



Anno scolastico: 2019-2020

Classe: IV L Tur.

Docente: Valeria GIACOLETTO

Disciplina: Discipline turistiche aziendali

PROGRAMMA SVOLTO IN PRESENZA

Modulo 1 – CONTABILITA' DELLE IMPRESE TURISTICHE

Competenze disciplinari:

Interpretare il funzionamento delle scritture elementari e tipiche.

Abilità:

- Comprendere e gestire operativamente la main-courante, anche con di fogli di lavoro informatici
- Gestire le rilevazioni elementari e saperle collocare nei programmi di contabilità integrata

Conoscenze disciplinari;

- Semplici rilevazioni tipiche della contabilità delle imprese turistiche.

Modulo 2 – BILANCIO DELLE IMPRESE TURISTICHE

Competenze disciplinari:

Interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, i processi di gestione ed i flussi informativi

Abilità

- Leggere ed interpretare il bilancio di esercizio di un'impresa turistica ed i documenti collegati.
- Individuare ed accedere alla normativa civilistica e fiscale del bilancio, con particolare riferimento a quella del settore turistico.
- Conoscere le diverse fonti di finanziamento aziendale

Conoscenze disciplinari

- Bilancio d'esercizio e documenti collegati
- Riclassificazione del bilancio d'esercizio
- Fonti di finanziamento

PROGRAMMA SVOLTO A DISTANZA

Modulo 3 – II MARKETING NELLE IMPRESE TURISTICHE

Competenze disciplinari:

Interpretare i piani di marketing con riferimento a specifiche tipologie di imprese e prodotti turistici



Abilità:

- Riconoscere le diverse tipologie di *marketing* attuate in differenti contesti
- Individuare le attività di *micro marketing*, *macro marketing* 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*
- Curare la fidelizzazione della clientela, nell'ottica della *customer care* e *customer satisfaction*

Conoscenze disciplinari:

- Definizione e diverse tipologie di marketing
- Il marketing nel settore turistico: micro marketing e macro marketing
- Le fasi del processo di marketing operativo e strategico
- Tecniche, metodologie e strumenti di *marketing*
- Comunicazione con il cliente

Modulo 4 – ALTRE FORME DI COMUNICAZIONE AZIENDALE

Competenze disciplinari:

Analizzare il sistema delle comunicazioni e delle relazioni delle imprese turistiche

Abilità:

- Utilizzare codice e tecniche della comunicazione aziendale funzionali ai contesti.

Conoscenze disciplinari:

- Strumenti di comunicazione interpersonale nei diversi contesti aziendali
- Comunicazione con il cliente

Ivrea, 10 giugno 2020