



PROGRAMMA SVOLTO

Anno scolastico: 2016-2017

Classe: IV Z Tur.

Docente: Valeria GIACOLETTO

Disciplina: Discipline Turistiche ed aziendali

MODULO 1- Rilevazioni elementari e sezionali nelle imprese turistiche

Abilità

- Individuare le procedure che caratterizzano la gestione delle aziende turistiche
- Rappresentarne i processi ed i flussi informativi.
- Individuare la documentazione e le procedure per la progettazione e la realizzazione di un viaggio.
- Gestire le rilevazioni elementari e saperle collocare nei programmi di contabilità integrata.

Conoscenze

- Attività di front office e back office nelle imprese di viaggio
- Rilevazioni tipiche della contabilità delle imprese turistiche.

MODULO 2 - Contabilità generale e bilancio d'esercizio delle imprese turistiche

Abilità

- Gestire le rilevazioni contabili saperle collocare nei programmi di contabilità integrata
- Leggere ed interpretare il bilancio di esercizio di un'impresa turistica ed i documenti collegati.
- Individuare ed accedere alla normativa civilistica e fiscale con particolare riferimento a quella del settore turistico.
- Analizzare le variazioni degli indicatori di bilancio.

Conoscenze

- Gestione delle imprese turistiche
- Rilevazioni tipiche della contabilità delle imprese turistiche
- Bilancio d'esercizio e documenti collegati
- Riclassificazione del bilancio d'esercizio
- Indici di bilancio
- Fonti di finanziamento

MODULO 3 - Il marketing nel turismo

Abilità

- Riconoscere le diverse tipologie di marketing attuate in differenti contesti
- Individuare le attività di micromarketing, macromarketing e marketing integrato
- Distinguere le fasi del processo di marketing e i loro scopi e aspetti specifici
- Utilizzare le differenti fonti informative del marketing
- Riconoscere le finalità e gli strumenti del marketing



- Individuare le caratteristiche degli strumenti del marketing
- Utilizzare gli strumenti della comunicazione di marketing

Conoscenze

- Definizione e diverse tipologie di marketing
- Il marketing nel settore turistico: micro marketing e macromarketing
- Le fasi del processo di marketing
- Fonti informative del marketing
- Finalità e strumenti del marketing
- La comunicazione di marketing nel turismo

MODULO 4 - Altre forme di comunicazione aziendale

Abilità

- Riconoscere le finalità e le caratteristiche degli strumenti della comunicazione intern, organizzativa e socio-ambientale
- Riconoscere i differenti stili di leadership
- Utilizzare gli strumenti della comunicazione intena e organizzativa di tipo formale e gli strumenti della comunicazione socio-ambientale.

Conoscenze

- Finalità strategiche e operative del sistema comunicativo interno
- Stili di leadership
- Strumenti della comunicazione interna formale impersonale e interpersonale
- Strumenti della comunicazione organizzativa
- Etica e responsabilità sociale d'impresa
- Finalità e strumenti della comunicazione socio-ambientale.

Ivrea, 6 giugno 2017

Ivrea, giugno 2017