



UNIVERSITÀ  
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

## SYLLABUS DEL CORSO

### Controllo delle Aziende Turistiche

2627-2-F7602M015-F7602M015-2

---

#### 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**

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

---