



**ISTITUTO SUPERIORE STATALE
CARLO DELL'ACQUA
LEGNANO**



PROGRAMMA DISCIPLINARE SVOLTO

Docente: Trobia Maria Vittoria		
Disciplina: Discipline turistiche e aziendali	Classe: 5 A TUR	a.s. 2022/23

OBIETTIVI SPECIFICI DI APPRENDIMENTO (OSA)
Abilità <ul style="list-style-type: none">○ Elaborare prodotti turistici, anche a carattere tematico e il relativo prezzo con riferimento al territorio ed alle sue caratteristiche;○ Interpretare le informazioni contenute sui cataloghi;○ Utilizzare tecniche e strumenti per la programmazione, l'organizzazione e la gestione di eventi;○ Utilizzare strategie di marketing e strumenti online e offline per la promozione del prodotto e dell'immagine turistica del territorio in Italia e all'Estero;○ Elaborare un piano di marketing territoriale;○ Monitorare i processi produttivi e analizzare i dati per ricavarne indici;○ Individuare mission, vision, strategia e pianificazione di un caso aziendale dato;○ Elaborare un business plan;○ Utilizzare le informazioni per migliorare la pianificazione, lo sviluppo e il controllo dell'impresa turistica.

UNITÀ DI APPRENDIMENTO n° 0: Il bilancio d'esercizio e l'analisi per indici
Contenuti <ul style="list-style-type: none">▪ Ripasso del bilancio d'esercizio: definizione, analisi veloce dei documenti che lo compongono e degli schemi civilistici;▪ L'analisi di bilancio: definizione ed elencazione delle fasi.



**ISTITUTO SUPERIORE STATALE
CARLO DELL'ACQUA
LEGNANO**



UNITÀ DI APPRENDIMENTO n°1: Analisi e controllo dei costi nelle imprese turistiche

Contenuti

- La classificazione e l'analisi dei costi
- Il controllo dei costi: il direct costing
- Il controllo dei costi: il full costing
- Il controllo dei costi: l'Activity Based Costing (ABC)
- L'analisi del punto di pareggio (break even analysis)
- Il sistema di qualità nelle imprese turistiche

UNITÀ DI APPRENDIMENTO n° 2: Tour operator

Contenuti

- L'attività dei tour operator
- Il pacchetto turistico a catalogo e a domanda
- Le fasi del ciclo operativo di un pacchetto turistico
- Le principali tipologie di contratto utilizzate dai tour operator per acquistare servizi dalle imprese turistiche: isolato, di allotment e vuoto per pieno
- Il prezzo di un pacchetto turistico, metodo del full costing e del BEP
- La predisposizione del programma di viaggio (itinerario analitico)
- La promozione e la vendita dei pacchetti turistici
- Il business travel in senso stretto e i viaggi MICE
- Le figure professionali nell'organizzazione e nella gestione dei viaggi di lavoro

UNITÀ DI APPRENDIMENTO n° 3: Marketing territoriale

Contenuti



**ISTITUTO SUPERIORE STATALE
CARLO DELL'ACQUA
LEGNANO**



- La destinazione turistica
- I fattori di attrazione di una destinazione turistica
- Il ciclo di vita della destinazione turistica
- I flussi turistici
- Dall'analisi SWOT al posizionamento della destinazione turistica
- La comunicazione e la promozione della destinazione turistica
- Il marketing territoriale
- Pubblica amministrazione e attori privati nel marketing territoriale
- Il marketing territoriale integrato
- L'organizzazione di eventi come strumento di marketing territoriale integrato
- Il piano di marketing territoriale

Partecipazione al convegno “La comunicazione nel marketing territoriale” – relatrice
Dott.ssa Paola Dalla Chiesa

UNITÀ DI APPRENDIMENTO n° 4: Pianificazione, programmazione e controllo nelle imprese turistiche

Contenuti

- Il sistema di pianificazione, programmazione e controllo
- La pianificazione strategica e i concetti di vision, mission, valori di fondo
- Gli obiettivi strategici e le strategie a livello corporate e a livello di ASA
- Il business plan: quando redigerlo, contenuto e destinatari
- Il budget come strumento di programmazione aziendale
- I budget operativi
- I budget aziendali
- L'analisi degli scostamenti dei costi e dei ricavi

Data 08/05/2023

**Il docente
Maria Vittoria Trobia**

I rappresentanti di classe hanno preso visione dei programmi svolti.