# Strategie competitive delle imprese turistiche

## Prof. Alessandro Ceriani

***OBIETTIVO DEL CORSO E RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI***

L’offerta turistica è un insieme di elementi ordinati e programmati funzionali alla soddisfazione del turista. Sempre di più sono elementi complementari le risorse del territorio e l’offerta di servizi e pertanto il prodotto turistico italiano, forte di un vantaggio competitivo costituito dal patrimonio del territorio naturale, artistico, culturale, deve essere difeso ed ampliato per competere in modo più strutturato a livello internazionale.

La gestione delle attività turistiche richiede professionalità e cultura tecnica di settore da parte degli operatori per essere in grado di agire in modo integrato e per ampliare l’offerta aumentando la soddisfazione del turista. In questo contesto il corso di “Strategie Competitive delle imprese turistiche” intende approfondire caratteristiche, specificità e problematiche strategiche e gestionali delle imprese turistiche anche in una ottica di definizione del contesto ambientale e concorrenziale in cui operano.

In sintesi il corso costituisce un punto di connessione tra l’inquadramento teorico delle imprese turistiche, le attività manageriali e le tecniche economico aziendali applicabili agli operatori di settore. L’approccio utilizzato è quello di fornire un percorso formativo articolato integrato con una lettura trasversale che spazia dalla gestione, finanza, contabilità, risorse umane e marketing.

Il corso si propone i seguenti obiettivi:

1. in primo luogo, consentire agli studenti di affrontare le diverse realtà aziendali in un’ottica sistematica capace di fornire generali chiavi di lettura alle tematiche dell’economia e gestione delle imprese turistiche. Lo studente avrà un’ampia panoramica delle principali tipologie di aziende, del contesto in cui operano, delle prospettive di sviluppo e delle più importanti caratteristiche gestionali, acquisendo gli elementi rilevanti e peculiari del management e della produzione. Una serie di case history aggiornati permetterà di comprendere le differenze tra le diverse attività svolte nel settore e principalmente: il ruolo commerciale di internet nel settore, dei tour operator, dell’alberghiero e dell’extra alberghiero, del sistema congressuale e dei vettori turistici;
2. in secondo luogo, il corso è focalizzato sulla presentazione di alcune metodologie utilizzate per la misurazione ed analisi dei risultati delle imprese turistiche. In modo specifico, in considerazione dell’incremento della quantità e qualità dei dati, lo studente potrà acquisire la padronanza di alcuni strumenti di controllo di gestione (quali ad esempio, indicatori di performance, revenue management, costruzione del budget, interpretazione del bilancio), elementi imprescindibili per la gestione del successo e dell’economicità delle imprese turistiche;
3. in terzo luogo, sulla base degli elementi tecnici acquisiti si analizzerà come le diverse variabili qualitative e quantitative possono essere utilizzate per avviare delle strategie competitive relative all’offerta di prodotti/servizi. Inoltre sarà esaminato l’impatto di tali strategie, in termini di ritorno sugli investimenti e/o economicità delle azioni intraprese

*Risultati di apprendimento attesi*

Al termine dell'insegnamento, lo studente sarà in grado di avere un quadro d’insieme sulle imprese turistiche comprendendone la finalità, le caratteristiche essenziali ed il segmento di riferimento all’interno del settore.

Nello specifico lo studente avrà acquisito una conoscenza approfondita di termini e di strumenti finanziari con i quali è in grado di comprendere il funzionamento ed il peso di alcune variabili rilevanti che caratterizzano le imprese turistiche e di come tali variabili sono influenzate dalle azioni intraprese.

Lo studente sarà in grado con alcuni “*tool*” specifici di misurare la qualità, l’efficienza e di valutare il funzionamento delle organizzazioni turistiche e di rappresentarne l’andamento e i relativi risultati anche in una ottica di valutazione di piani di azione che riflettono le diverse strategie adottate dagli operatori.

***PROGRAMMA DEL CORSO***

Filo conduttore del corso sarà l’analisi di ogni tipologia di impresa turistica secondo uno schema definito:

1. definizione specifica e concetti prevalenti;
2. scenario internazionale di riferimento;
3. contesto italiano con riferimento al settore ed agli elementi regolatori e normativi;
4. panoramica sulla tipologia di servizio e sua produzione e relative caratteristiche organizzative;
5. orientamento strategico e politiche di marketing.

Lo scopo è quello di presentare le diverse tipologie di imprese turistiche inquadrando le loro complessità organizzative e gli schemi di management applicabili, cercando di cogliere gli aspetti più innovativi del comparto, sempre non dimenticando la complessità in cui si colloca.

