

Syllabus

Course description

Course title	Revenue Management and Corporate Finance in Tourism
Course code	31009
Scientific sector	SECS-P/07 and SECS-P/09
Degree	Master in Tourism Management
Semester and academic year	1st and 2nd Semester 2023/2024
Year	2nd study year
Credits	12
Modular	YES

Total lecturing hours	72 Module 1: 36 Lecturing hours Prof. Francesco Reggiani Module 2: 36 Lecturing hours Prof. Paola Vezzani
Total lab hours	-
Total exercise hours	-
Attendance	suggested, but not required
Prerequisites	Not foreseen
Course page	https://www.unibz.it/en/faculties/economics-management/master-tourism-management/course-offering

Specific educational objectives	<p>The course refers to the typical educational activities and belongs to the scientific area of Economics.</p> <p>Module 1 – Revenue Management and Customer Profitability The module integrates managerial and financial accounting and control techniques in revenue management and customer profitability. Revenue management can be defined as “the art and science of selling the right product to the right customer at the right time for the right price”. The module focuses on preparing, evaluating, and interpreting financial and non-financial information for revenue management, external reporting, and valuation of customer profitability in the Hospitality, Tourism and Destination Enterprises.</p> <p>Module 2 – Corporate Finance for Tourism Businesses: Module 2 is designed to provide theoretical and practical knowledge of both corporate finance topics (financial structure, debt securities, equity securities, investments,</p>
--	--

	etc.) and financial intermediation themes (financial system, financial intermediaries, financial markets, interest rates and other main financial figures).
Module 1	Revenue Management and Customer Profitability
Lecturer	Prof. Francesco Reggiani, Francesco.Reggiani@unibz.it , Campus Bruneck/Brunico, 1 st Floor, Office 1.09, Faculty of Economics and Management https://www.unibz.it/it/faculties/economics-management/academic-staff/person/48024-francesco-reggiani
Scientific sector of the lecturer	SECS-P/07
Teaching language	Italian
Office hours	https://www.unibz.it/en/timetable/?department=26&degree=13009%2C13134
List of topics covered	<p>Topics covered in M1 include:</p> <ul style="list-style-type: none"> • New Business Models and the need to move from product to customer-centric strategies • Revenue management and yield management in the Hospitality, Tourism and Destination Enterprises. • Understanding the new customers' metrics: Customer Profitability, Customer Lifetime Value, Customer Equity. • Customer analytics for internal decision-making and control • Customer Equity for external reporting and valuation • The rising impact of Artificial Intelligence on modeling customer data in the Hospitality, Tourism and Destination Enterprises.
Teaching format	The module combines in-class explanation of the background material, problem-solving and case discussions. Presentations and interactive discussions are the main teaching methods used in this course. Students are expected to participate actively in class work, which will give them the opportunity to apply theoretical concepts to realistic business-related situations.
Module 2	Corporate Finance for Tourism Businesses
Lecturer	Prof. Paola Vezzani, Paola.Vezzani@unibz.it , Campus Bruneck/Brunico, 1 st Floor, Office 1.09, Faculty of Economics and Management https://www.unibz.it/en/faculties/economics-management/academic-staff/person/45256-paola-vezzani
Scientific sector of the lecturer	SECS-P/11
Teaching language	Italian
Office hours	https://www.unibz.it/en/timetable/?department=26&degree=13009%2C13134
List of topics covered	Topics covered in Module 2 include two main areas.

	<p>Corporate Finance</p> <ul style="list-style-type: none"> - Raising capital with Public Debt/Bond - Raising Equity Capital - Dividends and other forms of payments - ESG investments - Asset sales and break-ups <p>Financial system</p> <ul style="list-style-type: none"> - Financial system and financial intermediation - Negotiating Private Debt with Banks and Credit intermediaries - Capital markets - Interest rates and financial figures
<p>Teaching format</p>	<p>Module 2 combines frontal lectures, applied exercises, examples and corporate testimonials.</p> <p>Teaching methods include:</p> <ul style="list-style-type: none"> - lectures for theoretical analysis of many topics; - lectures with many exercises for practical application; - discussion of examples and corporate testimonials in order to acquire analytical skills.

