

Programma di
DISCIPLINE TURISTICHE E AZIENDALI / EDUCAZIONE CIVICA
A.S. 2023/2024
CLASSE: 5^H

Libri di testo

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

PROGRAMMA SVOLTO entro il 15 MAGGIO 2024

DISCIPLINE TURISTICHE E AZIENDALI

MODULO 1 - IL BILANCIO D'ESERCIZIO, RICLASSIFICAZIONE DI BILANCIO E ANALISI PER INDICI

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) ed economici (ROE, ROI, ROD, ROS, rotazione degli investimenti)

MODULO 2 - 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 (piano delle vendite, piano del personale, piano degli investimenti, piano dei finanziamenti) e piani aziendali (piano patrimoniale, piano economico)

Il business plan:

- destinatari e finalità
- tipologie delle fonti di finanziamento
- contenuto del business plan (sintesi preliminare, descrizione dell'impresa, descrizione del prodotto/servizio offerto, piano di marketing, piano operativo, prospetti economico-finanziari)
- contenuto del piano di marketing:
 - parte analitica: analisi PEST e SWOT; analisi del microambiente;
 - parte strategica: segmentazione di mercato, mercato obiettivo, analisi della concorrenza , mappa di posizionamento sul mercato, obiettivi e strategie di marketing;
 - 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 calcolo del Break even point (BEP) e il prezzo di equilibrio
 - prospetti economico-finanziari

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
- budget finanziario: budget di tesoreria

Il budget aziendale:

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

Cenni sul calcolo degli scostamenti

EDUCAZIONE CIVICA

Bilancio di sostenibilità, criteri ESG e finanza sostenibile

Programma da svolgere dopo il 15 maggio 2024

MODULO 3 - 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, 7 maggio 2024

prof.ssa Franca Zorovich