



I.S.I.S. "L. da Vinci – G.R. Carli- S. de Sandrinelli  
Dirigenza e Sede amministrativa via Paolo Veronese, 3 - 34144 Trieste - Tel. 040 309210 - 040 313565  
Sede di Via Armando Diaz, 20 - 34124 Trieste - Tel. 040 300744 - C.F. 80020660322  
e-mail: [tsis001002@istruzione.it](mailto:tsis001002@istruzione.it) - [tsis001002@pec.istruzione.it](mailto:tsis001002@pec.istruzione.it) - Sito web: [www.davinceicarli.edu.it](http://www.davinceicarli.edu.it)

## **A.S. 2024-2025 - CLASSE: 5^H - PROGRAMMA SVOLTO**

**DISCIPLINA: Discipline turistiche e aziendali**

**INSEGNANTE: prof. Franca Zorovich**

### **Obiettivi della disciplina in termini di competenze**

<b>Competenze da sviluppare</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>● Redigere relazioni tecniche e documentare le attività individuali e di gruppo relative a situazioni professionali</li><li>● Progettare, documentare e presentare servizi e prodotti turistici</li><li>● Identificare e applicare le metodologie e le tecniche della gestione per progetti</li><li>● Contribuire a realizzare i piani di marketing con riferimento a specifiche tipologie di imprese o prodotti turistici</li><li>● Riconoscere e interpretare le tendenze dei mercati locali, nazionali e globali anche per coglierne le ripercussioni nel contesto turistico</li><li>● Riconoscere e interpretare i macrofenomeni socio-economici globali in termini generali e specifici dell'impresa turistica</li><li>● Riconoscere le peculiarità organizzative delle imprese turistiche e contribuire a cercare soluzioni funzionali alle diverse tipologie</li><li>● Interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi di gestione e flussi informativi</li><li>● Individuare e accedere alla normativa pubblicitaria, civilistica, fiscale, con particolare riferimento a quella del settore turistico</li><li>● Utilizzare le reti e gli strumenti informatici nelle attività di studio, ricerca e approfondimento disciplinare</li></ul>

### **Moduli didattici realizzati**

<b>M01: IL BILANCIO D'ESERCIZIO E ANALISI DI BILANCIO</b>	
<b>Conoscenze</b>	<b>Abilità perseguite</b>
Situazione patrimoniale, Stato patrimoniale art. 2424 Cod. civ., Stato patrimoniale riclassificato secondo criteri finanziari Situazione economica, Conto economico art. 2425 Cod. civ., Conto economico rielaborato nella configurazione a valore aggiunto	Redigere Lo Stato patrimoniale e il Conto economico secondo gli schemi del Codice civile Riclassificare lo Stato patrimoniale Rielaborare il Conto economico 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	Individuare i componenti del valore aggiunto Effettuare una semplice analisi patrimoniale, finanziaria ed economica di un bilancio



I.S.I.S. "L. da Vinci – G.R. Carli- S. de Sandrinelli

Dirigenza e Sede amministrativa via Paolo Veronese, 3 - 34144 Trieste - Tel. 040 309210 - 040 313565

Sede di Via Armando Diaz, 20 - 34124 Trieste - Tel. 040 300744 - C.F. 80020660322

e-mail: [tsis001002@istruzione.it](mailto:tsis001002@istruzione.it) - [tsis001002@pec.istruzione.it](mailto:tsis001002@pec.istruzione.it) - Sito web: [www.davinceicarli.edu.it](http://www.davinceicarli.edu.it)

proprio e del capitale di terzi), finanziari (solidità, leverage) ed economici (ROE, ROI, ROS, ROD)	
---	--

