UNIVERSITÀ DI PISA

POLITICHE DI PRICING E REVENUE MANAGEMENT

MIRIAM BERRETTA

Academic year	2022/23
Course	PROGETTAZIONE E GESTIONE DEI SISTEMI TURISTICI MEDITERRANEI
Code	300PP
Credits	9

Modules	Area	Type	Hours	Teacher(s)
POLITICHE DI PRICING E REVENUE MANAGEMENT MODULO I A	SECS-P/07	LEZIONI	48	MIRIAM BERRETTA
POLITICHE DI PRICING E REVENUE MANAGEMENT MODULO II	SECS-P/07	LEZIONI	24	ANGELO LA RICCIA

Obiettivi di apprendimento

Conoscenze

Il Corso, articolato in due moduli (I Modulo Prof.ssa Miriam Berretta - II Modulo Prof. Angelo La Riccia), si propone di far acquisire agli studenti una conoscenza approfondita degli attori del settore turistico focalizzando particolarmente l'attenzione sulle strategie per le imprese turistiche volte a massimizzare i ricavi e conseguentemente i profitti. Il programma dei due moduli si concentrerà sulle tecniche di pricing secondo i più innovativi principi di marketing, non perdendo di vista il controllo dei costi, al fine di ottimizzare il risultato economico dell'azienda. In particolare, nella seconda parte del modulo I, nell'intero modulo II, ci si concentrerà sulla tecnica del Revenue Management, nata proprio nel settore turistico, con l'obiettivo di massimizzare i ricavi.

Modalità di verifica delle conoscenze

Le modalità di verifica del modulo I prevedono una prova pratica scritta e una prov orale.
Le modalità di verifica del modulo II prevedono una prova pratica scritta.

Capacità

Al termine del corso lo studente sarà in grado di:
- individuare le dinamiche di variazione e tecniche di determinazione dei prezzi per i prodotti turistici
- conoscere i vari strumenti di analisi dei costi per le imprese turistiche ai fini della determinazione del prezzo
- utilizzare la tecnica del revenue management per le imprese turistiche in particolare per le strutture ricettive

Modalità di verifica delle capacità

Durante le lezioni del corso verranno continuamente analizzati casi aziendali e predisposte esercitazioni per applicare le tecniche presentate.

Comportamenti

Il corso consentirà di sviluppare:
- analisi della dinamica dei costi e dei prezzi delle imprese turistiche
- capacità di lavorare utilizzando tecniche in uso nel settore

Modalità di verifica dei comportamenti

Durante lo svolgimento del corso saranno valutate:
- L'attenzione e la partecipazione all'approfondimento dei vari argomenti
- La capacità di interagire nello svolgimento delle esercitazioni svolte e nella presentazione dei casi aziendali

Prerequisiti (conoscenze iniziali)

Il Corso fa parte della formazione economico-aziendale per gli studenti del Corso di laurea Magistrale in Progettazione e Gestione dei Sistemi Turistici Mediterranei
Per seguire meglio il Corso, lo studente deve avere le conoscenze raccomandate in ingresso.

Programma (contenuti dell'insegnamento)

Il I Modulo del Corso affronterà due macroargomenti, Pricing e Revenue Management. Nel dettaglio:
PRICING:
- Il pricing come leva del maketing mix - Strategie di prezzo nei diversi momenti di vita del prodotto
- Fattori chiave per la determinazione del prezzo. Combinazione delle diverse variabili e conseguenti livelli di prezzo
- Classificazione dei costi - Tecniche di analisi dei costi: tecniche tradizionali: direct costing e full costing. ABC (Activity Based Costing) e cenni sulla BSC (Balanced SCorecard)
- Principali tecniche di pricing orientate ai costi applicate nel settore turistico: Target Pricing, BEP, Mark up, Cost plus pricing, ABC. Esercitazioni
REVENUE MANAGEMENT
- Condizioni base per l'applicazione del Revenue Management. Terminologia di base nel settore turistico e genesi del Revenue Managment nel settore aereo
- Processo di Revenue Management: Segmentazione. Tecniche di previsione. Ottimizzazione e gestione della capacità. Booking. Controllo. Esercitazioni

Il II Modulo del Corso si articola nei seguenti contenuti:
-
Principali argomenti

- Il Revenue Management, storia e caratteristiche fondamentali
- Segmentazione della domanda e relativi piani tariffari
- Il competitive set
- La SWOT analisi
- Creazione di un Forecast, studio del suo funzionamento, archiviazione e condivisione
- Strategie revenue: tariffe di partenza, quando e come modificare il prezzo di vendita, restrizioni e offerte speciali
- Overbooking ed oversale
- Rpt ed Rpo (Rifiuti per tariffa e Rifiuti per occupazione)
- Strategie di Revenue avanzate (up-selling, down-selling, cross-selling)
- Gli strumenti in uso: PMS, Revenue Management software, Channel Manager
- Gestione delle OTA e dei canali di vendita online: le caratteristiche di funzionamento
- La gestione della reputazione online
- Modelli di software di revenue

Bibliografia e materiale didattico

Il materiale didattico adottato a supporto delle lezioni sarà reso disponibile, durante lo svolgimento del corso, dai docenti
Per approfondimenti sono consigliati i seguenti testi
Scannerini A.L., Berretta M. (2014), ***Strumenti di controllo per le imprese turistiche***, FrancoAngeli editore, Milano (capitoli 2, 3, 4 e 5)
Paolo Desinano (2010), ***Hotel Revenue Management,*** FancoAngeli editore, Milano

Indicazioni per non frequentanti

Non ci sono integrazioni di programma per i non frequentati. Le modalità d'esame rimarranno le stesse sia per il modulo I che per il II

Modalità d'esame

In situazioni normale, il **Modulo I** prevede una prova scritta e una prova orale. La prova scritta sarà sulle parti più quantitative sulle quali verranno fatte esercitazioni in aula e messo a disposizione un apposito eserciziario. Nella prova scritta verranno presentati casi per i quali dovranno essere applicate le tecniche viste in aula. La prova orale riguarderà le parti più teoriche ed esplicative delle tecniche applicate anche nella prova scritta. La prova orale potrà essere sostenuta, al superamento dell'esame scritto, anche in un appello successivo nel corso dello stesso anno accademico.
Ai fini del voto finale la prova scritta vale 50% e la prova orale l'altro 50%
Per il **Modulo II** è prevista una sola prova scritta.