

CONTENUTI DISCIPLINARI DI TECNICHE PROFESSIONALI DEI SERVIZI COMMERCIALI
A.S. 2020/2021

Classe 5 Servizi Commerciali (Curvatura Turistica)

Libro di Testo: **“Scelta Turismo più 3”**- Giorgio Campana, Vito Loconsole - Tramontana

MODULO B – IL BILANCIO DELLE IMPRESE TURISTICHE (Scelta Turismo 2)

Unità didattica n 6: Il bilancio d’esercizio

Lo schema di Stato Patrimoniale. Lo schema di Conto Economico. La nota Integrativa. Il rendiconto finanziario. I principi di redazione del bilancio. Gli allegati del bilancio. Il bilancio socio-ambientale (modulo di educazione civica).

Unità didattica n 7: L’analisi di bilancio per indici

A cosa serve l’analisi per indici. Come si riclassifica lo stato patrimoniale. Come si riclassifica il conto economico.

Unità didattica n 8: L’analisi patrimoniale, finanziaria ed economica

Scopo dell’analisi patrimoniale. Scopo dell’analisi finanziaria. Scopo dell’analisi economica. Indicatori di primo, secondo e terzo livello della redditività.

MODULO A- ANALISI E CONTROLLO DEI COSTI NELLE IMPRESE TURISTICHE

Unità didattica 1: l’analisi dei costi

Che cosa si intende per costo? Che cos’è l’oggetto di riferimento di un costo? Come si classificano i costi? Come si rappresentano graficamente i costi fissi? Come si rappresentano graficamente i costi variabili? Come si calcola il costo totale?

Unità didattica 2: Il controllo dei costi: il direct costing

In che cosa consiste il metodo del direct costing? Come si valuta la redditività dei diversi prodotti? Come si valutano soluzioni alternative dal punto di vista economico?

Unità didattica 3: Il controllo dei costi: il full costing

In che cosa consiste il metodo del full costing? Che cosa sono le configurazioni di costo? Come si calcolano le diverse configurazioni di costo con il full costing a base unica?

Unità didattica 5: L’analisi del punto di pareggio (break even analysis)

In che cosa consiste la break even analysis? Come si rappresenta graficamente il BEP?

Unità didattica 6: Il sistema di qualità nelle imprese turistiche

Che cosa si intende per qualità in azienda? Che cos’è la certificazione di qualità? Quali sono le attività sistematiche che consentono di gestire la qualità? Che cosa si intende per qualità nei servizi turistici? Quale importanza riveste la qualità per le imprese turistiche?

MODULO B- PRODOTTI TURISTICI A CATALOGO E A DOMANDA

Unità didattica 1: L’attività dei tour operator

Chi sono i tour operator? In cosa consiste l'attività di un tour operator? Come vengono realizzati i pacchetti turistici? In che cosa consiste la fase di ideazione di un pacchetto turistico a catalogo? In che cosa consiste la fase di sviluppo di un pacchetto turistico a catalogo? Quali sono i principali contratti che un tour operator può concludere con un'impresa di servizi turistici? Che cosa si intende per contratto di allotment? Che cosa si intende per contratto vuoto per pieno? In che cosa consiste la predisposizione del programma di viaggio di un prodotto turistico a catalogo?

Il turismo sostenibile e responsabile (modulo di educazione civica).

Unità didattica 2: Il prezzo di un pacchetto turistico

Con quali metodi un tour operator può fissare il prezzo di vendita di un pacchetto turistico? Come si determina il prezzo di vendita con il metodo del full costing? Che cosa accade se il pacchetto turistico a catalogo viene venduto tramite un'ADV? In che cosa consiste il metodo del break even point? Che cosa consente di determinare il metodo del break even point?

Costruzione di un itinerario dettagliato, redazione dei documenti inerenti: scheda trasporti, scheda riepilogativa, determinazione del prezzo di vendita con calcolo del mark-up

Unità didattica 3: Il marketing e la vendita di pacchetti turistici

Come un tour operator promuove e commercializza i pacchetti turistici? Quali strategie di vendita possono essere adottate dai tour operator? Come si perfeziona la vendita di un pacchetto turistico? In che cosa consiste la fase della gestione del viaggio? In che cosa consiste la fase del controllo?

Unità didattica 4: Il business travel

Che cosa si intende per business travel? Che cos'è un viaggio incentive? Che cosa si intende per eventi aggregativi? Qual è l'importanza del prodotto congressuale per una località? Quali sono le figure professionali che si occupano dell'organizzazione dei business travel? Quali sono le fasi che caratterizzano un congresso? Qual è la situazione del mercato congressuale italiano?

