# Economia e gestione delle imprese turistiche

## Prof. Marco Confalonieri

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

Obiettivo del corso è quello di indirizzare gli studi svolti in precedenza (Economia aziendale) nel settore specifico delle imprese turistiche e dei collegati aspetti di gestione e manageriali delle imprese in esso operanti, nonché dei rapporti con l’ambiente circostante.

Una prima parte del corso è dedicata allo studio dei concetti base (domanda e offerta turistica) e degli attori pubblici e privati che operano nei vari segmenti che compongono il mercato turistico.

Si esaminano poi i fenomeni integrativi propri dei principali ambiti turistici e le forme di crescita interna ed esterna.

Una seconda parte è dedicata all’esame della formazione dei prezzi e dei rapporti esistenti tra costi, prezzi nonché di tecniche come lo yield management e l’overbooking.

La terza parte è dedicata all’esame degli aspetti gestionali, delle ripercussioni economiche e dei tipici costi e ricavi nonché delle caratteristiche organizzative delle principali tipologie di imprese turistiche (alberghi e catene alberghiere, ricettività alternativa, tour operator e agenzie di viaggio, imprese crocieristiche e strutture congressuali).

La quarta e ultima parte è dedicata ad aspetti propri del turismo sostenibile e a casi aziendali.

Al termine dell’insegnamento, lo studente conoscerà i principali aspetti del “mondo” del turismo e la terminologia tecnica e operativa delle imprese turistiche.

***PROGRAMMA DEL CORSO***

I contenuti del corso sono, sinteticamente, i seguenti.

– Domanda e offerta turistica.

– I soggetti pubblici e privati operanti nel settore turistico.

– L’azienda turistica.

– Gli aggregati (catene alberghiere, etc.).

– Aspetti gestionali ed organizzativi delle imprese turistiche.

– Redditività ed indici.

– Costi e ricavi tipici di aziende alberghiere, T.O. e agenzie di viaggi.

– La determinazione dei prezzi.

– Gli investimenti.

– Le principali caratteristiche del bilancio delle aziende del settore turistico.

– Case study vari.

***BIBLIOGRAFIA[[1]](#footnote-1)***

Testi di riferimento

M. Confalonieri, *La gestione delle aziende turistiche,* Giappichelli, Torino, 2021. *[Acquista da VP](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/marco-confalonieri/la-gestione-delle-aziende-turistiche-9788892137547-696064.html)*

M. Confalonieri, *Le catene volontarie nel settore alberghiero,* Giappichelli, Torino, 2001. [*Acquista da VP*](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/confalonieri-marco/le-catene-volontarie-nel-settore-alberghiero-9788834811726-173813.html)

A. Bonini, *5 Case Histories nell’industria dell’ospitalità,* F. Angeli, Milano, 1994. [*Acquista da VP*](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/bonini-aureliano/cinque-case-histories-nellindustria-dellospitalita-9788820487225-173522.html)

In alternativa al testo di A. Bonini, lo studente, a sua scelta, può preparare per l’esame:

M. Confalonieri, *Il turismo sostenibile,* Giappichelli, Torino, 2008. [*Acquista da VP*](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/confalonieri-marco/il-turismo-sostenibile-9788834884812-173833.html)

Per coloro che volessero approfondire lo studio dell’economia turistico-manageriale, si fornisce di seguito un elenco indicativo di alcuni testi di consultazione:

G. Liberatore, *Il controllo di gestione nelle imprese turistico-ricettive,* CEDAM, Padova, 1993.

R. Normann, *Service Management-Strategy and Leadership in Service Business,* John Wiley and Sons, 1977 (trad. it. *La gestione strategica dei servizi*, Etas Libri, Milano, 1985; nuova ed. ampliata, 1992).

G. Piantoni-S. Salvemini (a cura di), *Gestire persone e idee nel terziario avanzato,* EGEA, Milano, 1991.

K. Albrecht, *Al servizio del cliente interno ed esterno,* Gramma Isedi, Milano, 1992.

U. Morelli, *Management delle imprese turistiche,* Etas Libri, Milano, 1995.

M. Rispoli-M. Tamma, *Le imprese alberghiere nell’industria dei viaggi e del turismo,* CEDAM, Padova, 1996.

G. Silingardi, *Turismo: legislazione e prassi contrattuale,* Etas Libri, Milano, 1993.

S.G. Radzik, *Turismo e agenzia di viaggi,* F. Angeli, Milano, 1992.

AA.VV., *Come entrare nel mondo del turismo,* Il Sole 24 Ore Libri, Milano, 1996.

G. Peroni, *Economia e management delle imprese alberghiere,* F. Angeli, Milano, 1992.

***DIDATTICA DEL CORSO***

Si raccomanda una frequenza assidua in quanto gli argomenti trattati si intrecciano con problematiche aziendali in senso lato e durante le lezioni verranno presentati esempi e lucidi; è inoltre previsto l’intervento di esperti del settore.

***METODO E CRITERI DI VALUTAZIONE***

L’esame è scritto.

I quesiti possono riguardare sia l’esposizione di concetti e definizioni sia esercizi numerici.

La prova scritta è articolata in quattro domande di analogo peso nella valutazione finale.

Complessivamente la prova scritta ha la durata di sessanta minuti.

Prima di comunicare gli esiti della prova scritta, il docente illustra agli studenti i criteri di correzione e valutazione, passando in rassegna le domande proposte.

***AVVERTENZE E PREREQUISITI***

I prerequisiti consistono nella conoscenza dei concetti di base dell’Economia aziendale e di alcune elementari nozioni di matematica

*Orario e luogo di ricevimento*

Il Prof. Marco Confalonieri riceve gli studenti come da avviso affisso all’albo presso il Dipartimento di Scienze dell’economia e della gestione aziendale (via Necchi 9, II piano) e sulla sua pagina “Docenti” nella sezione “Avvisi”.

1. I testi indicati nella bibliografia sono acquistabili presso le librerie di Ateneo; è possibile acquistarli anche presso altri rivenditori. [↑](#footnote-ref-1)