

I.I.S. Inveruno

PROGRAMMA SVOLTO

MATERIA: DISCIPLINE TURISTICHE AZIENDALI

Classe: 5[^] AT

A.S. 2019/2020

Testi utilizzati: Pianificazione e controllo

**Autori: F. Cammisa P. Matrisciano (Editore: Scuola & Azienda)
Gestione e marketing**

Autori: N. Agusani F. Cammisa P. Matrisciano (Editore: Scuola & Azienda)

Prof. : Giuseppe Corsaro

UNITA' 1 - PIANIFICAZIONE STRATEGICA E PROGRAMMAZIONE

- Il processo decisionale dell'impresa
- Pianificazione, programmazione e controllo
- Analisi e comprensione dell'ambiente esterno
- La pianificazione strategica
- La matrice di Porter
- La matrice di Ansoff
- La matrice BCG
- La matrice GE
- La programmazione operativa
- La qualità aziendale
- Gli indicatori di performance nelle imprese turistiche

UNITA' 2 - LA CONTABILITA' DEI COSTI

- Analisi dei costi e dei ricavi
- La classificazione dei costi nelle imprese turistiche
- I costi fissi nel settore turistico
- I costi variabili
- Il costo totale e il costo medio unitario
- Il costo unitario fisso e variabile
- I centri di costo e i costi diretti e indiretti
- Il controllo dei costi con il metodo del direct costing
- Il controllo dei costi con il metodo del full costing
- Le configurazioni di costo
- La determinazione del prezzo nelle imprese turistiche
- La break-even analysis
- Il revenue management

UNITA' 3 - IL PIANO DI MARKETING

- Dalla strategia aziendale alla strategia di marketing
- L'analisi SWOT
- L'analisi della situazione esterna di marketing
- L'analisi della situazione interna di marketing
- Il planning e il controllo
- Il Web marketing

- Il piano di marketing di un Tour Operator
- Il piano marketing di un hotel

UNITA' 4 - IL BUDGET

- Il budget: funzioni ed elaborazione
- La stima dei ricavi e dei costi nei budget settoriali
- Il budget degli investimenti e il budget finanziario
- Il budget economico generale
- I budget dei Tour Operator
- I budget delle camere delle imprese ricettive
- I budget del food & beverage
- Il controllo di budget e l'analisi degli scostamenti

UNITA' 5 - IL BUSINESS PLAN

- Dalla business idea al progetto imprenditoriale
- La struttura del business plan e l'analisi di mercato
- L'analisi tecnica e le politiche commerciali e di comunicazione
- L'analisi economico-finanziaria
- Il business plan completo di un Tour Operator

UNITA' 6 - I VIAGGI ORGANIZZATI, IL CATALOGO E GLI EVENTI

- La programmazione dei viaggi
- La destinazione e la costruzione dell'itinerario
- Il marketing mix del prodotto viaggio
- Il catalogo: strumento di distribuzione e promozione
- Dal turismo ai turismi
- I prodotti dell'incoming italiano
- Gli eventi
- La pianificazione di un evento
- I viaggi incentive

UNITA' 7 - IL MARKETING TERRITORIALE

- Gestione, promozione e sviluppo sostenibile del territorio
- Il marketing turistico pubblico e integrato
- Il marketing della destinazione turistica: il prodotto-destinazione
- Il piano di marketing territoriale: l'analisi SWOT
- I flussi turistici e il benchmarking
- Il piano di marketing territoriale: il planning
- Gli eventi: strumenti di marketing turistico integrato
- Gli educational tour

UNITA' 8 - LA COMUNICAZIONE NELL'IMPRESA

- La comunicazione dell'impresa: finalità
- La comunicazione interna
- La comunicazione esterna
- Il piano di comunicazione
- Come si scrive un comunicato stampa
- Come si scrive una brochure aziendale
- Come si fa uno spot TV

UNITA' 9 - IL BILANCIO E L'ANALISI PER INDICI

- Il bilancio di esercizio
- Lo Stato patrimoniale
- Il Conto economico
- Il Rendiconto finanziario e la Nota integrativa
- L'analisi di bilancio
- La riclassificazione dello Stato patrimoniale
- La riclassificazione del Conto economico
- Gli indici di bilancio
- Il bilancio con dati a scelta

Inveruno, 4 giugno 2020

Il docente

Prof. Giuseppe Corsaro