorse umane
- - Standard operativi, cultura del servizio e manuali di procedura

Modulo 2 – Innovazione e trasformazioni organizzative

Questo modulo si concentra sui processi di cambiamento organizzativo indotti da fattori esterni (tecnologia, pandemia, sostenibilità) e interni (turnover, crescita, riconversione). Si analizzeranno casi di adozione tecnologica, digitalizzazione dei processi e implementazione di pratiche sostenibili. Verrà inoltre discusso come la digitalizzazione possa essere al servizio della personalizzazione dell'esperienza cliente e del rafforzamento della cultura del servizio.

Temi trattati:

- - Automazione e self check-in
- - Software gestionali e PMS
- - Certificazioni ambientali e pratiche sostenibili
- - Il ruolo delle OTA e la distribuzione digitale
- - Nuovi modelli: ostelli ibridi, coliving, capsule hotel

Modulo 3 – Gestione strategica e cultura organizzativa

Questo modulo approfondisce le logiche strategiche nella gestione delle strutture ricettive. Si affronteranno i temi del posizionamento sul mercato, dell'esperienza del cliente, della comunicazione interna ed esterna, e dell'identità organizzativa. Saranno centrali le nozioni di cultura del servizio e customer centricity come elementi distintivi della strategia aziendale nel settore dell'ospitalità.

Temi trattati:

- - Posizionamento e segmentazione dell'offerta
- - Cultura aziendale, cultura del servizio e clima organizzativo
- - Customer experience e personalizzazione del servizio
- - Formazione del personale orientata al cliente
- - Strategie di brand, reputazione e fidelizzazione

Prerequisiti

Non sono richiesti prerequisiti formali per la frequenza del corso. Tuttavia, una familiarità di base con concetti di economia aziendale, marketing turistico o gestione delle imprese può facilitare l'apprendimento.

Il corso è aperto a studenti di diversa provenienza disciplinare, interessati a comprendere le dinamiche organizzative del settore dell'ospitalità e a riflettere criticamente sulle sue trasformazioni contemporanee, con particolare attenzione alla centralità del cliente nei processi decisionali e alla diffusione della cultura del servizio come fattore di successo.

Metodi didattici

Il corso si svolge attraverso una combinazione di lezioni frontali, discussioni guidate, analisi di casi aziendali e attività pratiche in aula. Sono previsti momenti di confronto con professionisti del settore e visite didattiche (ove possibile). Gli studenti saranno incoraggiati a lavorare in gruppo su micro-progetti che simulano decisioni organizzative reali, con particolare attenzione alla progettazione di esperienze orientate al cliente e alla diffusione della cultura del servizio.

Modalità di verifica dell'apprendimento

La valutazione sarà continua e basata sulla partecipazione attiva alle attività in aula, sull'analisi di casi studio e sulla realizzazione di approfondimenti individuali o di gruppo.

Durante il corso verranno proposte esercitazioni scritte, presentazioni orali e brevi report che stimoleranno lo sviluppo del pensiero critico e l'applicazione dei concetti teorici a scenari reali, con un'attenzione particolare alla gestione di esperienze orientate al cliente.

La prova finale consisterà in un elaborato scritto o in un project work da presentare in aula, volto a dimostrare la capacità di analizzare e proporre soluzioni organizzative in contesti ricettivi concreti, integrando principi di customer centricity e cultura del servizio.

Testi di riferimento

Non è previsto un unico libro di testo obbligatorio. Il materiale didattico sarà composto da una selezione di articoli scientifici, casi studio, manuali professionali e letture tratte da:

- - The Cornell School of Hotel Administration on Hospitality
- - Organizational Behavior for the Hospitality Industry di Florence Berger
- - Strategic Management for Hospitality and Tourism di Fevzi Okumus
- - Sustainable Hospitality Management di Willy Legrand et al.
- - Service Management: Operations, Strategy, Information Technology di James A. e Mona J. Fitzsimmons
- - The Heart of Hospitality di Micah Solomon
- - Report di settore (UNWTO, HOTREC, STR Global, OECD)
- - Podcast, video, documentari e interviste a manager del settore

Tutti i materiali saranno resi disponibili sulla piattaforma del corso o tramite la biblioteca universitaria. Saranno inclusi materiali specifici dedicati alla customer centricity e alla cultura del servizio come leve di vantaggio competitivo.

Sustainable Development Goals

LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA
