

PROGRAMMA DI DISCIPLINE TURISTICHE

Classe IV Bpt

Anno scolastico 2018 – 2019

Prof. Catozzo Stefano

Unità 0 LA COMUNICAZIONE AZIENDALE

- 0.1 il sistema aziendale e la comunicazione aziendale
- 0.2 il processo di comunicazione
- 0.3 le finalità della comunicazione e il feedback
- 0.4 le condizioni per la trasmissione della comunicazione
- 0.5 le aree della comunicazione d'impresa
- 0.6 la comunicazione integrata

MODULO 1

RILEVAZIONI ELEMENTARI E SEZIONALI NELLE IMPRESE TURISTICHE

Unità 1 LE OPERAZIONI DI FRONT OFFICE NELLE IMPRESE TURISTICHE

- 1.1 il front office online e offline
- 1.2 la comunicazione online
- 1.3 le online agencies
- 1.4 i rapporti tra GDS, imprese di viaggi e fornitori di servizi
- 1.5 le informazioni relative ai clienti delle imprese turistiche

Unità 2 LE OPERAZIONI DI BACK OFFICE NELLE IMPRESE DI VIAGGIO

- 2.1 dal front al back office: il flusso di documenti e di informazioni
- 2.2 la prenotazione del prodotto turistico
- 2.3 la programmazione del prodotto turistico
- 2.4 la programmazione dei viaggi ecologici
- 2.5 la scelta dei fornitori di servizi
- 2.6 la certificazione di qualità delle imprese turistiche
- 2.7 i rapporti dei TO con i fornitori dei servizi
- 2.8 i rapporti tra le imprese di viaggio e i fornitori di servizi

Unità 3 LE SCRITTURE ELEMENTARI E SEZIONALI NELLE IMPRESE TURISTICHE

- 3.1 le rilevazioni aziendali
- 3.2 le scritture elementari nelle imprese turistiche
- 3.3 la contabilità sezionali nelle imprese turistiche

MODULO 2

CONTABILITA' GENERALE E BILANCIO D'ESERCIZIO NELLE IMPRESE TURISTICHE

Unità 1 LA GESTIONE DELLE IMPRESE TURISTICHE

- 1.1 le condizioni di equilibrio della gestione aziendale
- 1.2 il patrimonio delle imprese turistiche
- 1.3 i valori finanziari e i valori economici
- 1.4 la manifestazione finanziaria e la competenza economica
- 1.5 l'ammortamento
- 1.6 l'equilibrio economico delle imprese turistiche

Unità 2 LA CONTABILITA' GENERALE DELLE IMPRESE TURISTICHE

- 2.1 il sistema contabile
- 2.2 il piano dei conti
- 2.3 le rilevazioni delle operazioni di gestione

Unità 3 IL BILANCIO D'ESERCIZIO DELLE IMPRESE TURISTICHE

- 3.1 dalla contabilità al bilancio
- 3.2 il bilancio secondo la normativa civilistica
- 3.3 i principi di redazione e postulati di bilancio
- 3.4 i criteri di valutazione
- 3.5 il contenuto del bilancio d'esercizio
- 3.6 la relazione sulla gestione
- 3.7 gli organi di controllo della società
- 3.8 il bilancio in forma abbreviata

Unità 4 **L'ANALISI DI BILANCIO DELLE IMPRESE TURISTICHE**

- 4.1 Gli scopi dell'analisi di bilancio
- 4.2 la riclassificazione dello stato patrimoniale
- 4.3 la riclassificazione del conto economico
- 4.4 l'analisi per indici

Unità 5 **IL FINANZIAMENTO DELLE IMPRESE TURISTICHE**

- 5.1 le fonti di finanziamento
- 5.2 l'apertura di credito
- 5.3 i finanziamenti bancari a breve termine
- 5.4 i crediti per firma
- 5.5 i finanziamenti bancari a medio e lungo termine
- 5.6 le obbligazioni

MODULO 3

IL MARKETING NEL TURISMO

Unità 1 **IL MARKETING CONOSCITIVO E STRATEGICO**

- 1.1 il marketing
- 1.2 il marketing nel settore turistico
- 1.3 le fasi del processo di marketing
- 1.4 il marketing conoscitivo: le fonti interne
- 1.5 il marketing conoscitivo: le ricerche di mercato
- 1.6 il marketing strategico: segmentazione della domanda, targeting e posizionamento

Unità 2 **IL MARKETING OPERATIVO**

- 2.1 le leve del marketing operativo e il marketing mix
- 2.2 il prodotto
- 2.3 il prezzo
- 2.4 la distribuzione
- 2.5 il marketing mix nel macromarketing

Unità 3 LA COMUNICAZIONE DI MARKETING

- 3.1 gli obiettivi della comunicazione di marketing nel settore turistico
- 3.2 la pubblicità
- 3.3 le pubbliche relazioni
- 3.4 le attività promozionali
- 3.5 il direct marketing

MODULO 4

ALTRE FORME DI COMUNICAZIONE AZIENDALE

Unità 1 LA COMUNICAZIONE INTERNA E LA COMUNICAZIONE ORGANIZZATIVA

- 1.1 le finalità e gli aspetti della comunicazione interna
- 1.2 lo stile di leadership
- 1.3 gli strumenti della comunicazione formale impersonale
- 1.4 gli strumenti della comunicazione formale interpersonale
- 1.5 la comunicazione organizzativa

Unità 2 LA COMUNICAZIONE SOCIO AMBIENTALE

- 2.1 l'etica e la responsabilità sociale d'impresa
- 2.2 la reputazione d'impresa e la comunicazione socio-ambientale
- 2.3 i codici di comportamento
- 2.4 la rendicontazione socio-ambientale
- 2.5 i programmi e le iniziative improntate ai principi dell'etica d'impresa e della RSI
- 2.6 le certificazioni di processo e di prodotto

Porto Viro, 31 maggio 2019

L'insegnante

I rappresentanti

.....

.....

.....