<p>Learning outcomes</p>	<p>The learning outcomes of <u>M1 Revenue Management and Customer Profitability</u> are the following:</p> <p><u>Knowledge and understanding:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Knowledge and understanding of the economic and accounting principles pertinent to revenue and profit management. • Knowledge and understanding of managerial dilemma's related to customer profitability. <p><u>Applying knowledge and understanding:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Ability to apply advanced management and financial accounting concepts and techniques in Hospitality, Tourism and Destination Enterprises. • Ability to integrate financial information with non-financial information to effectively support managerial decision-making and external reporting of customer profitability in the Hospitality, Tourism and Destination Enterprises. • Ability to apply economic and principles of demand and supply to revenue management in Hospitality, Tourism and Destination Enterprises, addressing sources of revenue, inventory control, pricing decisions, customer relationships. <p><u>Making judgments:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Evaluate and analyze revenue improvement opportunities where capacity or prices can be changed to better match supply with demand.
---------------------------------	---

- Ability to search for, evaluate and suggest appropriate analytical frameworks to diagnose and formulate tactical pricing decisions to sell the right product/service, to the right customer, at the right price, through the right channel, and at the right time.

Communication skills:

- Preparation and analysis of managerial reports that help forecasting demand, segmenting customers, and allocating capacity or customizing price offers to each distinct customer segment such that the firm's profits are maximized.
- Ability to present in oral and written form an analysis of business solutions in response to specific issues related to revenue management and customer profitability.

Learning skills:

- Ability to analyse complex business settings and apply appropriate problem solving, computational and communication skills.

The learning outcomes of M2 Corporate Finance for Tourism Businesses are the following.

Knowledge and understanding:

- students will learn and understand the notion of capital structure, the outside debt financing instruments, the outside equity financing instruments, different typologies of financial instruments and markets and their features.

Applying knowledge and understanding:

- the knowledges previously acquired will allow students to understand the main features of financial instruments and markets, to be able to know their differences, financial models, firms' securities and corporate finance transactions;
- students will understand how financial markets and intermediaries work in order to supply capital to business activities.

Making judgments:

- students will be able to evaluate and analyse different financing solutions for firms;
- students will be able to independently choose the most suitable tools to provide a correct interpretation of company dynamics and related determinants;
- moreover, students will be able to read and understand financial press and specific papers related to these

themes. They will be stimulated to comment in a personal and critical way financial rules, instruments and all their features.

Communication skills:

- students will acquire an adequate financial language, especially on a technical level, also through the study of international terminology currently used and they will be able to discuss about these topics with people with different professional experiences.

Learning skills:

- students will have both theoretical and empirical basis in order to develop, deepen, organize and update their knowledge independently.

Assessment

Module 1

For attending students: a combination of (a) Presentation of problems and case studies in small groups and (b) Individual written exam (multiple choice and essay questions).

These assessments are intended to assess how well students understand the material covered throughout the course and the links among the various topics.

The case studies measure the student's ability to search for relevant economic information that apply to specific business problems, stimulate them to analyse the problem and provide managerial recommendations to address it. Presentations allow the discussion of the solutions suggested in an interactive way.

The assessment of non-attending students will be solely based on the individual written exam (multiple choice and essay questions)

Module 2

Individual written test that consists of both financial theory questions and practical exercises. Knowledge, understanding of financial problems and figures and ability to develop financial decisions are assessed.

Treatment of attending and non-attending students for assessment is alike.

The final grade of the course is an average grade between the one obtained in Module 1 (50%) and the one obtained in Module 2 (50%).

