

PROGRAMMI/NUCLEI ESSENZIALI
ESAMI PRELIMINARI – INTEGRATIVI- IDONEITA'

ISTITUTO TECNICO ECONOMICO TURISTICO

NUCLEI ESSENZIALI

Economia aziendale - Discipline tecniche turistiche

ANNUALITÀ DAL 1° AL 5° ANNO

ECONOMIA AZIENDALE 1° ANNO	
Modulo GLI STRUMENTI OPERATIVI	1. Misure di lunghezza, peso, capacità. 2. Relazioni tra grandezze economiche 3. Proporzioni e loro proprietà 4. Concetto di percentuale e di calcolo percentuale 5. Concetto di riparto
Modulo L'AZIENDA	1. Azienda come sistema ed elementi che la compongono 2. Tipologie di aziende e caratteristiche della loro gestione 3. Settori in cui si articolano le attività economiche 4. Quadro generale delle funzioni aziendali 5. Cenni – tipologie di modelli organizzativi
Modulo IL CONTRATTO DI COMPRAVENDITA	1. Funzioni delle aziende commerciali 2. Caratteri e fasi della compravendita 3. Elementi essenziali e accessori del contratto di compravendita. 4. Clausole relative alla consegna, all'imballaggio e al pagamento.
Modulo DOCUMENTI DELLA COMPRAVENDITA	1. Principali documenti emessi in ciascuna fase della compravendita 2. Contenuto della fattura 3. Contenuto del DDT 4. Contenuto e funzione della ricevuta fiscale e dello scontrino fiscale.

ECONOMIA AZIENDALE 2° ANNO	
Modulo CALCOLO FINANZIARIO	1. Gli strumenti del sistema finanziario per individuare soluzioni adeguate a semplici situazioni proposte.
Modulo GLI STRUMENTI DI REGOLAMENTO	1. La funzione monetaria delle banche. 2. Caratteristiche e classificazioni dei titoli di credito. 3. L'assegno bancario: definizione, caratteristiche e modalità di trasferimento. 4. Pagherò e tratta: definizione, caratteristiche e modalità di trasferimento.

Modulo I RISULTATI DELLA GESTIONE AZIENDALE	1. Conoscere gli aspetti della gestione. 2. Conoscere le varie fonti di Finanziamento e le diverse forme di Investimento. 3. Concetto di patrimonio.
--	--

	4. Distinguere le Attività dalle Passività e Netto. 5. Distinguere i Costi dai Ricavi. 6. Conoscere i documenti di bilancio
--	---

DISCIPLINE TECNICHE TURISTICHE 3° ANNO	
Modulo VERSO IL TURISMO	1. Ruolo del turismo nel contesto storico sociale ed economico 2. Mercato turistico 3. Soggetti pubblici che intervengono nell'attività turistica
Modulo IMPRESE TURISTICHE (Lezione 4 "Organizzazione del lavoro nelle imprese turistiche -solo organigramma)	1. Specificità e rischi di gestione delle imprese turistiche. 2. Ruoli e responsabilità nelle professioni turistiche
Modulo IMPRESE RICETTIVE	1. Gestione dell'impresa turistica 2. Componente del prodotto turistico.
Modulo CONTABILITÀ DELLE IMPRESE TURISTICHE	1. Rilevazioni tipiche della contabilità delle imprese turistiche

DISCIPLINE TECNICHE TURISTICHE 4° ANNO	
Modulo CONTABILITÀ DELLE IMPRESE TURISTICHE	1. Rilevazioni tipiche della contabilità delle imprese turistiche
Modulo BILANCIO DELLE IMPRESE TURISTICHE (cenni)	1. Bilancio d'esercizio
Modulo MARKETING DELLE IMPRESE TURISTICHE	1. Principi e teoria del marketing. 2. Marketing turistico operativo e strategico. 3. Tecniche, metodologie e strumenti di marketing. 4. Comunicazione con il cliente.
Modulo COMUNICAZIONE	1. Strumenti di comunicazione interpersonale nei diversi contesti aziendali 2. Comunicazione con il cliente

DISCIPLINE TECNICHE TURISTICHE 5° ANNO	
Modulo ANALISI E CONTROLLO DEI COSTI NELLE IMPRESE TURISTICHE	1. L'analisi dei costi 2. Il controllo dei costi: direct costing, full costing, ABC 3. L'analisi del punto di pareggio 4. Il sistema di qualità nelle imprese turistiche
Modulo I TOUR OPERATOR	1. L'attività dei tour operator 2. Il prezzo di un pacchetto turistico 3. Il marketing e la vendita dei pacchetti turistici 4. Il business tavel
Modulo PIANIFICAZIONE, PROGRAMMAZIONE E	1. La pianificazione strategica 2. Le strategie aziendali e i piani aziendali 3. Il business plan

CONTROLLO NELLE IMPRESE TURISTICHE	<ul style="list-style-type: none"> 4. Il budget 5. L'analisi degli scostamenti
Modulo MARKETING TERRITORIALE	<ul style="list-style-type: none"> 1. La destinazione turistica 2. I fattori di attrazione di una destinazione turistica 3. I flussi turistici 4. Dall'analisi SWOT al posizionamento 5. Il piano di comunicazione e promozione

COORDINATORE/trice DI DIPARTIMENTO
Prof.ssa Laura Casiroli