

Syllabus

Syllabus

Titul dl curs	Revenue Management e Finanza per le imprese turistiche
Codesc dl curs	31009
Titul suplementar	
SSD	NN
Lingaz	Inglese
Curs de laurea	Corso di laurea magistrale in Management del Turismo
D'autri cursc de laurea (cursc deberieda)	
Dozenc	dr. Francesco Reggiani, Francesco.Reggiani@unibz.it https://www.unibz.it/en/faculties/economics-management/academic-staff/person/48024
Assistent didatich	
Semester	Tutti i semestri
Ann/Agn de stude	2
Credic universitars	12
Ores de insegnament	72 (36 M-1 + 36 M-2) ONLINE
Ores de laboratore	-
Ores de stude individual	-
Ores de riceviment prevedudes	36 ONLINE
Ressum� di contegnus	M-1 Il corso ha l'obiettivo di fornire agli studenti le conoscenze e gli strumenti necessari per comprendere le tecniche fondamentali del revenue management, come la regola di Littlewood e le sue estensioni a pi� classi tariffarie, nonch� per valutare in modo completo la redditivit� del cliente nel settore turistico. M-2 Il corso � pensato per offrire sia conoscenze teoriche che competenze pratiche sui principali temi della finanza aziendale, tra

	cui la struttura finanziaria, gli strumenti di debito e capitale proprio e l'analisi degli investimenti. Include inoltre argomenti legati all'intermediazione finanziaria, come il sistema finanziario, gli intermediari, i mercati, i tassi d'interesse e altri indicatori finanziari fondamentali.
Argomenc dl curs	Gli argomenti trattati nel Modulo 1 includono: - Transizione dai modelli di business incentrati sul prodotto ai modelli incentrati sul cliente - Revenue Management nel settore del turismo e dell'ospitalità - Le nuove metriche del cliente - Stimare il valore del cliente - Il crescente impatto dell'Intelligenza Artificiale sull'uso dei dati dei clienti nelle imprese del settore del turismo e dell'ospitalità. Gli argomenti trattati nel Modulo 2 includono due aree principali. Finanza aziendale - Raccolta di capitale di debito - Raccolta di capitale proprio - Dividendi e altre forme di pagamento - Valutazione degli investimenti Sistema finanziario - Intermediari finanziari e mercati finanziari - Strumenti di debito e strumenti di equity - Mercato dei capitali - Tassi di interesse e investimenti finanziari
Paroles clef	Revenue Management, Valore del cliente, Finanziamenti d'azienda, Sistema finanziario, Valutazione degli investimenti
Prerequisic aconsiés	
Cursc propedeutics	
Modalité de ensegnament	Didattica online (entrambi i moduli)
Oblianza de frecuencia	-
Obietifs formatifs y competenzes da arjonje	INTENDED LEARNING OUTCOMES (ILO) ILO 1. CONOSCENZA E COMPRENSIONE ILO 1.1 Lo studente/La studentessa acquisisce competenze e capacità specifiche per affrontare le problematiche gestionali nell'ottica della direzione di imprese turistiche, dello sviluppo e

	promozione di destinazioni turistiche e della programmazione e gestione di sistemi turistici integrati e di singoli servizi in termini strategici, organizzativi e amministrativi con una prospettiva internazionale e interculturale. ILO 2: CAPACITÀ DI APPLICARE CONOSCENZE E COMPRENSIONI ILO 2.1 Lo studente/La studentessa acquisisce la capacità di comprendere ed analizzare le problematiche che caratterizzano il settore turistico attraverso l'applicazione di teorie e modelli e l'adozione di adeguati strumenti per la gestione di imprese turistiche. ILO 2.2 Lo studente/La studentessa acquisisce la capacità di utilizzare modelli atti all'analisi del mercato turistico.. ILO 2.3 Lo studente/La studentessa acquisisce altresì competenze nella contabilità e nel finanziamento di progetti atti allo sviluppo aziendale. ILO 3: AUTONOMIA DI GIUDIZIO ILO 3.1 Acquisire la capacità di selezionare dati e utilizzare le informazioni appropriate per descrivere un problema che attiene alla gestione delle aziende turistiche così come associazioni e consorzi e destinazioni turistiche ILO 4: ABILITÀ COMUNICATIVE ILO 4.1 Il laureato/La laureata magistrale sarà in grado di comunicare efficacemente in forma orale e scritta i contenuti specialistici delle singole discipline, utilizzando registri diversi a seconda dei destinatari e degli scopi comunicativi e didattici, e di valutare gli effetti formativi della sua comunicazione. Le abilità comunicative scritte ed orali sono particolarmente sviluppate nelle attività formative svolte per la preparazione della tesi di laurea magistrale, nella discussione di casi aziendali e nelle lezioni interattive che prevedono discussioni di gruppo e il confronto di analisi individuali. ILO 5: CAPACITÀ DI APPRENDIMENTO ILO 5.1 Di individuare collegamenti tematici e di stabilire relazioni tra diversi casi e contesti di analisi. ILO 5.2 Di inquadrare un nuovo problema in modo sistematico e di generare tassonomie appropriate.
--	--