Assessment language

Italian

Evaluation criteria and criteria for awarding marks

Module 1

For attending students:

	<ul style="list-style-type: none"> • Presentation of case studies in small groups (weight 40%) • Separate Final Exam (combination of multiple choice and open questions, weight 60%) <p><i>NOTE: Project work and classroom contributions are valid for 1 academic year and cannot be carried over beyond that time-frame.</i></p> <p>For non-attending students: Separate Final Exam (combination of multiple choice and open questions, weight 100%)</p> <p>Module 2</p> <p>The exam of Module 2 will take place at the end of the course according to the official exam session calendar. The exam is written (weight 100%), and the duration is 90 minutes.</p> <p>The exam includes open questions, exercises and multiple-choice questions with indication of the relative score. In addition to demonstrating that they have understood the concepts, student must use an appropriate language: clarity in exam execution and quality of the written output are essential.</p> <p>Students must pass the Final Exam of both modules to have a passing grade in the course.</p>
Required readings	The detailed list of required course readings and learning material is announced by the beginning of the course.
Supplementary readings	-

Syllabus

Descrizione dell'insegnamento

Titolo dell'insegnamento	Revenue Management e Finanza per le imprese turistiche
Codice dell'insegnamento	31009
Settore scientifico disciplinare dell'insegnamento	SECS-P/07 e SECS-P/09
Corso di studio	Master in Management del turismo
Semestre e anno accademico	1° e 2° semestre 2023/2024
Anno dell'insegnamento	2° anno di studio
Crediti formativi	12
Modulare	si

Numero totale di ore di lezione	72 Modulo 1: 36 Lecturing hours Prof. Francesco Reggiani Modulo 2: 36 Lecturing hours Prof.ssa Paola Vezzani
Numero totale di ore di laboratorio	-
Numero totale di ore di esercitazioni	-
Frequenza	consigliata ma non obbligatoria
Insegnamenti propedeutici	non sono previste propedeuticità
Sito web dell'insegnamento	https://www.unibz.it/en/faculties/economics-management/master-tourism-management/course-offering

Obiettivi formativi specifici dell'insegnamento	<p>Questo insegnamento rientra tra le attività formative caratterizzanti e, nello specifico, appartiene all'ambito disciplinare economico.</p> <p>Modulo 1 – Revenue Management e redditività del cliente</p> <p>Il modulo integra tecniche di contabilità e controllo gestionale e finanziario volte alla gestione dei ricavi e della redditività dei clienti. Il revenue management può essere definito come "l'arte e la scienza di vendere il prodotto giusto al cliente giusto, al momento giusto e al giusto prezzo". Il modulo si concentra sulla preparazione, l'analisi e l'interpretazione delle informazioni finanziarie e non finanziarie di gestione dei ricavi, il reporting esterno e la valutazione della redditività dei clienti delle imprese del turismo e dell'ospitalità.</p>
--	---

	<p>Modulo 2 – Finanza Aziendale per le imprese turistiche:</p> <p>Questo modulo mira a fornire nozioni teoriche e pratiche sia di finanza aziendale (struttura finanziaria, titoli di debito, titoli di capitale, investimenti, ecc.), sia di intermediazione finanziaria (sistema finanziario, intermediari finanziari, mercati finanziari e principali dati congiunturali).</p>
Modulo 1	Revenue Management and Customer Profitability
Docente	Prof. Francesco Reggiani, Francesco.Reggiani@unibz.it , Campus Bruneck/Brunico, 1 st Floor, Office 1.09, Faculty of Economics and Management https://www.unibz.it/it/faculties/economics-management/academic-staff/person/48024-francesco-reggiani
Settore scientifico disciplinare del docente	SECS-P/07
Lingua ufficiale dell'insegnamento	Italian
Orario di ricevimento	https://www.unibz.it/en/timetable/?department=26&degree=13009%2C13134
Lista degli argomenti trattati	<p>Gli argomenti trattati nel Modulo 1 includono:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nuovi modelli di business e necessità di passare da strategie incentrate sul prodotto a strategie incentrate sul cliente • Gestione dei ricavi e della redditività nel settore del turismo e dell'ospitalità. • Le metriche del cliente: Customer Profitability, Customer Lifetime Value, Customer Equity. • Analisi dei clienti per il processo decisionale e di controllo interno • Customer Equity per reporting e valutazioni esterne • Il crescente impatto dell'Intelligenza Artificiale sull'uso dei dati dei clienti nelle imprese del settore del turismo e dell'ospitalità.
Attività didattiche previste	<p>Il modulo combina spiegazioni in classe del materiale di base, risoluzione di problemi e discussione di casi. Presentazioni e discussioni interattive sono metodi di insegnamento ampiamente utilizzati in questo corso.</p> <p>Ci si aspetta che gli studenti partecipino attivamente alle attività didattiche, sfruttando l'opportunità di applicare concetti teorici a situazioni concrete di business.</p>
Modulo 2	Corporate Finance for Tourism Businesses
Docente	Prof. Paola Vezzani, Paola.Vezzani@unibz.it , Campus Bruneck/Brunico, 1 st Floor, Office 1.09, Faculty of Economics and Management

