

PROGRAMMA SVOLTO

MATERIA: DISCIPLINE TURISTICHE E AZIENDALI

DOCENTE: GIUSEPPE CORSARO

Classe 4^A Corso Turistico

– a.s. 2021/2022

Testo utilizzato: N. Agusani, F. Cammisa, P. Matrisciano **“Gestione e marketing”**
per il secondo biennio Scuola & Azienda

Unità 1 L'impresa e le società

1. La forma giuridica delle imprese
2. Le società di persone
3. Le società di capitali
4. Le società cooperative
5. La scelta della forma giuridica per un'impresa turistica

Unità 2 Le risorse umane e i rapporti di lavoro

1. La gestione del personale nelle imprese turistiche
2. La ricerca e la selezione del personale
3. L'assunzione e il contratto di lavoro subordinato
4. La sicurezza sul lavoro
5. Altri contratti di lavoro subordinato nel settore turistico
6. La retribuzione
7. Le ritenute previdenziali
8. La contabilità del personale e degli altri collaboratori dell'impresa
9. La liquidazione del TFR

Unità 3 la gestione, il patrimonio e il reddito

1. La gestione aziendale
2. Il patrimonio aziendale
3. La valutazione dei beni patrimoniali
4. L'inventario
5. Aspetto economico e finanziario della gestione
6. Il reddito d'esercizio
7. La competenza economica dei costi e dei ricavi
8. Le rimanenze e l'ammortamento
9. I risconti
10. I ratei e il TFR

Unità 4 La gestione finanziaria

1. La funzione finanziaria
2. Le fonti di finanziamento
3. I finanziamenti bancari
4. I finanziamenti pubblici
5. I finanziamenti europei
6. Il leasing
7. Le tipologie di leasing

Unità 5 La contabilità generale

1. Il sistema informativo e le rilevazioni aziendali
2. La contabilità generale e i conti
3. La partita doppia
4. La tenuta della contabilità generale
5. Il piano dei conti
6. La costituzione dell'impresa
7. Le operazioni di acquisto
8. Il regolamento delle operazioni di acquisto
9. Le operazioni di vendita
10. La riscossione dei crediti
11. Le operazioni tipiche dei TO delle ADV e delle imprese ricettive

Unità 8 Il marketing

1. Le funzioni del marketing
2. Il marketing management
3. L'analisi di mercato
4. Le ricerche di marketing
5. La segmentazione del mercato
6. Il targeting e il posizionamento
7. Il marketing mix e la politica di prodotto
8. La politica del prezzo
9. La politica di distribuzione
10. La politica promozione
11. Il marketing 2.0

Unità 9 La comunicazione

1. Le basi della comunicazione
2. La comunicazione interpersonale
3. La comunicazione d'impresa
4. La comunicazione esterna
5. La comunicazione con il cliente
6. Il punto vendita
7. Gli strumenti della comunicazione dei nativi digitali

Inveruno, 05/06/2022

Gli alunni

Il docente
Prof. Giuseppe Corsaro