

a.s. 2023/2024

PROGRAMMA DI DISCIPLINE TURISTICHE AZIENDALI**Docente: Catia Caporalini****Modulo 1- Il bilancio d'esercizio**

- Il bilancio d'esercizio: funzione, composizione, cenni normativi, la struttura dello Stato patrimoniale e del conto economico in forma abbreviata, passaggio dalle situazioni contabili di imprese ricettive e di viaggi al bilancio in forma abbreviata
- La riclassificazione dello stato patrimoniale secondo criteri finanziari
- L'analisi per indici: indici patrimoniali, finanziari ed economici
- Elaborazione e il commento dei principali indici relativi ad un solo esercizio

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 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 e di 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: funzioni ed elaborazione: budget settoriali del TO, budget economico generale e budget finanziario (prospetto delle fonti e degli impieghi)
- L'analisi degli scostamenti dei ricavi e dei costi variabili del TO

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
- Le nuove tendenze del Turismo: esperienziale, di prossimità, Underturism, sostenibile, accessibile, enogastronomico. Il turismo delle radici, forme di ricettività non tradizionali: l'albergo diffuso
- Gli eventi: tipologia e principali classificazioni, la pianificazione dell'evento, gli eventi leva del marketing territoriale

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 2024

GLI ALUNNI

IL DOCENTE

Catia Caporalini