<b>M02: IL MARKETING DELLE IMPRESE TURISTICHE</b>	
<b>Conoscenze</b>	<b>Abilità perseguite</b>
<p>Vision, mission, valori di fondo</p> <p>Marketing analitico:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>● analisi SWOT</li><li>● segmentazione del mercato</li><li>● mercato obiettivo: concentrazione, specializzazione di prodotto, specializzazione di mercato, copertura di mercato, specializzazione selettiva</li><li>● posizionamento e mappa di posizionamento</li></ul> <p>Marketing strategico:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>● matrice Mercato/Vantaggio competitivo (matrice di Porter)</li><li>● matrice Prodotto/Mercato (matrice di Ansoff)</li></ul> <p>Marketing operativo (leve di marketing - 4P):</p> <ul style="list-style-type: none"><li>● prodotto (essenziale, base, effettivo, ampliato), portafoglio prodotti, marca; politiche di prodotto</li><li>● politiche di prezzo: determinazione del prezzo (con il mark-up e con il metodo del break even point), modifica dei prezzi, prezzi psicologici, manovre di prezzo</li><li>● distribuzione: canali, scelta della convenienza del canale di distribuzione in base a motivazioni di natura economica, grado di copertura del mercato</li><li>● promozione:<ul style="list-style-type: none"><li>- pubbliche relazioni: comunicazioni aziendali, sponsorizzazioni, mecenatismo</li><li>- pubblicità: contenuto del messaggio, mezzi di comunicazione</li><li>- promozione in senso stretto: politiche pull e e politiche push, sell out e sell in, riduzioni di prezzo, regali, giochi</li><li>- vendita personale</li></ul></li></ul>	<p>Individuare la vision, la mission e le strategie di marketing</p> <p>Effettuare l'analisi PEST e l'analisi SWOT</p> <p>Effettuare una semplice segmentazione di mercato</p> <p>Saper tracciare una semplice mappa di posizionamento</p> <p>Individuare le strategie e le politiche di marketing (prodotto, prezzo, posizione, comunicazione)</p> <p>Riconoscere il legame tra le fasi del ciclo di vita del prodotto e le politiche di marketing</p> <p>Analizzare il portafoglio prodotti attraverso la matrice BCG</p>



I.S.I.S. “L. da Vinci – G.R. Carli- S. de Sandrinelli

Dirigenza e Sede amministrativa via Paolo Veronese, 3 - 34144 Trieste - Tel. 040 309210 - 040 313565

Sede di Via Armando Diaz, 20 - 34124 Trieste - Tel. 040 300744 - C.F. 80020660322

e-mail: [tsis001002@istruzione.it](mailto:tsis001002@istruzione.it) - [tsis001002@pec.istruzione.it](mailto:tsis001002@pec.istruzione.it) - Sito web: [www.davinceicarli.edu.it](http://www.davinceicarli.edu.it)

<p>Ciclo di vita del prodotto:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• fasi del ciclo di vita del prodotto e politiche di marketing relative</li> <li>• matrice crescita del mercato/quota di mercato (matrice Boston Consulting Group - BCG)</li> </ul>	
<p>Business travel</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• definizione e figure professionali</li> <li>• gli eventi aggregativi nell'ambito dei viaggi MICE</li> <li>• effetti degli eventi aggregativi sulla destinazione nella quale essi si svolgono</li> <li>• fasi di un congresso</li> <li>• determinazione della quota di iscrizione e del prezzo di un pacchetto congressuale</li> </ul>	<p>Riconoscere i viaggi d'affari e le figure professionali ad essi collegate</p> <p>Riconoscere gli eventi aggregativi più importanti e gli effetti sul territorio in cui si svolgono</p> <p>Riconoscere le fasi che caratterizzano un congresso</p> <p>Saper calcolare la quota di iscrizione al congresso e il prezzo di un pacchetto congressuale</p>