Allo stesso modo l’esame delle imprese turistiche sarà affiancato da una introduzione e successivo approfondimento con alcuni casi reali degli strumenti finanziari che meglio identificano il funzionamento delle organizzazioni e permettono di valutare il loro andamento anche con riferimento alle performance specifiche nel settore ricettivo, ristorativo, aereo, crocieristico, ed altri segmenti.

Inoltre anche con riferimento al contesto 2020, 2021 per l’emergenza COVID-19 saranno presentati alcuni casi aziendali per esaminare la tipologia di strategie adottate in fase emergenziale e prospettica per l’anno 2022 e successivi.

***BIBLIOGRAFIA***

Materiale da approfondire ai fini dell’esame:

1. Le slides che saranno rese disponibili durante le lezioni e ogni altro materiale presentato in aula (accessibili tramite blackboard).

I testi facoltatvi per approfondimenti sul tema

1. Clara Benevolo, Mario Grasso, *Destinazioni e imprese turistiche*, FrancoAngeli, terza edizione aggiornata e ampliata 2021 [Acquista da V&P](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/mario-grasso-clara-benevolo/destinazioni-e-imprese-turistiche-9788835110385-694375.html)
2. Anna Lia Scannerini – Miriam Beretta, *Strumenti di controllo per le imprese turistiche*, FrancoAngeli, 2014 [Acquista da V&P](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/miriam-berretta-anna-lia-scannerini/strumenti-di-controllo-per-le-imprese-turistiche-9788891709646-659882.html)
3. Manuela De Carlo, Stefania Bertolini, *Management delle aziende del turismo*, McGraw-Hill Education Create, 2019 [Acquista da V&P](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/management-delle-aziende-del-turismo-9781307470734-697619.html)

***DIDATTICA DEL CORSO***

Il corso prevede lezioni in aula, integrate da esperienze e studi di casi al fine di raccordare la teoria alla realtà. Sono possibili, interventi di professionisti e/o manager di organizzazioni e/o imprese che presenteranno casi e testimonianze di gestione diretta delle risorse umane e dell’uso degli strumenti finanziari di programmazione e controllo più ricorrrenti.

***METODO E CRITERI DI VALUTAZIONE***

L’esame prevede una prova orale composta mediamente da tre a cinque domande di ugual peso che vertono sulla bibliografia indicata nel presente programma (slides e materiale presentato in aula).

Lo studente mediante il colloquio orale dovrà dimostrare di sapersi orientare tra i temi e le questioni di fondo discussi durante le lezioni, con particolare attenzione all’uso appropriato della terminologia specifica, la strutturazione argomentata e coerente del discorso, la capacità di individuare nessi concettuali e questioni aperte.

Ai fini della valutazione concorreranno la pertinenza delle risposte, l’adeguato utilizzo dei termini tecnici esaminati e soprattutto la capacità di effetuare analisi articolate degli elmenti critici che caratterizzano le organizzazioni con riferimento all’area risorse umane e relativamente all’utilizzo degli strumenti finanziari di programmazione e controllo.

I casi/tesimonianze presentate sono parte integrante del programma di esame e possono essere oggetto di domande specifche durante la prova di esame.

In ogni caso per la prova d’esame

1. Per gli studenti che frequenteranno le lezioni in aula in forza della completezza del materiale aggiuntivo presentato con i casi/testimonianze non è richiesto lo studio dei testi facoltativi indicati nella sezione bibliografia.
2. Per gli studenti che non avranno la possibilità di frequentare le lezioni previste è richiesto lo studio e lettura del manuale sopra indicato (sezione precedente, bibliografia) “Destinazioni e imprese turistiche” in aggiunta al materiale delle lezioni pubblicato in blackboard.

***AVVERTENZE E PREREQUISITI***

Allo studente non sono richieste particolari conoscenze di base. E’ consigliata tuttavia una minima attenzione degli studenti rispetto ai temi correnti dell’economia economia, nella forma della lettura degli inserti settimanali di economia dei principali quotidiani a diffusione nazionale o dei siti web di società quotate, grandi imprese, gruppi internazionali prevalentemente nel settore turistico, alberghiero, ristorazione e tour operator e non solo, nella sezione *investor relation* e/o *corporate governance*.

*Orario e luogo di ricevimento degli studenti*

Il ricevimento è previsto dopo le lezioni oppure su appuntamento presso la sede di Brescia dell’Università Cattolica scrivendo via mail al docente all’indirizzo: [alessandro.ceriani@unicatt.it](mailto:alessandro.ceriani@unicatt.it)

Ulteriori informazioni sono reperibili sulla pagina web del docente (Alessandro Ceriani) all'indirizzo <http://docenti.unicatt.it/web/searchByName.do?language=ENG> o sulla bacheca di Facoltà.