Syllabus

Descrizione corso

Titolo insegnamento	Revenue Management e Finanza per le imprese turistiche
Codice insegnamento	31009
Titolo aggiuntivo	
Settore Scientifico-Disciplinare	NN
Lingua	Italiano
Corso di Studio	Corso di laurea magistrale in Management del Turismo
Altri Corsi di Studio (mutuati)	
Docenti	dr. Francesco Reggiani, Francesco.Reggiani@unibz.it https://www.unibz.it/en/faculties/economics-management/academic-staff/person/48024
Assistente	
Semestre	Tutti i semestri
Anno/i di corso	2
CFU	12
Ore didattica frontale	72 (36 M-1 + 36 M-2), M-2 online
Ore di laboratorio	-
Ore di studio individuale	-
Ore di ricevimento previste	36 (18 M-1 + 18 M-2), M-2 online
Sintesi contenuti	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 più classi tariffarie, nonché per valutare in modo completo la redditività del cliente nel settore turistico. M-2 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.
Argomenti dell'insegnamento	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
Parole chiave	Revenue Management, Valore del cliente, Finanziamenti d'azienda, Sistema finanziario, Valutazione degli investimenti
Prerequisiti	
Insegnamenti propedeutici	
Modalità di insegnamento	In presenza (modulo 1) e online (modulo 2)
Obbligo di frequenza	-
Obiettivi formativi specifici e risultati di apprendimento attesi	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: CAPACITÁ 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.
Obiettivi formativi specifici e risultati di apprendimento attesi (ulteriori info.)	
Modalità di esame	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) • Esame scritto (combinazione di domande a scelta multipla ed esercizi, peso 60%) (ILO1, ILO 2.1, ILO 2.2, ILO3, ILO 5.2) Nota: La votazione 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 Esame 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.
Criteri di valutazione	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 facoltativa	
Altre informazioni	
Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs)	Innovazione e infrastrutture

Modulo del corso

Titolo della parte costituente del corso	M-1 Revenue Management e Customer Profitability
Codice insegnamento	31009A
Settore Scientifico-Disciplinare	ECON-06/A
Lingua	Italiano
Docenti	dr. Francesco Reggiani, Francesco.Reggiani@unibz.it https://www.unibz.it/en/faculties/economics-management/academic-staff/person/48024
Assistente	
Semestre	Primo semestre
CFU	6
Docente responsabile	
Ore didattica frontale	36
Ore di laboratorio	-
Ore di studio individuale	-
Ore di ricevimento previste	18
Sintesi contenuti	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.
Argomenti dell'insegnamento	
Modalità di insegnamento	Lezioni in presenza
Bibliografia obbligatoria	L'elenco dettagliato delle letture e del materiale didattico è annunciato all'inizio del corso.
Bibliografia facoltativa	

Modulo del corso

Titolo della parte costituente del corso	M-2 Finanza per le imprese del settore turistico
Codice insegnamento	31009B
Settore Scientifico-Disciplinare	ECON-09/A
Lingua	Italiano
Docenti	dr. Francesco Reggiani, Francesco.Reggiani@unibz.it https://www.unibz.it/en/faculties/economics-management/academic-staff/person/48024
Assistente	
Semestre	Secondo semestre
CFU	6
Docente responsabile	
Ore didattica frontale	36
Ore di laboratorio	-
Ore di studio individuale	-
Ore di ricevimento previste	18
Sintesi contenuti	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.
Argomenti dell'insegnamento	
Modalità di insegnamento	Didattica on-line
Bibliografia obbligatoria	L'elenco dettagliato delle letture e del materiale didattico è annunciato all'inizio del corso.
Bibliografia facoltativa	