

I.S.I.S. "L. EINAUDI- A. CECCHERELLI" PIOMBINO (LI)

Disciplina DISCIPLINE TURISCHE AZIENDALI

A. S. 2020/2021

Docente: Filomena Tanzillo

Classe IV C TUR

Libro di testo: SCELTA TURISMO Più 2 G. Campana V.loconsole EDIZIONE TRAMONTANA

MODULO	COMPETENZE	CONOSCENZE	ABILITÀ	RISORSE	TEMPI (h)
Modulo 1 CONTABILITA' DELLE IMPRESE TURISTICHE E RICETTIVE	<p>Interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi di gestione e flussi informativi</p> <p>Gestire il sistema delle rilevazioni aziendali con l'ausilio di programmi di contabilità integrata specifici per le aziende del settore turistico</p> <p>Gestire il sistema delle rilevazioni aziendali con l'ausilio di programmi di contabilità integrata specifici per le aziende del settore turistico</p>	<p>Le rilevazioni contabili</p> <p>Il metodo della partita doppia</p> <p>L'analisi delle operazioni di gestione</p> <p>Gli acquisti e i relativi pagamenti</p> <p>Le vendite e i relativi pagamenti</p> <p>I collaboratori delle imprese</p> <p>I rapporti con le banche</p> <p>Le altre operazioni di gestione</p>	<p>Gestire le rilevazioni elementari e saperle collocare nei programmi di contabilità integrata</p>	<p>Libro di testo.</p> <p>Codice civile.</p> <p>Articoli tratti da riviste e quotidiani.</p> <p>Casi aziendali.</p> <p>LIM</p> <p>Laboratorio.</p> <p>Contenuti digitali.</p>	46
Modulo 2 IL BILANCIO DELLE IMPRESE TURISTICHE	<p>Gestire il sistema delle rilevazioni aziendali con l'ausilio di programmi di contabilità integrata specifici per le aziende del settore turistico</p>	<p>Le scritture di assestamento</p> <p>Le scritture di completamento e di integrazione</p> <p>Le scritture di rettifica</p> <p>Le scritture di ammortamento</p>	<p>Leggere e interpretare il bilancio di esercizio di un'impresa turistica e i documenti collegati</p>	<p>Libro di testo.</p> <p>Codice CIVILE</p> <p>Testo unico delle imposte sui redditi (TUIR)</p> <p>Articoli tratti da riviste e quotidiani.</p> <p>Casi aziendali.</p>	40

		<p>La situazione contabile finale Il bilancio d'esercizio</p> <p>L'analisi di bilancio per indici L'analisi patrimoniale, finanziaria ed economica</p>		<p>LIM</p> <p>Laboratorio.</p> <p>Contenuti digitali.</p>	
<p>Modulo 3</p> <p>MARKETING DELLE IMPRESE TURISTICHE</p>	<p>Contribuire a realizzare piani di marketing con riferimento a specifiche tipologie di imprese o prodotti turistici</p>	<p>Il marketing</p> <p>L'analisi del mercato</p> <p>La segmentazione e il posizionamento</p> <p>Le strategie di marketing</p> <p>Le leve del marketing mix: prodotto e prezzo</p> <p>Le leve del marketing mix: posizione e promozione</p> <p>Il ciclo di vita del prodotto</p> <p>Il marketing relazionale</p>	<p>Analizzare la domanda turistica e individuare i potenziali target di clienti</p> <p>Analizzare i punti di contatto tra macro e micro marketing nel settore turistico</p> <p>Utilizzare strumenti di supporto alla programmazione turistica territoriale</p> <p>Individuare forme di promozione e commercializzazione adeguate ai diversi mercati sulla base delle risorse disponibili</p>	<p>Libro di testo.</p> <p>Articoli tratti da riviste e quotidiani.</p> <p>Casi aziendali.</p> <p>LIM</p> <p>Laboratorio.</p> <p>Contenuti digitali.</p>	33
<p>Modulo 4</p> <p>LA COMUNICAZIONE</p>	<p>Utilizzare il sistema delle comunicazioni e delle relazioni delle imprese turistiche</p> <p>Individuare e utilizzare gli strumenti di comunicazione e di team working più appropriati per intervenire</p>	<p>La comunicazione d'impresa</p> <p>La comunicazione interna d'impresa</p> <p>La comunicazione esterna d'impresa</p> <p>La comunicazione non convenzionale</p>	<p>Utilizzare codici e tecniche della comunicazione aziendale funzionali ai contesti</p>	<p>Libro di testo.</p> <p>Articoli tratti da riviste e quotidiani.</p> <p>Casi aziendali.</p> <p>LIM</p> <p>Laboratorio.</p> <p>Contenuti digitali.</p>	14

	nei contesti organizzativi e professionali di riferimento				