	ILO 5.3 Di elaborare modelli generali, a partire dai fenomeni studiati.
Obietifs formatifs y competenzes da arjonje (informazions suplementares)	
Sort de ejam	Modulo 1 Per gli studenti frequentanti: • Presentazione di casi di studio in piccoli gruppi (peso 40%) (ILO 1, ILO 2.1, ILO3, ILO 4, ILO 5.1, ILO 5.2) • Prova parziale (combinazione di domande a scelta multipla ed esercizi (peso 60%) (ILO1, ILO 2.1, ILO 2.2, ILO3, ILO 5.2) Nota: La valutazione positiva conseguita nella presentazione dei casi aziendali è valida per un solo anno accademico e non possono essere recuperati oltre tale periodo. Per gli studenti non frequentanti: Esame scritto (combinazione di domande a scelta multipla ed esercizi, peso 100%) (ILO1, ILO 2.1, ILO 2.2, ILO3, ILO 5.2) Modulo 2 Prova parziale scritto (peso 100%), composto da domande di teoria ed esercizi. La valutazione degli studenti frequentanti e non frequentanti è uguale. (ILO1, ILO 2.1, ILO 2.2, , ILO 2.3, ILO3, ILO4, ILO 5.2) Voto finale Il voto finale viene determinato assegnando il 50% della valutazione complessiva rispettivamente ai moduli M1 e M2. Gli studenti devono ottenere una valutazione positiva in entrambi i moduli per superare il corso.
Criters de valutazion	Obiettivo delle prove di valutazione è verificare il livello di comprensione del materiale trattato durante il corso e i collegamenti tra i vari argomenti. Nei casi di studio, gli studenti devono dimostrare di essere in grado di ricercare informazioni economiche pertinenti da applicare a specifici problemi aziendali e fornire raccomandazioni manageriali per affrontarli. Le presentazioni in aula consentono di discutere in

	modo interattivo le soluzioni proposte. Nell'esame scritto finale, gli studenti devono dimostrare di aver compreso i concetti e di essere in grado di utilizzare un linguaggio appropriato: la chiarezza nello svolgimento della prova e la qualità dell'elaborato scritto sono fondamentali.
Bibliografia obbligatoria	L'elenco dettagliato delle letture e del materiale didattico obbligatorio è annunciato all'inizio del corso.
Bibliografia aconsieda	
Deplù informaziuns	
OSS	Innovazione e infrastrutture

Modul

Titul	M-1 Revenue Management e Customer Profitability
Codesc dl curs	31009A
SSD	ECON-06/A
Lingaz	Inglese
Dozenc	dr. Francesco Reggiani, Francesco.Reggiani@unibz.it https://www.unibz.it/en/faculties/economics-management/academic-staff/person/48024
Assistent didatich	
Semester	Primo semestre
Credic universitars	6
Dozent/a responsabel/bla	
Ores de ensegnament	36 ONLINE
Ores de laboratore	-
Ores de stude individual	-
Ores de receviment prevedudes	18 ONLINE
Ressumè di contegnus	Il Modulo 1 ha l'obiettivo di fornire agli studenti le conoscenze e gli strumenti necessari per comprendere le tecniche fondamentali del revenue management, come la regola di Littlewood e le sue estensioni a più classi tariffarie, nonché per valutare in modo

	completo la redditività del cliente nel settore turistico.
Argomenc dl curs	
Modalité de enseignament	Lezioni on-line
Bibliografia obligatora	L'elenco dettagliato delle letture e del materiale didattico è annunciato all'inizio del corso.
Bibliografia aconsieda	

Modul

Titul	M-2 Finanza per le imprese del settore turistico
Codesc dl curs	31009B
SSD	ECON-09/A
Lingaz	Inglese
Dozenc	dr. Francesco Reggiani, Francesco.Reggiani@unibz.it https://www.unibz.it/en/faculties/economics-management/academic-staff/person/48024
Assistent didattich	
Semester	Secondo semestre
Credic universitars	6
Dozent/a responsabel/bla	
Ores de enseignament	36 ONLINE
Ores de laboratore	-
Ores de stude individual	-
Ores de riceviment prevedudes	18 ONLINE
Ressumè di contegnus	Il corso è pensato per offrire sia conoscenze teoriche che competenze pratiche sui principali temi della finanza aziendale, tra cui la struttura finanziaria, gli strumenti di debito e capitale proprio e l'analisi degli investimenti. Include inoltre argomenti legati all'intermediazione finanziaria, come il sistema finanziario, gli intermediari, i mercati, i tassi d'interesse e altri indicatori finanziari fondamentali.
Argomenc dl curs	
Modalité de enseignament	Didattica on-line

Bibliografia obligatora	L'elenco dettagliato delle letture e del materiale didattico è annunciato all'inizio del corso.
Bibliografia aconsieda	