

## PROGRAMMA EFFETTIVAMENTE SVOLTO: DISCIPLINE TURISTICHE E AZIENDALI

Anno Scolastico 2022/2023

**Classe:** 5A TUR

**Docente:** Prof. Giancarlo Scurti

**Materia insegnata:** DISCIPLINE TURISTICHE AZIENDALI

**Testi adottati:** DISCIPLINE TURISTICHE AZIENDALI- VOL 3 (SCUOLA & AZIENDA)

### CONTENUTI DISCIPLINARI

- Il bilancio e i suoi documenti costitutivi
- La riclassificazione dello Stato Patrimoniale e del Conto Economico
- Calcolo e commento degli indici economici, patrimoniali e finanziari

### **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 e BCG;
  - La programmazione operativa
- La qualità aziendale

## **UNITA' 2: Il Business Plan**

### **Contenuti:**

- Dal business plan 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 di un Tour Operator

## **UNITA' 3: LA CONTABILITA' DEI COSTI**

- Analisi dei costi e dei ricavi.
- La classificazione dei costi nelle imprese turistiche
- I costi fissi e quelli variabili
- Il costo totale e quello medio unitario
- Il costo unitario fisso e variabile
- I centri di costo diretti ed indiretti
- Il controllo dei costi con il full costing e con il direct costing
- Le configurazioni di costo
- La determinazione del prezzo nelle imprese turistiche
- La break even analysis

## **UNITA' 4: IL BUDGET**

- Il budget: funzioni ed elaborazioni
- La stima dei ricavi e dei costi nei budget settoriali
- Il budget degli investimenti e quello finanziario
- Il budget economico generale
- Il Budget dei Tour Operator
- Il controllo di budget e l'analisi degli scostamenti

## **UNITA' 6: Il marketing territoriale:**

### **Contenuti:**

- 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 e l'analisi SWOT