

## **I. LE CARATTERISTICHE DELL'IMPRESA ALBERGHIERA**

1.1	La definizione di servizio e le variabili principali .....	17
1.2	Le caratteristiche del servizio alberghiero nelle sue varie esplicazioni.....	24
1.3	La stagionalità del servizio alberghiero .....	30
1.4	Le caratteristiche della domanda (le diverse forme di turismo) .....	33
1.5	Le caratteristiche dell'offerta (le diverse forme di accoglienza) .....	35

## **2. LA STRATEGIA AZIENDALE E LA CREAZIONE DI VALORE**

2.1	La creazione di valore come fine principale dell'impresa .....	43
2.2	Il contenuto del concetto di strategia aziendale .....	44
2.3	Il procedimento di costruzione della strategia aziendale .....	46
2.4	L'analisi del contesto in cui opera l'impresa .....	51
2.5	La scelta della strategia e la sua formalizzazione .....	56

## **3. IL CONTROLLO DI GESTIONE COME STRUMENTO DI RAZIONALIZZAZIONE**

3.1	Premessa.....	63
3.2	Oggetto e scopi del sistema di programmazione e controllo .....	65
3.3	L'introduzione in azienda del sistema di programmazione e controllo.....	68
3.4	Il check-up aziendale come strumento propedeutico alla introduzione in azienda del controllo di gestione .....	73
3.5	L'attività di check-up applicata all'impresa alberghiera .....	76

## **4. IL CONTROLLO DEI COSTI NELL'IMPRESA ALBERGHIERA**

4.1	La classificazione dei costi e l'utilizzo a fini direzionali .....	83
4.2	La creazione della contabilità analitica nell'albergo .....	87
4.3	Il controllo dei costi di struttura .....	91
4.4	Il controllo dei costi di processo .....	104
4.5	Il calcolo del costo dei servizi centrali dell'albergo .....	114

## **5. IL PROCESSO PRODUTTIVO NELL'IMPRESA ALBERGHIERA**

5.1	L'articolazione della produzione alberghiera .....	125
5.2	Le risorse impiegate nel processo produttivo.....	132
5.3	Il nodo della standardizzazione del servizio alberghiero .....	134
5.4	La verifica dell'efficienza del processo produttivo .....	140
5.5	La qualità del servizio alberghiero .....	147

## **6. IL REVENUE MANAGEMENT NELL'IMPRESA ALBERGHIERA**

6.1	Il concetto di revenue management alberghiero .....	<b>155</b>
6.2	Il percorso logico del revenue management .....	<b>156</b>
6.3	Le politiche tariffarie e i canali distributivi .....	<b>159</b>
6.4	La gestione delle prenotazioni (booking) .....	<b>165</b>
6.5	Gli strumenti adottabili nel revenue management .....	<b>170</b>

## **7. LA GESTIONE DELLE RISORSE UMANE**

7.1	Il ruolo del capitale umano nell'impresa alberghiera .....	<b>175</b>
7.2	Il check-up delle risorse umane dell'albergo.....	<b>176</b>
7.3	I sistemi operativi e la valutazione delle prestazioni .....	<b>184</b>
7.4	La valutazione dell'imprenditore .....	<b>190</b>

## **8. LA FORMAZIONE DEL BUDGET NELL'IMPRESA ALBERGHIERA**

8.1	Caratteristiche e finalità del budget .....	<b>203</b>
8.2	La logica di costruzione del budget .....	<b>205</b>
8.3	La costruzione del budget economico .....	<b>210</b>
8.4	La costruzione del budget finanziario .....	<b>233</b>
8.5	La fase del controllo .....	<b>243</b>

## **9. IL SISTEMA INFORMATIVO NELL'IMPRESA ALBERGHIERA**

9.1	Il ruolo del sistema informativo in azienda .....	<b>259</b>
9.2	L'integrazione dei sistemi informativi aziendali: l'enterprise resource planning (ERP) .....	<b>263</b>
9.3	L'estensione dei sistemi erp: il supply chain management (SCM), l'e-procurement e il customer relationship management .....	<b>266</b>
9.4	L'implementazione di un sistema informativo per l'impresa alberghiera .....	<b>271</b>

## **10. LA BALANCED SCORECARD PER L'IMPRESA ALBERGHIERA**

10.1	Premessa .....	<b>277</b>
10.2	I principi e le logiche di funzionamento della Balanced Scorecard .....	<b>278</b>
10.3	L'applicazione della Balanced Scorecard alle imprese alberghiere .....	<b>283</b>
10.4	La costruzione di una Balanced Scorecard in un'impresa alberghiera .....	<b>287</b>

<b>BIBLIOGRAFIA</b> .....	<b>293</b>
---------------------------	------------