

Istituto Tecnico Statale per il Turismo
"Francesco Algarotti"

Cannaregio, 351 - 30121 VENEZIA - Tel. 041.716266 - Fax 041.720054 - C.F.: 80012240273
Indirizzo Internet: <http://www.istitutoalgarotti.gov.it> e-mail: algarotti@tin.it VETN0100N@istruzione.it

Programma Consuntivo

PROF.Marangon Monica.....

Classe ...3I..... materia Discipline Turistiche ed Aziendali..... anno scolastico 2018/2019

Primo periodo

Turismo nel contesto storico e socio-economico. La storia del turismo.

L'analisi della domanda e dell'offerta turistica.

Le professioni del turismo.

Le aziende ricettive e le loro classificazioni.

Gli alberghi: il contratto d'albergo obblighi dell'albergatore e dei clienti; I prezzi dei servizi d'albergo.

Il ciclo cliente nelle aziende ricettive: Dalla prenotazione alla fase post vendita.

I documenti dell'albergo: Scheda di prenotazione e notificazione i registri dell'albergo.

la Fattura pro forma; la fattura fiscale e la ricevuta fiscale dell'albergo.

Il pagamento e la fase post vendita.

Gestione e prodotti delle aziende turistiche:

Le agenzie di viaggio e turismo: classificazione e attività svolta.

Le agenzie di viaggi intermediarie: servizi forniti.

La vendita dei prodotti turistici: Il voucher e i vari tipi di voucher.

Secondo periodo

Rapporti tra adv intermediarie e imprese ricettive: tutta la documentazione relativa alla vendita di servizi ricettivi.

Calcoli collegati alla vendita di servizi isolati semplici.

Le ferrovie dello Stato, le aziende del gruppo. Il trasporto ferroviario in Italia:

Vettori e principali servizi: Treni ad alta velocità e percorrenze; tipologie di treni e servizi offerti; tipologie di tariffe, carte, offerte e modalità di vendita dei biglietti.

Il trasporto aereo in Italia: pratiche di imbarco e servizi di bordo; diversi tipi di vettori e principali servizi offerti, prezzi, biglietti, strumenti di vendita.

Rapporti tra adv intermediarie e tour operator.

Il trasporto navale in Italia. Raffronto tra costi di trasporto navale, aereo e ferroviario. Trasporto navale turistico e merci. Cabotaggio. Servizi crocieristici.

Le imprese che si occupano del trasporto navale, le crociere e i traghetti.

Progetto impresa formativa simulata:

LA SITUAZIONE DEL MERCATO TURISTICO ATTUALE.

Analisi della domanda e dell'offerta. (analisi dati ciset in collaborazione con docente di matematica)

Il Veneto come ambiente turistico.

Venezia, 8.06.19

IL DOCENTE

I rappresentanti di classe

Istituto Tecnico Statale per il Turismo
"Francesco Algarotti"

Cannaregio, 351 - 30121 VENEZIA - Tel. 041.716266 - Fax 041.720054 - C.F.: 80012240273

Indirizzo Internet: <http://www.istitutoalgarotti.gov.it> e-mail: algarotti@tin.it VETN0100N@istruzione.it

Programma Consuntivo

PROF.Marangon Monica.....

Classe ...4M... materia Discipline Turistiche ed Aziendali..... anno scolastico 2018/2019

Programma svolto

Primo periodo

Concetto di conto e regole di registrazione nei conti. Il piano dei conti.

La contabilità generale. La classificazione dei conti in base al sistema del reddito e del patrimonio. Il metodo della partita doppia.

La contabilità delle aziende turistiche: Le rilevazioni contabili in partita doppia con il sistema del reddito e del patrimonio.

Rilevazioni relative a : costituzione; acquisti e vendite; riscossioni e pagamenti; rilevazioni relative al personale dipendente e autonomo; finanziamenti i mutui.

Operazioni tipiche delle aziende alberghiere e delle agenzie di viaggi.

Il patrimonio lordo e il patrimonio netto. Concetto di reddito e di reddito d'esercizio.

Secondo periodo

Le operazioni di assestamento dei conti e la chiusura: Determinazione e rilevazione di ratei e risconti, rimanenze finali di merce fondi per rischi e oneri e ammortamento.

La determinazione del reddito con il procedimento analitico (conto economico) e sintetico (situazione patrimoniale).

Il bilancio d'esercizio. Contenuto dello stato patrimoniale, del conto economico e della nota integrativa.

L'analisi di bilancio per indici

Il Marketing.

Analisi di mercato: strumenti e metodologie per analizzare domanda e offerta .