Turismo sostenibile e responsabile (modulo di educazione civica).

MODULO C: PIANIFICAZIONE, PROGRAMMAZIONE E CONTROLLO NELLE IMPRESE TURISTICHE

Unità didattica 1: La pianificazione strategica

In che cosa consiste il sistema di pianificazione, programmazione e controllo? Quali sono gli elementi che definiscono l'orientamento di fondo di un'impresa? Come si analizza l'ambiente esterno? Come si analizza l'ambiente interno? (la catena del valore). Come si definiscono gli obiettivi strategici aziendali? (l'analisi SWOT).

Unità didattica 2: Le strategie aziendali e i piani aziendali

Quali sono le strategie aziendali complessive? Quali sono le strategie aziendali competitive? Che cosa sono i piani aziendali?

Unità didattica 3: Il business plan

Che cos'è il business plan? Qual è il contenuto di un business plan? Qual è il contenuto di un piano di marketing? Come si costruiscono i prospetti economico-finanziari? Esempi di business plan di un TO e di un ADV.

Unità didattica 4: il budget

Che cos'è il budget? Come si predispongono i budget operativi? Come si predispone il budget aziendale?

Unità didattica 5: L'analisi degli scostamenti

In che cosa consiste l'analisi degli scostamenti? Come si effettua l'analisi degli scostamenti dei costi? Come si effettua l'analisi degli scostamenti dei ricavi?

MODULO D: MARKETING TERRITORIALE

Unità didattica 1: Il prodotto/destinazione e il marketing territoriale

Quando un territorio può essere considerato una destinazione turistica? Quali sono le fasi del ciclo di vita di una destinazione turistica? Perché è utile effettuare l'analisi del ciclo di vita di una destinazione turistica? Perché è importante valorizzare il turismo sostenibile? Che cosa si intende per prodotto/destinazione? Che cosa si intende per marketing territoriale? Quale ruolo svolgono gli enti pubblici territoriali nell'ambito del marketing territoriale? Come possono gli enti pubblici svolgere un'efficace attività di marketing territoriale? Quali sono le forme di aggregazione tra gli operatori economici al fine di creare uno SLOT?

Unità didattica 2: I fattori di attrazione di una destinazione turistica

Che cosa si intende per fattori di attrazione di una destinazione turistica? Quali sono i fattori che contribuiscono a determinare il livello di attrattività di un territorio? Quali sono i modelli dell'offerta di una destinazione turistica? Come si può analizzare l'offerta turistica di una destinazione? In che cosa consiste l'analisi della concorrenza? Quali strategie possono derivare dall'analisi della concorrenza?

Unità didattica 3: I flussi turistici

Perché una destinazione turistica deve analizzare i flussi turistici? Quali sono i fattori che influenzano i flussi turistici? Come può una destinazione turistica analizzare i flussi turistici? Quali sono le tendenze evolutive della domanda turistica?

Unità didattica 4: Dall'analisi SWOT al posizionamento di una destinazione turistica

Perché una destinazione turistica deve effettuare l'analisi SWOT? Quali possono essere i punti di forza di un territorio? Quali possono essere i punti di debolezza di un territorio? Come può una destinazione turistica analizzare i propri punti di forza e di debolezza? Come può una destinazione turistica analizzare le opportunità e le minacce? Com'è possibile conseguire una posizione strategica di successo? Come una destinazione turistica determina il mercato obiettivo e il posizionamento? Come può posizionarsi una destinazione turistica?

Unità didattica 5: Il piano di marketing territoriale

Perché una località turistica deve saper comunicare e promuovere il prodotto/destinazione? Perché per una destinazione turistica è importante dotarsi di un brand territoriale? Quali strumenti di comunicazione e promozione online può utilizzare una destinazione turistica?

Per ogni modulo si svolgono esercitazioni e analisi di casi aziendali.

Si svolgono le prove d'esame degli anni precedenti relative alla seconda prova di Curvatura Turistica.

LABORATORIO INFORMATICA

Per due ore a settimana si svolge l'attività di laboratorio.

Si utilizza il software Excel per:

- Redazione dello stato patrimoniale e del conto economico.
- Schemi e documenti contabili relativi ad ogni modulo (contabilità dei costi, business plan budget, piani di marketing..).

Si utilizza il programma Canva per la realizzazione di video e di post di Instagram .