

ISTITUTO SECONDARIO SUPERIORE STATALE
“MAZZINI –DA VINCI”
DI SAVONA
ANNO SCOLASTICO 2016/2017
CLASSE VB TUR SC

PROGRAMMA SVOLTO DI TECNICHE PROFESSIONALI DEI SERVIZI COMMERCIALI (CURVATURA TURISTICA)

DOCENTE : P.RAMPINI

TESTI IN ADOZIONE:

-P.GHIGINI C.ROBECCHI PRONTI... VIA SCUOLA E AZIENDA

-M.FLORIS P.MATRISCIANO IL MARKETING TERRITORIALE SCUOLA E AZIENDA

- 1 LA FORMAZIONE DEL BILANCIO D'ESERCIZIO DELLE IMPRESE TURISTICHE**
- 2 IL BILANCIO SECONDO IL CODICE CIVILE**
- 3 IL REDDITO DI IMPRESA E IL CALCOLO DELLE IMPOSTE**
- 4 LE ANALISI DI BILANCIO DELLE IMPRESE TURISTICHE**
- 5 LA PROGRAMMAZIONE E IL CONTROLLO DELLA GESTIONE**
- 6 ANALISI E CONTROLLO DEI COSTI NELLE IMPRESE TURISTICHE**
 - 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
 -
- 7 PRODOTTI TURISTICI A CATALOGO E A DOMANDA**
 - l'attività dei tour operator
 - Il prezzo di un pacchetto turistico
 - Il marketing e la vendita di pacchetti turistici
 - Il business travel
- 8 PIANIFICAZIONE, PROGRAMMAZIONE E CONTROLLO NELLE IMPRESE TURISTICHE**

- La pianificazione strategica
- Le strategie aziendali e i piani aziendali
- Il business plan
- Il budget
- L'analisi degli scostamenti
-

9 MARKETING TERRITORIALE

- Il prodotto/destinazione e il marketing territoriale
- I fattori di attrazione e di destinazione turistica
- I flussi turistici
- Dall'analisi SWOT al posizionamento di una destinazione turistica
- Il piano di marketing territoriale

PROF. RAMPINI PIERLUIGI