

PROGRAMMA

Classe 1[^] H

Materia: **ECONOMIA AZIENDALE**

Anno Scolastico
2019/2020

<p>1) PROPORZIONI E CALCOLI PERCENTUALI a) rapporti e proporzioni; b) grandezze proporzionali; c) calcoli percentuali: problemi diretti e inversi; d) calcoli del sopracento e del sottocento diretti e inversi; e) i riparti proporzionali: riparti diretti</p>	<p>Didattica in presenza</p>
<p>2) I FONDAMENTI DELL'ATTIVITÀ ECONOMICA a) I bisogni e l'attività economica b) Aziende di consumo: le famiglie c) Aziende di produzione: le imprese d) I settori economici e le diverse imprese e) Gli enti pubblici e il sistema tributario. f) Le aziende del sistema economico</p>	<p>Didattica in presenza</p>
<p>3) IL SISTEMA AZIENDA a) L'azienda e i suoi rapporti con l'ambiente b) La forma delle aziende c) Soggetto giuridico e soggetto economico d) Dimensioni aziendali e) la localizzazione delle aziende f) Delocalizzazione e globalizzazione.</p>	<p>Didattica in presenza</p>
<p>4) IL CONTRATTO DI COMPRAVENDITA a) Le aziende commerciali b) Aspetti giuridici: obblighi del venditore e del compratore c) Le clausole contrattuali</p>	<p>Didattica in presenza</p>
<p>5) I DOCUMENTI DELLA COMPRAVENDITA a) Dalle trattative alla stipulazione b) L'esecuzione del contratto c) Il DDT e la fattura; d) La ricevuta e lo scontrino fiscale e) Calcolo dell'IVA</p>	<p>Didattica a distanza</p>
<p>6) L'IMPOSTA SUL VALORE AGGIUNTO a) L'Imposta sul valore aggiunto e i suoi caratteri. b) La classificazione delle operazioni ai fini dell'Iva. c) La base imponibile d) Gli sconti e le spese accessorie;</p>	<p>Didattica a distanza</p>

Venezia, 30 maggio 2020

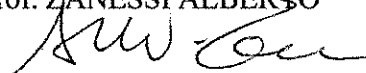
ALUNNI

MIRRA FILIPPO

QUARESIMIN SERENA

IL DOCENTE

prof. ZANESSI ALBERTO



Prof.
**ALBERTO
ZANESSI**

PROGRAMMA

Classe 2[^] H

Materia: ECONOMIA AZIENDALE

Anno Scolastico 2019/2020

1) RIPASSO DEI PRINCIPALI ARGOMENTI DELLA CLASSE PRIMA	Didattica in presenza
2) LA GESTIONE E I SUOI RISULTATI a) Le operazioni di gestione; b) fatti interni ed esterni c) Aspetti della gestione d) La costituzione dell'azienda e) Le fonti di finanziamento f) Gli investimenti g) Il patrimonio h) Il reddito d'esercizio	Didattica in presenza
3) LA RAPPRESENTAZIONE DEI RISULTI DI GESTIONE a) Bilancio di esercizio b) Lo Stato Patrimoniale c) Il conto Economico	Didattica in presenza
3) LA REMUNERAZIONE DEL CREDITO: L'INTERESSE a) Il concetto di interesse b) le formule dell'interesse: dirette e inverse c) Il montante e) Problemi inversi del montante	Didattica a distanza
4) LO SCONTO a) Il concetto di sconto b) Le formule dirette e inverse dello sconto	Didattica a distanza
5) GLI STRUMENTI BANCARI DI REGOLAMENTO a) Il sistema di pagamento e il ruolo delle banche b) Assegno bancario e circolare c) Il bonifico SEPA d) Le carte di pagamento	Didattica a distanza

Venezia, 25 maggio 2020

ALUNNI

Siria Brzauella

Pietro Byssetto

IL DOCENTE

Alberto Zanessi

PROGRAMMA

Prof.
**ALBERTO
ZANESSI**

Classe 5[^] H

**Materia: DISCIPLINE TURISTICHE
AZIENDALI**

Anno Scolastico 2019/2020

<p>1) ANALISI E CONTROLLO DEI COSTI NELLE IMPRESE TURISTICHE</p> <ul style="list-style-type: none">a) L'analisi dei Costi Classificazione dei costi; Rappresentazione grafica dei costi variabili e dei costi fissi; Il coso totaleb) Direct Costing Il metodo del direct costing; La redditivita' di diversi prodotti; Valutazione di soluzioni alternative dal unto di vista economico.c) Full Costing Le varie configurazioni di costo; Full costing a base unica e a base multiplad) L'analisi del punto di pareggio La Break Even Analysis; Come si rappresenta graficamente il BEP; Come si puo' modificare il BEP; <p>2) PRODOTTI TURISTICI A CATALOGO E A DOMANDA</p> <ul style="list-style-type: none">a) L'attivit� dei tour operator I Tour Operator Realizzazione di un pacchetto turistico I principali contratti tra tour operato e fornitori di servizi turistici - Allotment e vuoto per pieno.b) Il prezzo di un pacchetto turistico Determinazione del prezzo di vendita di un pacchetto: con il full costing o con il BEP;c) Il marketing e la vendita di pacchetti turistici Commercializzazione di un pacchetto turistico, Strategie di vendita Gestione e controllo del viaggiod) Il business travel; Viaggio Incentive ed eventi aggregativi L'importanza dei congressi per una localita' Le figure professionali nel business travell Le fasi di organizzazione di un congresso	
---	--

3) PIANIFICAZIONE E CONTROLLO NELLE IMPRESE TURISTICHE

- a) La pianificazione strategica;
Pianificazione, programmazione e controllo
Analisi dell'ambiente interno ed esterno
Gli obiettivi aziendali
- b) Le strategie aziendali;
- c) Il business plan;
Contenuto di un business plan;
- d) Il budget;
Cos'è il budget;
Budget operative e budget aziendali.
- e) Analisi per scostamenti.
In cosa consiste l'analisi degli scostamenti;
L'analisi degli scostamenti dei costi;
L'analisi degli scostamenti dei ricavi

4) MARKETING TERRITORIALE

- a) Il prodotto/destinazione e il marketing territoriale
- b) I fattori di attrazione di una località turistica;
- c) I flussi turistici;
- d) Il piano di marketing territoriale;

5) ANALISI DI BILANCIO

- a) Riclassificazione del bilancio
- b) Analisi di bilancio per indici: analisi patrimoniale, finanziaria ed economica.

Venezia, 15 maggio 2020

IL DOCENTE

Alberto Zucchi

ALUNNI

Boschian Luca

Luca Boschian

Puppa Lidia

Lidia Puppa