

DOCENTE: FRANCESCA DA CORTA' FUMEI

MATERIA : DISCIPLINE TURISTICHE AZIENDALI

CLASSE __3^__ Sezione D . A.S. 2018/2019.

PROGRAMMA SVOLTO:
Ripasso su prerequisiti del biennio utili alla disciplina
MODULO A :Turismo nel contesto socio-economico: -la definizione del turismo : classificazioni e terminologia di base.L 1 Impatto del turismo su società economia e ambiente L.3
MODULO B Il mercato turistico: domanda e offerta turistica L.1 L.2 Il mercato turistico: strumenti di classificazione ed analisi statistica per rilevare i flussi del turismo. Le caratteristiche dell'impresa turistica: i fattori interni ed esterni di rischio delle imprese turistiche L.3
Figure professionali nel settore turistico L.5 Cenni di organizzazione del lavoro nelle imprese turistiche (organigrammi)
MODULO C,; L. da 1 a 5 -le aziende ricettive: Le varie tipologie di aziende ricettive, il ciclo cliente e i documenti e le rilevazioni contabili ad esso collegate (in collegamento col progetto ASL).
MODULO D. L. DA 1 a 6 le agenzie di viaggio e turismo: definizioni, classificazioni e operatività: Le ADV e la loro classificazione Il Voucher. Provvigioni nette e lorde di IVA, calcolate sul netto e sul lordo venduto (in collegamento col progetto ASL). Rapporti tra ADV intermediarie, imprese ricettive, turisti e con i T.O. Rapporti T.O. T. Org. L. 7 Cenni sulla costruzione di un viaggio a domanda e sui documenti ad esso relativi. Mark up, fee, autofattura provvigioni, etc(in collegamento col progetto ASL).
MODULO E: Lezioni 1, 2 e 3 (in collegamento col progetto ASL). Trasporto Ferroviario Le imprese di trasporto aereo. Il trasporto marittimo e su strada Approfondimenti sul web
Assegnati per l'estate: MODULO D Lezione 7. pag.226-243 Es. pag 414 e seguenti da 71 a 74 MODULO D Lezione 8. sull'IVA delle ADV. pag.244- 257 + es pag. 420 n. 84, 87 e 89.

MATERIA : DISCIPLINE TURISTICHE AZIENDALI

CLASSE __4^__ Sezione D . A.S. 2018/2019.

PROGRAMMA SVOLTO:

Articolazione dell'attività didattica

L'IVA delle agenzie di viaggio ex art 74 ter DPR 633/78 vol. 1 mod. D l. 8 e 9

Modulo A **contabilità delle imprese turistiche:** L. 1,2,3,4. L. 5 fino pag. 44. L.8 rilevazione per liquidazione e versamento dell'IVA p. 81-83

MOD. D L. 7 rapporti adv tour organizer e cliente: tecnica di creazione di un pacchetto turistico. esempi pratici.

costruzione del pacchetto turistico del viaggio d'Istruzione (con quadri e modulistica completa).

Itinerario sintetico e analitico. Lettera di presentazione al cliente

Modulo A **contabilità delle imprese turistiche:** L. 1,2,3,4. L. 5 fino pag. 44.

Rilevazioni tipiche della contabilità delle imprese turistiche: il metodo della partita doppia, analisi delle operazioni di gestione, acquisti, vendite.

Modulo B. : L. 1, L. 2 (ratei) L. 3 (rimanenze e risconti) L.4 (ammortamento). L 5., L. 6 ;

Il bilancio d'esercizio nelle imprese turistiche: scritture di assestamento, di completamento, rettifica e ammortamento.

Marketing delle imprese turistiche:

MOD. C- L. da 1 a 8

Nascita ed evoluzione del concetto di marketing

Segmentazione e posizionamento

Strategie di marketing

Marketing mix e ciclo di vita del prodotto.

Marketing relazionale

Introduzione MOD. D Cenni di **comunicazione interpersonale e di impresa**

ASSEGNATI PER L'ESTATE:

MODULO D : L. da 1 a 4.

MODULO B: L. 7 e 8.

Es. 61, 62, 64, 65 pag. 368 e seguenti.

Es. 70, 72, 75, 76 pag 374 e seguenti.

MATERIA : DISCIPLINE TURISTICHE AZIENDALI

CLASSE __5^__ Sezione D . A.S. 2018/2019.

PROGRAMMA SVOLTO:

Analisi di bilancio: scopi, riclassificazione dello Stato Patrimoniale e del Conto Economico (solo a ricavi e costo del venduto). Cenni all'analisi per indici (rigidità elasticità impieghi, composizione delle fonti, indicatori dell'equilibrio finanziario, ROE, ROI).

Ripasso su: Il marketing nel turismo: tipologie, Micro e macro marketing nel settore turistico.

Le fasi del marketing: conoscitivo, strategico e operativo

Le leve del marketing mix.

Analisi e controllo dei costi nelle imprese turistiche;

definizione analisi dei costi, fissazione e differenziazione dei prezzi (Full e directcosting, break evenanalysis, Mark up)

Le Agenzie di Viaggio: tipologia di imprese.

Prodotti turistici a catalogo e a domanda

Vendita di servizi turistici da parte di agenzie di viaggio: viaggi a domanda.

Vendita di servizi turistici da parte di agenzie di viaggio: viaggi offerti al pubblico, business travel ed eventi aggregativi.

Il prezzo di un pacchetto turistico:

Il marketing di un pacchetto turistico.

La pianificazione strategica e la strategia aziendale. Il business plan.

Cenni sui Budget, sul controllo di gestione e introduzione all'analisi degli scostamenti

Le strategie di marketing turistico (segmentazione, targeting, posizionamento)

Il marketing territoriale e della destinazione.

Cenni al piano di marketing territoriale e alla politica del personale.