



a.s. 2022/2023

PROGRAMMA DI DISCIPLINE TURISTICHE E AZIENDALI

Docente: CATIA CAPORALINI

Modulo 1- Il bilancio d'esercizio

- La contabilità generale: finalità, classificazione e destinazione dei conti, scritture tipiche delle imprese di viaggi, collocazione dei conti nella situazione economica e patrimoniale.
- Il bilancio d'esercizio: composizione, funzioni, riferimenti normativi
- La riclassificazione del bilancio
- L'analisi per indici: indici patrimoniali, finanziari ed economici
- Elaborazione e il commento dei principali indici

Modulo 2 - Pianificazione strategica

- Il processo della pianificazione strategica
- I livelli a cui si applica il concetto di strategia: orientamento strategico di fondo (vision e mission); strategie corporate; strategie business (le ASA e il modello di Abell) ;strategie funzionali
- Lo sviluppo dimensionale: strategie di concentrazione (integrazione orizzontale e verticale), strategie di diversificazione
- Le strategie competitive: leadership di costo, differenziazione, focalizzazione
- L'analisi dell'ambiente esterno: macroambiente e microambiente (il modello di Porter)
- l'analisi SWOT
- Il Business plan:
 - le principali funzioni e la struttura: L'executive summary, l'analisi del mercato: analisi della domanda (processo di segmentazione, targeting, posizionamento) e della concorrenza
 - Il piano di marketing e il marketing mix: politica del prodotto, politica del prezzo, la comunicazione aziendale (pubblicità, promozione, pubbliche relazioni e web



marketing

Il preventivo degli investimenti, il preventivo finanziario e il preventivo economico

Modulo 3 – La contabilità dei costi e il controllo di gestione

- Gli indicatori di efficienza ed efficacia nelle imprese ricettive
- La Contabilità dei costi (analitica)
- Classificazione dei costi nelle imprese turistiche
- La determinazione dei costi con il metodo del full costing
- Le configurazioni di costo: costo primo, costo complessivo e costo economico-tecnico
- La determinazione dei costi con il metodo del direct costing
- La determinazione del prezzo di vendita nelle imprese turistiche: Il metodo del mark up, del BEP, il Revenue management
- La Break Even analysis
- Il Budget
- L'analisi degli scostamenti dei ricavi

Modulo 4 – Turismo e sostenibilità: i viaggi organizzati e gli eventi

- La normativa Europea e nazionale relativa ai pacchetti turistici: Direttiva UE 2015/2302 e D.lgs 62/2018:
- La tutela del viaggiatore in materia di pacchetti turistici
- La programmazione dei viaggi : tipologia di viaggi e itinerari
- Il marketing mix del prodotto viaggio
- I nuovi trend del Turismo : turismo esperienziale, di prossimità, Underturism, sostenibile, accessibile, il ruolo di internet e della digitalizzazione
- Gli eventi: tipologia e principali classificazioni, la pianificazione dell'evento, gli eventi leva del marketing territoriale, la sostenibilità dell'evento

Modulo 5 - Il Marketing territoriale

- I compiti della Pubblica Amministrazione nel settore turistico
- Il marketing turistico pubblico
- Il marketing della destinazione turistica
- Il piano di marketing territoriale



Perugia, 5 giugno 2023

GLI ALUNNI

IL DOCENTE