Strategie di marketing differenziato indifferenziato concentrato e di nicchia.

Il marketing mix con particolare riferimento al settore turistico.

Il posizionamento sul mercato di un prodotto.

Il ciclo di vita del prodotto. Le fasi.

Gli strumenti promozionali e pubblicitari in relazione alle Varie fasi del ciclo di vita di un prodotto.)

Il piano di marketing: analisi delle 4 leve operative per realizzare concretamente un piano di marketing aziendale.

Venezia , 8.06.19

IL DOCENTE

Gli studenti

Istituto Tecnico Statale per il Turismo
"Francesco Algarotti"

Cannaregio, 351 - 30121 VENEZIA - Tel. 041.716266 - Fax 041.720054 - C.F.: 80012240273

Indirizzo Internet: <http://www.istitutoalgarotti.gov.it> e-mail: algarotti@tin.it VETN0100N@istruzione.it

PROF.Marangon Monica.....

Classe ...5I..... materia Discipline Turistiche ed Aziendali..... anno scolastico 2018/2019

Programma svolto

Analisi e controllo dei costi nelle imprese turistiche

L'analisi dei costi:

- Cosa si intende per costo;
- Classificazione dei costi e oggetto di riferimento;
- Rappresentazione grafica di costi fissi e costi variabili;
- Calcolo del costo totale.

Il controllo de costi.

- Il direct costing;
- il metodo di calcolo del direct costing;
- valutazione della redditività di diversi prodotti;
- valutazione di soluzioni alternative dal punto di vista economico.

Il full costing:

- In cosa consiste il metodo d full costing;
- Le configurazioni di costo;
- full costing a base unica;
- full costing con utilizzo dei centri di costo.

Il metodo A.B.C:

- A. B. C. in cosa consiste.
- Quando conviene utilizzare il metodo A. B. C.

L'analisi del punto di pareggio (B.E.P).

- In cosa consiste la Break even analysis;
- Come si rappresenta graficamente il BEP;
- Come è possibile modificare il BEP;
- Come si calcola il BEP nelle aziende multiprodotto.

Prodotti Turistici a Catalogo e a Domanda

L'attività dei tour operator:

- l'attività svolta dai tour operator;
- come vengono realizzati i pacchetti turistici;
- le fasi di ideazione e sviluppo dei pacchetti turistici;
- i contratti; (allotment, vuoto per pieno).
- il programma di viaggio.

I prezzi dei pacchetti turistici

I metodi per la definizione del prezzo:

- full costing e B.E.P;
- Cosa si può determinare col metodo del B.E.P;
- Calcolo del prezzo di un pacchetto turistico a catalogo venduto tramite agenzia di viaggi.

Il marketing e la vendita dei pacchetti turistici.

- Strategie di vendita e strumenti di commercializzazione e promozione dei pacchetti turistici.
- Come si perfeziona la vendita di pacchetti turistici;
- La fase di gestione del viaggio.
- La fase di controllo

Il business travel:

- Definizioni di business travel, viaggi incentive ed eventi aggregativi
- L'importanza del prodotto congressuale per una località
- Le figure professionali che si occupano dell'organizzazione dei business travel
- Le fasi che caratterizzano un congresso

Pianificazione programmazione e controllo nelle imprese turistiche

La pianificazione strategica

- L'orientamento strategico, gli obiettivi e le strategie aziendali;
- I diversi tipi di strategia aziendale;
- Sistemi di analisi dell'ambiente interno ed esterno.

Le strategie aziendali e i piani aziendali:

- Strategie aziendali complessive;
- Strategie aziendali competitive;
- I piani aziendali

Il business plan

- Cosa è il business plan;
- Contenuto del business plan.

-

Il budget e il controllo budgetario

- I budget operativi;
- Il budget aziendale;
- L'analisi degli scostamenti, (diversi tipi di scostamento)

Il Marketing territoriale e della destinazione

- il prodotto destinazione e il marketing territoriale;
- Ciclo di vita di una destinazione turistica;
- strategie di marketing territoriale e della destinazione;
- attività per la promozione del territorio e la sua commercializzazione;

(da effettuarsi nel mese di maggio)

- Ruolo degli enti pubblici nelle attività di marketing territoriale;
- Analisi SLOT
- I fattori di attrazione di una destinazione turistica ;
- Come può essere analizzata l'offerta di una destinazione turistica sulla base degli elementi di attrazione della domanda
- L'analisi della concorrenza;
- Flussi turistici;
- Tendenze evolutive della domanda turistica;
- Analisi SWOT e posizionamento di una destinazione turistica.

Firma rappresentanti di classe
