SCHEDA DELL'INSEGNAMENTO (SI)
BUSINESS PLANNING

SSD: ECONOMIA AZIENDALE (SECS-P/07)

DENOMINAZIONE DEL CORSO DI STUDIO: HOSPITALITY MANAGEMENT (P31)
ANNO ACCADEMICO 2025/2026

INFORMAZIONI GENERALI - DOCENTE

DOCENTE: CIRILLO ALESSANDRO
TELEFONO:
EMAIL: alessandro.cirillo2@unina.it

INFORMAZIONI GENERALI - ATTIVITÀ

INSEGNAMENTO INTEGRATO: NON PERTINENTE
MODULO: NON PERTINENTE
LINGUA DI EROGAZIONE DELL'INSEGNAMENTO: ITALIANO
CANALE:
ANNO DI CORSO: III
PERIODO DI SVOLGIMENTO: SEMESTRE I
CFU: 6

INSEGNAMENTI PROPEDEUTICI

N/A

EVENTUALI PREREQUISITI

Non sono previsti prerequisiti formali, tuttavia è importante possedere conoscenze avanzate di "Economia Aziendale" e di "Economia Aziendale nello Smart Tourism".

OBIETTIVI FORMATIVI

Alla luce della natura triennale del corso (insegnamento di primo livello) e della sua specificità, con riferimento all'hospitatlity management in senso stretto, gli obiettivi formativi sono tarati su tali due caratteristiche. Infatti, ai discenti è richiesto di valutare strategicamente le idee imprenditoriali nel settore del turismo – ampiamente inteso e quindi considerando: strutture ricettive; ristoranti; fine dining; catering&banqueting; tour operator; travel agencies; consulenza direzionale per le imprese del settore – basandosi su logiche e prospettive economico-finanziarie (es. valutazione delle strategie alternative in termini di creazione di valore). Agendo come futuri imprenditori, consulenti

o manager dell'industria turistico-ricettiva, gli studenti saranno capaci di formalizzare e comunicare, con specifico riguardo alla prospettiva economico-finanziaria, un'idea di business ad un audience eterogeneo quale partner finanziari (banche, venture capitalists, private equity) o potenziali conferitori di capitale di rischio (soci). Inoltre, un altro obiettivo formativo si sostanzia nella capacità di condurre un'analisi dei competitors e determinarne la rilevanza economica ed il potenziale impatto strategico. Al termine del corso, i discenti saranno capaci di valutare le opzioni economico-finanziarie più idonee in relazione al ciclo di vita dell'azienda distinguendo le seguenti fasi: start-up; espansione; mantenimento della quota di mercato; sopravvivenza nel medio-lungo termine.

RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI (DESCRITTORI DI DUBLINO)

Conoscenza e capacità di comprensione

Al termine del corso, gli studenti acquisiranno una conoscenza specifica riguardo la redazione e la comprensione di un business plan del settore hospitality. Il corso focalizza la sua attenzione sui pilastri economico-finanziari della pianificazione strategica con lo scopo di valutare criticamente la capacità dell'azienda di creare valore per gli stakeholders. Diminuire il divario tra la teoria (l'insieme delle nozioni che costituiscono il framework teorico) e la pratica (capacità concreta di risoluzione delle problematiche reali) è cruciale per il presente corso: i discenti si confronteranno con situazioni reali esemplificate partendo da situazioni professionali (case studies; role playing; testimonianze). Infine, gli studenti saranno capaci di comprendere la strutturazione di un business plan per le aziende operanti nel comparto turistico.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Partendo dalla valutazione critica dello scenario macro (settore) e micro di riferimento, gli studenti saranno in grado di implementare analisi di mercato e comprendere le leve del valore di uno specifico segmento di business, di posizionare dal punto di vista strategico l'idea imprenditoriale, di determinare il fabbisogno finanziario (valutando le differenti forme di capitale sulla base di criteri finanziari e strategici), di stimare l'andamento economico (in termini di profitti) ed i cash flow prospettici, di condurre un business pitch a potenziali investitori.

PROGRAMMA-SYLLABUS

Il corso si prefigge lo scopo di analizzare, sia dal punto di vista teorico che da quello pratico, il processo di costituzione del business plan ponendo particolare attenzione alle applicazioni pratiche nel settore dell'hospitality adottando una prospettiva internazionale. In tale prospettiva, i principali argomenti sono così sintetizzabili:

- *Il business plan nel contesto della pianificazione strategica*
- *La relazione tra la performance aziendale e la strategia*
- *Gli scopi e gli obiettivi del business plan*
- *Le componenti essenziali del business plan*
- *La valutazione dei competitors e lo scenario competitivo*
- *L'aspetto quantitativo*

- *L'aspetto qualitativo*
- *I drivers della creazione di valore nel medio-lungo termine*

MATERIALE DIDATTICO

Ekanem, I**. *Writing a business plan: a practical guide***, *Taylor &Francis, 2017.*

Mullins, J. W., & Komisar, R. (2010). ***A business plan? Or a journey to plan B?***. *MIT Sloan Management Review, 51(3), 1.*

Karlsson, T., & Honig, B. (2009). ***Judging a business by its cover: An institutional perspective on new ventures and the business plan***. *Journal of Business Venturing*, *24*(1), 27-45.

Honig, B., & Karlsson, T. (2004). ***Institutional forces and the written business plan***. *Journal of Management*, *30*(1), 29-48.

Materiale didattico predisposto dal docente (slides; report di settore; analisi tecniche).

MODALITÀ DI SVOLGIMENTO DELL'INSEGNAMENTO-MODULO

La didattica viene erogata nelle seguenti modalità:

- lezioni frontali (28-30 ore);
- testimonianze aziendali e *guest lecturer* da parte di consulenti, imprenditori, chef, sommelier e F&B manager (8-10 ore);
- *business simulations* relative alla gestione di un ristorante ed alla gestione di un albergo (4-6 ore) da condurre in team;
- applicazioni pratiche ed esercitazioni (6-8 ore);
- discussioni (anche on-line) su tematiche reali relative al settore dell'*hospitality* partendo da *case studies* o da report professionali di settore.

VERIFICA DI APPRENDIMENTO E CRITERI DI VALUTAZIONE

b) Modalità di valutazione

L'esame si compone di: 1) project work (redazione di un business plan di un'impresa turistico ricettiva) di gruppo – massimo cinque studenti; 2) prova orale (individuale); 3) partecipazione in aula ed alle attività.

La votazione complessiva è, idealmente, scomponibile come segue:

- 30% risultato project work;
- 60% risultato prova orale;
- 10% partecipazione attiva in aula ed alle attività didattiche.