ISTRUZIONE SUPERIORE STATALE

" Primo Levi"

Via Pitz'e Serra – 09045 Quartu Sant'Elena

CLASSE 5^ SEZ. B TURISTICO

Programma finale svolto di Discipline Turistiche Aziendali

Docente Maria Cristina Murgia **Anno scolastico 2022 - 2023**

Libro di testo:
Discipline Turistiche-Aziendali – Pianificazione e controllo 5^ anno (3)
Casa Editrice: Mondadori – Scuola & Azienda - Autori: F. Cammisa, P. Matrisciano.

UNITÀ 1 - LA PIANIFICAZIONE STRATEGICA E LA PROGRAMMAZIONE

Lezione 1. Il processo decisionale dell'impresa
Lezione 2. Pianificazione, programmazione e controllo
Lezione 3. Analisi e comprensione dell'ambiente esterno
Lezione 4. La pianificazione strategica
Lezione 5. La matrice di Porter
Lezione 6. La matrice di Ansoff
Lezione 7. La matrice BCG
Lezione 8. La matrice GE
Lezione 9. La programmazione operativa
Lezione 11. Gli indicatori di performance nelle imprese turistiche

UNITÀ 2 - LA CONTABILITÀ DEI COSTI

Lezione 12. L'analisi dei costi e dei ricavi
Lezione 13. La classificazione dei costi nelle imprese turistiche
Lezione 14. I costi fissi nel settore turistico
Lezione 15. I costi variabili
Lezione 16. Il costo totale e il costo medio unitario
Lezione 17. Il costo unitario fisso e variabile
Lezione 18. I centri di costo e i costi diretti e indiretti
Lezione 19. Il controllo dei costi con il metodo del direct costing
Lezione 20. Il controllo dei costi con il metodo del full costing
Lezione 21. Le configurazioni di costo
Lezione 22. La determinazione del prezzo nelle imprese turistiche
Lezione 23. La break-even analysis
Lezione 24. Il revenue management

UNITÀ 3 – IL PIANO DI MARKETING

Lezione 25. Dalla strategia aziendale alla strategia di marketing

Lezione 26. L'analisi SWOT
Lezione 27. L'analisi della situazione esterna di marketing
Lezione 28. L'analisi della situazione interna di marketing
Lezione 31. Il piano di marketing di un Tour Operator
Lezione 32. Il piano di marketing di un Hotel

UNITÀ 4 - IL BUDGET
Lezione 33. Il budget: funzioni ed elaborazione
Lezione 34. La stima dei ricavi e dei costi nei budget settoriali
Lezione 35. Il budget degli investimenti e il budget finanziario
Lezione 36. Il budget economico generale
Lezione 37. I budget dei Tour Operator
Lezione 38. I budget delle camere delle imprese ricettive
Lezione 39. I budget del food & beverage
Lezione 40. Il controllo di budget e l'analisi degli scostamenti

UNITÀ 5 - IL BUSINESS PLAN
Lezione 41. Dalla business idea al progetto imprenditoriale
Lezione 42. La struttura del business plan e l'analisi del mercato
Lezione 43. L'analisi tecnica e le politiche commerciali e di comunicazione
Lezione 44. L'analisi economico finanziaria
Lezione 45. Il business plan di un Tour Operator

UNITÀ 6 – I VIAGGI ORGANIZZATI, IL CATALOGO E GLI EVENTI
Lezione 46. La programmazione dei viaggi
Lezione 47. La destinazione e la costruzione dell'itinerario
Lezione 48. Il marketing mix del prodotto viaggio

UNITÀ 7 – IL MARKETING TERRITORIALE
Lezione 55. Gestione, promozione e sviluppo sostenibile del territorio
Lezione 56. Il marketing turistico pubblico e integrato
Lezione 57. Il marketing della destinazione turistica: il prodotto-destinazione
Lezione 58. Il piano di marketing di marketing territoriale: l'analisi SWOT

- Simulazione di seconde prove d'esame di Discipline Turistico-aziendali (ind.Turistico)
- Analisi di casi aziendali riguardanti le Unità didattiche svolte in aula

La docente
Prof.ssa Maria Cristina Murgia