	https://www.unibz.it/en/faculties/economics-management/academic-staff/person/45256-paola-vezzani
Settore scientifico disciplinare del docente	SECS-P/11
Lingua ufficiale dell'insegnamento	Italian
Orario di ricevimento	https://www.unibz.it/en/timetable/?department=26&degree=13009%2C13134
Lista degli argomenti trattati	<p>Gli argomenti trattati nel Modulo 2 coprono in via principale le seguenti due aree tematiche:</p> <p>Finanza aziendale</p> <ul style="list-style-type: none"> - Raccolta obbligazionaria - Raccolta azionaria - Dividendi e altre forme di pagamento - Investimenti ESG - Vendita di attività e scorpori aziendali <p>Sistema finanziario</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sistema finanziario e intermediazione creditizia - Principali operazioni bancarie - Mercati finanziari - Tassi di interesse e principali dati e informazioni finanziarie
Attività didattiche previste	<p>Il Modulo 2 combina lezioni frontali, esercitazioni, esempi e testimonianze aziendali.</p> <p>I metodi di insegnamento includono:</p> <ul style="list-style-type: none"> - lezioni frontali per l'analisi teorica di molti argomenti; - lezioni frontali con numerose applicazioni pratiche; - discussione di esempi e testimonianze aziendali al fine di acquisire conoscenze di casi reali e capacità di analisi.
Risultati di apprendimento attesi	<p>I risultati di apprendimento di <u>M1 Revenue Management e Customer Profitability</u> sono i seguenti:</p> <p><u>Conoscenza e comprensione:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Conoscenza e comprensione dei principi economici e contabili relativi alla gestione dei ricavi. • Conoscenza e comprensione dei trade-off insiti nelle scelte di gestione della redditività del cliente. <p><u>Capacità di applicare conoscenza e comprensione:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacità di applicare concetti e tecniche avanzate di gestione e contabilità finanziaria nelle imprese del settore del turismo e ospitalità. • Capacità di integrare le informazioni finanziarie con le informazioni non finanziarie per supportare efficacemente il processo decisionale interno e la rendicontazione esterna della redditività dei clienti nelle imprese del turismo e ospitalità. <p><u>Autonomia di giudizio:</u></p>

- Valuta e analizza le opportunità di miglioramento dei ricavi in cui la capacità produttiva o i prezzi possono essere modificati per equilibrare al meglio domanda e offerta.
- Capacità di selezionare le informazioni e i modelli analitici appropriati per vendere il prodotto giusto al cliente giusto, al momento giusto e al giusto prezzo.

Abilità comunicative:

- Preparazione e analisi di report manageriali che aiutino a prevedere la domanda, segmentare i clienti e personalizzare le offerte al fine di massimizzare il profitto aziendale.
- Capacità di comunicare in forma orale e scritta le scelte di business relative alla gestione dei ricavi e della redditività dei clienti.

Capacità di apprendimento:

- Capacità di analizzare situazioni aziendali complesse al fine di applicare appropriate tecniche di problem solving e di comunicazione.

