

Materia: DISCIPLINE TURISTICHE E AZIENDALI/EDUCAZIONE CIVICA

Docente: PROF.SSA FRANCA ZOROVICH

Libri di testo

- Campagna - Loconsole
Scelta turismo più 2 - ed. Tramontana
- Campagna - Loconsole
Scelta turismo up 3 - ed. Tramontana

PROGRAMMA SVOLTO

IL BILANCIO D'ESERCIZIO

Situazione patrimoniale, Stato patrimoniale art. 2424 Cod. civ., Stato patrimoniale riclassificato.

Situazione economica, Conto economico art. 2425 Cod. civ., Conto economico rielaborato nella configurazione a valore aggiunto

Analisi della distribuzione del valore aggiunto

Analisi di bilancio per indici: principali indici patrimoniali (rigidità, elasticità e incidenza del capitale proprio e del capitale di terzi), finanziari (solidità e disponibilità) ed economici (ROE, ROI, ROS, ROD)

PIANIFICAZIONE, PROGRAMMAZIONE E CONTROLLO DI GESTIONE La

pianificazione strategica:

- vision, mission e valori aziendali
- analisi dell'ambiente esterno tramite il modello delle 5 forze di Porter ● analisi dell'ambiente interno tramite la catena del valore di Porter
- analisi SWOT
- strategie mercato/vantaggio competitivo (matrice di Porter)
- strategie mercato/prodotto (matrice di Ansoff)

Il piano strategico: piani di funzione e piani aziendali

Il business plan:

- destinatari e finalità
- fonti di finanziamento
- contenuto del business plan
- contenuto del piano di marketing:
 - parte analitica: analisi SWOT
 - parte strategica: segmentazione di mercato, mercato obiettivo, strategie di marketing; analisi della concorrenza e posizionamento sul mercato
 - parte operativa: marketing mix: *prodotto* (portafoglio prodotti, marca), *prezzo* (metodologie e politiche di prezzo), *distribuzione* (canali di distribuzione e copertura del mercato), *comunicazione* (politiche di promozione e mezzi di comunicazione)

Il documento di programmazione: il budget e le sue funzioni

I budget operativi:

- budget commerciale: budget delle vendite e budget dei costi commerciali
- budget della produzione

- budget delle altre unità operative

Il budget aziendale:

- budget economico (configurazione a ricavi e costo del venduto)

- budget patrimoniale

EDUCAZIONE CIVICA

Bilancio di sostenibilità, criteri ESG e finanza sostenibile

dal 15 maggio 2023:

MARKETING TERRITORIALE

Destinazione turistica e fasi del ciclo di vita di una destinazione turistica Il prodotto/destinazione

Attori locali, SLOT (Sistema Locale di Offerta Turistica), Pro Loco, Consorzi, Club di prodotto, STL (Sistemi Turistici Locali)

Politiche di sviluppo sostenibile degli enti pubblici territoriali

Fattori di attrazione di una destinazione turistica

Modelli dell'offerta turistica (modello one-to-one, modello package, modello network) Analisi SWOT della destinazione turistica

Individuazione del mercato obiettivo

Piano di comunicazione e promozione della destinazione

Piano di marketing territoriale: struttura

Trieste, 12 maggio 2023.

prof.ssa Franca Zorovich