

PROGRAMMA SVOLTO

MATERIA: DISCIPLINE TURISTICHE AZIENDALI

Classe: 5[^] AT

A.S. 2022/2023

Testi utilizzati: Discipline turistiche aziendali vol.3

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

**Autori: Discipline turistiche aziendali vol.2
N. Agusani F. Cammisa P. Matrisciano (Editore: Scuola
&Azienda)**

Prof.: Giuseppe Corsaro

UNITA' 1 - PIANIFICAZIONE STRATEGICA E LA PROGRAMMAZIONE

- La gestione strategica
- La pianificazione strategica
- Analisi e comprensione dell'ambiente esterno
- Le matrici come strumento per definire la strategia
- La programmazione operativa
- La qualità aziendale
- Gli indicatori di performance nelle imprese turistiche

UNITA' 2 - 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' 3 - LA CONTABILITA' DEI COSTI

- Analisi dei costi e dei ricavi
- La classificazione dei costi e dei ricavi 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 full costing
- Le configurazioni di costo e la determinazione del prezzo
- Il controllo dei costi con il metodo del direct costing
- La break-even analysis
- Il revenue management

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 e dei costi operativi non distribuiti
- Il controllo di budget e l'analisi degli scostamenti

UNITA' 5 - LA PROGRAMMAZIONE DEI VIAGGI E DEGLI EVENTI

- La normativa sui viaggi organizzati
- La programmazione dei viaggi
- Il marketing mix del prodotto viaggio
- Il catalogo: strumento di distribuzione e promozione
- I prodotti dell'incoming italiano
- I viaggi incentive e i viaggi educational
- Gli eventi
- La pianificazione di un evento

UNITA' 6 - 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' 7 - LA COMUNICAZIONE NELL'IMPRESA

- La comunicazione dell'impresa nelle aziende del settore turistico
Materiale inviato su Classroom (per una didattica inclusiva)

UNITA' 8 - 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, 31/05/2023

Gli alunni

Il docente
Prof. Giuseppe Corsaro