I risultati di apprendimento di M2: Finanza per le imprese del settore turistico sono i seguenti:

Conoscenza e comprensione:

- gli studenti apprenderanno e comprenderanno la nozione di struttura del capitale, gli strumenti di finanziamento del debito, gli strumenti di finanziamento del capitale, le diverse tipologie di strumenti e mercati finanziari e le loro principali caratteristiche.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione:

- le conoscenze precedentemente acquisite consentiranno agli studenti di comprendere le principali caratteristiche degli strumenti finanziari e dei mercati, di poterne conoscere le relative differenze, i modelli finanziari, i titoli delle imprese e le principali operazioni di finanza aziendale;
- gli studenti capiranno come funzionano i mercati finanziari e gli intermediari nell'offerta di capitali utili alle attività imprenditoriali.

Autonomia di giudizio:

- gli studenti saranno in grado di valutare e analizzare diverse soluzioni di finanziamento per le imprese;
- gli studenti saranno in grado di scegliere autonomamente gli strumenti più idonei a fornire una corretta interpretazione delle dinamiche aziendali e delle relative determinanti;

- inoltre, gli studenti saranno in grado di leggere e comprendere la stampa finanziaria relativamente a questi temi. Saranno stimolati a commentare in modo personale e critico regole, strumenti finanziari e tutte le loro caratteristiche.

Abilità comunicative:

- gli studenti acquisiranno un linguaggio finanziario adeguato, soprattutto a livello tecnico, anche attraverso lo studio della terminologia internazionale attualmente in uso e potranno confrontarsi su questi argomenti con persone con esperienze professionali diverse.

Capacità di apprendimento:

- gli studenti avranno basi sia teoriche che empiriche per sviluppare, approfondire, organizzare e aggiornare autonomamente le proprie conoscenze.

Metodo d'esame

Modulo 1

Per gli studenti frequentanti:

- Presentazione di problemi e casi di studio in piccoli gruppi
- Esame scritto finale

Per gli studenti non frequentanti: esame scritto finale.

Scopo del metodo d'esame è valutare la comprensione da parte dello studente del materiale trattato durante il corso e i collegamenti tra i vari argomenti.

I casi di studio misurano la capacità dello studente di cercare le informazioni rilevanti per l'analisi di uno specifico problema aziendale e fornire soluzioni manageriali per affrontarlo. Le presentazioni consentono la discussione delle soluzioni suggerite in modo interattivo.

Il lavoro di progetto e i contributi in classe sono validi per 1 anno accademico e non possono essere riportati oltre tale periodo di tempo.

Modulo 2

Prova scritta individuale composta sia da domande di teoria finanziaria che da esercitazioni pratiche. Vengono valutate la conoscenza, la comprensione dei problemi, la capacità di conoscere ed analizzare i dati finanziari nonché la capacità di sviluppare decisioni finanziarie.

	<p>La valutazione degli studenti frequentanti e non frequentanti è uguale.</p> <p>Il voto finale del corso è un voto medio tra quello ottenuto nel Modulo 1 (50%) e quello ottenuto nel Modulo 2 (50%).</p>
Lingua dell'esame	Italiano
Criteri di misurazione e criteri di attribuzione del voto	<p>Modulo 1</p> <p>Per <u>gli studenti frequentanti</u>, il voto sarà la media tra:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Presentazione di casi di studio in piccoli gruppi (peso 40%) • Esame finale separato (combinazione di domande aperte e domande a scelta multipla, peso 60%) <p>Per <u>gli studenti non frequentanti</u>:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Esame finale separato (combinazione di domande aperte e domande a scelta multipla, peso 100%). <p>Modulo 2</p> <p>L'esame del Modulo 2 si svolgerà al termine del corso secondo il calendario ufficiale degli appelli d'esame. L'esame è scritto (peso 100%) e la durata è di 90 minuti. L'esame prevede domande aperte, esercizi e domande a scelta multipla con indicazione del relativo punteggio. Oltre a dimostrare di aver compreso i concetti, lo studente deve utilizzare un linguaggio appropriato: la chiarezza nell'esecuzione dell'esame e la qualità della produzione scritta sono essenziali.</p> <p>Gli studenti devono superare l'esame finale di entrambi i moduli per passare il corso.</p>
Bibliografia fondamentale	L'elenco dettagliato delle letture e del materiale didattico è annunciato all'inizio del corso.
Bibliografia consigliata	