<b>M03: IL MARKETING TERRITORIALE</b>	
<b>Conoscenze</b>	<b>Abilità perseguite</b>
<p>Destinazione turistica, fasi del ciclo di vita di una destinazione turistica e strategie connesse</p> <p>Il prodotto/destinazione e il marketing territoriale</p> <p>Attori locali, SLOT (Sistema Locale di Offerta Turistica), Pro Loco, Consorzi, Club di prodotto, STL (Sistemi Turistici Locali)</p> <p>Politiche di sviluppo sostenibile degli enti pubblici territoriali</p> <p>Fattori di attrazione di una destinazione turistica:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- risorse turistiche tangibili e intangibili</li> <li>- risorse turistiche antropiche e naturali</li> <li>- fruibilità, accessibilità, immagine</li> </ul> <p>Modelli dell'offerta turistica (modello one-to-one, modello package, modello network)</p> <p>Analisi SWOT della destinazione turistica</p> <p>Fattori push e fattori pull</p> <p>Tipologie di mercato obiettivo</p> <p>Mappa di posizionamento di una destinazione turistica</p> <p>Strumenti di comunicazione e promozione utilizzati da una destinazione turistica:</p>	<p>Riconoscere le fasi del ciclo di vita di una destinazione turistica</p> <p>Individuare gli effetti del turismo sul territorio</p> <p>Riconoscere il ruolo degli attori locali per uno sviluppo sostenibile del territorio</p> <p>Individuare le caratteristiche del prodotto/destinazione</p> <p>Riconoscere le caratteristiche dei fattori di attrazione di una destinazione turistica</p> <p>Riconoscere le caratteristiche dei modelli dell'offerta turistica di una destinazione</p> <p>Riconoscere le tendenze evolutive della domanda turistica</p> <p>Analizzare i punti di forza e di debolezza, le opportunità e le minacce di una destinazione turistica</p> <p>Riconoscere le tecniche di comunicazione e promozione online e offline</p>



I.S.I.S. "L. da Vinci – G.R. Carli- S. de Sandrinelli

Dirigenza e Sede amministrativa via Paolo Veronese, 3 - 34144 Trieste - Tel. 040 309210 - 040 313565

Sede di Via Armando Diaz, 20 - 34124 Trieste - Tel. 040 300744 - C.F. 80020660322

e-mail: [tsis001002@istruzione.it](mailto:tsis001002@istruzione.it) - [tsis001002@pec.istruzione.it](mailto:tsis001002@pec.istruzione.it) - Sito web: [www.davincicarli.edu.it](http://www.davincicarli.edu.it)

<ul style="list-style-type: none"><li>• strumenti offline: cataloghi, brochure, dépliant, mappe, guide; pubblicità; pannelli o totem; fiere; road show, educational tour</li><li>• strumenti online: portale e sito web, posta elettronica, blog, social network</li></ul>	
--	--

#### M04: ANALISI E CONTROLLO DEI COSTI NELLE IMPRESE TURISTICHE

Conoscenze	Abilità perseguite
<p>Classificazione dei costi: diretti, indiretti, fissi, variabili, preventivi e consuntivi.</p> <p>Costi unitari e costi totali</p> <p>I costi connessi al contratto vuoto per pieno e al contratto di allotment con opzione e con restituzione</p> <p>Contabilità direct costing:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• prospetto di risultato economico</li><li>• margine di contribuzione di primo e di secondo livello</li><li>• margine di contribuzione di primo livello unitario e suo utilizzo</li><li>• margine di contribuzione di primo livello (unitario) relativo e suo utilizzo</li><li>• scelta <i>make or buy</i></li></ul> <p>Contabilità full costing:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• configurazioni di costo</li><li>• metodo full costing a base unica</li><li>• metodo full costing a base multipla</li></ul>	<p>Individuare le varie tipologie di costi</p> <p>Saper calcolare il costo totale di una produzione (pacchetto turistico, servizio alberghiero) e il costo unitario di un prodotto/servizio</p> <p>Saper applicare il metodo direct costing per il calcolo del risultato economico</p> <p>Valutare la redditività dei diversi prodotti/servizi</p> <p>Valutare soluzioni alternative da punti di vista economico</p> <p>Calcolare le diverse configurazioni di costo</p> <p>Saper determinare il prezzo di vendita di un prodotto/servizio in base al suo costo</p>
<p>Break even analysis:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• punto di pareggio</li><li>• break even point relativo (grado di sfruttamento della capacità produttiva)</li><li>• margine di sicurezza relativo</li><li>• determinazione del prezzo di equilibrio</li></ul>	<p>Calcolare il punto di pareggio</p> <p>Calcolare il prezzo di un prodotto turistico con il metodo del BEP</p>

