



PROGRAMMA SVOLTO

Docente	DURANTE IMMACOLATA
Materia:	DISCIPLINE TURISTICHE E AZIENDALI
Classe:	4 FS
a. s.:	2021/22

N. mod.	Titolo del modulo	Argomenti e attività svolte
1	Contabilità delle imprese turistiche	<ol style="list-style-type: none">1) Le rilevazioni contabili<ul style="list-style-type: none">• Cosa sono le rilevazioni contabili• il sistema contabile• il metodo contabile• i conti e la relativa terminologia2) Il metodo della Partita Doppia<ul style="list-style-type: none">• le regole della Partita Doppia• il piano dei conti• le registrazioni con il metodo della P.D.3) L'analisi delle operazioni di gestione<ul style="list-style-type: none">• le variazioni originate dalle operazioni di gestione<ul style="list-style-type: none">• i finanziamenti con capitale proprio e di debito• variazioni derivanti dall'acquisto di fattori produttivi• variazioni derivanti dalla cessione dei prodotti/servizi4) Gli acquisti e i relativi pagamenti<ul style="list-style-type: none">• rilevazioni in P.D. degli acquisti di beni e servizi• gli acquisti di beni strumentali• il pagamento delle fatture d'acquisto5) Le vendite e le relative riscossioni<ul style="list-style-type: none">• rilevazioni in P.D. delle vendite• la riscossione delle fatture di vendita• la mancata riscossione delle fatture di vendita6) I collaboratori delle imprese<ul style="list-style-type: none">• le diverse tipologie di collaboratori di un'impresa7) I rapporti con le banche<ul style="list-style-type: none">• i rapporti tra imprese turistiche e banche



		<ul style="list-style-type: none">• il mutuo 8) Altre operazioni di gestione
2	Bilancio delle imprese turistiche	<ol style="list-style-type: none">1) Il bilancio d'esercizio<ul style="list-style-type: none">• definizione e funzioni del bilancio• lo schema dello Stato patrimoniale e del Conto economico2) L'analisi di bilancio per indici<ul style="list-style-type: none">- come si riclassifica lo stato patrimoniale- come si riclassifica il conto economico
3	Marketing delle imprese turistiche	<ol style="list-style-type: none">1) Il marketing<ul style="list-style-type: none">• concetto di marketing• la mission aziendale2) L'analisi del mercato<ul style="list-style-type: none">• l'analisi SWOT• le ricerche di mercato3) Le strategie di marketing<ul style="list-style-type: none">• gli obiettivi aziendali e le strategie per raggiungerli• le strategie di marketing• il marketing mix4) Le leve del marketing mix<ul style="list-style-type: none">• il prodotto e il portafoglio prodotti• la marca• il prezzo e le politiche di prezzo• la posizione• la promozione e le politiche di promozione6) Il ciclo di vita del prodotto<ul style="list-style-type: none">• che cosa evidenzia il ciclo di vita del prodotto• le politiche di marketing in relazione al ciclo di vita del prodotto
3	Comunicazione	<ol style="list-style-type: none">1) La comunicazione d'impresa<ul style="list-style-type: none">• gli elementi del processo comunicativo• le forme di comunicazione• la comunicazione d'impresa