#### M05: PIANIFICAZIONE, PROGRAMMAZIONE E CONTROLLO DI GESTIONE

Conoscenze	Abilità perseguite
La pianificazione strategica:	Analizzare l'ambiente interno ed esterno e riconoscere



I.S.I.S. "L. da Vinci – G.R. Carli- S. de Sandrinelli

Dirigenza e Sede amministrativa via Paolo Veronese, 3 - 34144 Trieste - Tel. 040 309210 - 040 313565

Sede di Via Armando Diaz, 20 - 34124 Trieste - Tel. 040 300744 - C.F. 80020660322

e-mail: [tsis001002@istruzione.it](mailto:tsis001002@istruzione.it) - [tsis001002@pec.istruzione.it](mailto:tsis001002@pec.istruzione.it) - Sito web: [www.davincicarli.edu.it](http://www.davincicarli.edu.it)

<ul style="list-style-type: none"><li>- vision, mission e valori aziendali</li><li>- analisi dell'ambiente esterno tramite il modello delle 5 forze di Porter</li><li>- analisi dell'ambiente interno tramite la catena del valore di Porter</li><li>- analisi PEST</li><li>- analisi SWOT</li></ul> Strategie aziendali: <ul style="list-style-type: none"><li>- strategie mercato/vantaggio competitivo (matrice di Porter)</li><li>- strategie mercato/prodotto (matrice di Ansoff)</li></ul> Strategie a livello di aree strategiche d'affari: <ul style="list-style-type: none"><li>- modello di Abell</li></ul> Il piano strategico: piani di funzione (vendite, personale, investimenti, finanziamenti) e piani generali (piano degli investimenti, piano dei finanziamenti, piano patrimoniale, piano economico)	<p>gli obiettivi strategici aziendali</p> <p>Individuare la vision, la mission e le strategie aziendali</p> <p>Riconoscere i piani aziendali</p>
<p>Il business plan:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- destinatari e finalità</li><li>- fonti di finanziamento</li><li>- contenuto del business plan</li></ul>	<p>Riconoscere destinatari e finalità del business plan</p> <p>Riconoscere il contenuto di un business plan</p>
<p>Il documento di programmazione: il budget e le sue funzioni</p> <p>I budget operativi:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- budget commerciale (budget delle vendite e budget dei costi commerciali)</li><li>- budget della produzione</li><li>- budget delle altre unità operative</li></ul> <p>Il budget aziendale:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- budget economico (configurazione a ricavi e costo del venduto)</li><li>- budget patrimoniale</li></ul>	<p>Riconoscere i budget operativi e il budget aziendale di un'impresa turistica</p>

**M06: EDUCAZIONE CIVICA**

Conoscenze	Abilità
Il terzo settore e la sostenibilità economica e sociale in ambito turistico	Riconoscere le imprese operanti nel terzo settore Individuare le imprese sostenibili



I.S.I.S. "L. da Vinci – G.R. Carli- S. de Sandrinelli  
Dirigenza e Sede amministrativa via Paolo Veronese, 3 - 34144 Trieste - Tel. 040 309210 - 040 313565  
Sede di Via Armando Diaz, 20 - 34124 Trieste - Tel. 040 300744 - C.F. 80020660322  
e-mail: [tsis001002@istruzione.it](mailto:tsis001002@istruzione.it) - [tsis001002@pec.istruzione.it](mailto:tsis001002@pec.istruzione.it) - Sito web: [www.davincicarli.edu.it](http://www.davincicarli.edu.it)

<b>Mediazione didattica</b>	
<b>Metodologie</b>	<b>Ambienti di apprendimento</b>
Lezione frontale e partecipata Studio di casi Problem solving	Aula scolastica e laboratori informatici
<b>Strumenti</b>	<b>Verifiche</b>
Libri di testo Sintesi, schemi e riassunti predisposti dalla docente Lavagna interattiva multimediale Classroom	Verifiche formative Prove scritte Verifiche orali

<b>Libri di testo adottati</b>
G. Campagna, V. Loconsole - Scelta turismo più - Volume 2 - Tramontana G. Campagna, V. Loconsole - Scelta turismo up - Volume 3 - Tramontana

Trieste, 12/05/2025

Firma del docente

Franca Zorovich

---