

## PROGRAMMA DI DISCIPLINE TURISTICHE E AZIENDALI

### CLASSI V TURISTICO

Competenza	Conoscenze	Abilità	Contenuti
<b>Individuare e accedere alla normativa pubblicistica, civilistica, fiscale con particolare riferimento a quella del settore turistico</b>	Bilancio d'esercizio e documenti allegati	Leggere e interpretare il bilancio di esercizio di un'impresa turistica e i documenti collegati	Il bilancio d'esercizio L'analisi di bilancio per indici L'analisi patrimoniale, finanziaria ed economica
Competenza	Conoscenze	Abilità	Contenuti
<b>Individuare le caratteristiche del mercato del lavoro e collaborare alla gestione del personale dell'impresa turistica</b>	Caratteristiche del mercato del lavoro.  Struttura, contenuto e aspetti economici dei contratti di lavoro.  Tecniche di selezione personale e curriculum europeo.	Individuare le procedure che caratterizzano la gestione delle aziende turistiche, rappresentarne i processi e i flussi informativi.  Identificare i ruoli e le responsabilità delle diverse funzioni aziendali nell'impresa turistica.  Redigere il curriculum vitae europeo e simulare test e colloqui di selezione, anche in lingua straniera.	La funzione del personale. Principali adempimenti imposti dalla legislazione sociale alle aziende che hanno dipendenti. Il reclutamento del personale. La redazione del curriculum vitae. La redazione della lettera di presentazione. Le modalità di selezione del personale. La conduzione del colloquio di lavoro.
Competenza	Conoscenze	Abilità	Contenuti
<b>Interpretare i sistemi aziendali nei</b>	Tecniche di controllo e monitoraggio	Utilizzare le informazioni per migliorare la	I costi aziendali. La determinazione del costo di produzione con diversi metodi ( full costing, direct costing e metodo

<b>loro modelli, processi di gestione e flussi informativi</b>	dei processi.	pianificazione, lo sviluppo e il controllo dell'impresa turistica.  Utilizzare procedure per lo sviluppo e la gestione del sistema di qualità nelle imprese turistiche	ABC). Analisi costi/volumi /risultati.
--	---------------	--	---

Competenza	Conoscenze	Abilità	Contenuti
<b>Riconoscere le peculiarità organizzative delle imprese turistiche e contribuire a cercare soluzioni funzionali alle diverse tipologie</b>	Pianificazione e programmazione.  Strategia aziendale e pianificazione strategica.  Struttura e funzioni del business plan.  Budgeting.	Individuare mission, vision, strategia e pianificazione di casi aziendali dati.  Elaborare business plan.  Elaborare un budget di un'azienda turistica.  Monitorare i processi produttivi e analizzare i dati per ricavarne indici.  Utilizzare le informazioni per migliorare la pianificazione, lo sviluppo e il controllo dell'impresa turistica.	Il sistema di qualità nell'impresa turistica.  Strategia aziendale e pianificazione strategica.  Struttura e funzioni del business plan.  Pianificazione e programmazione.  Controllo di gestione : programmazione e budget.
Competenza	Conoscenze	Abilità	Contenuti
<b>Riconoscere e interpretare: Le tendenze dei mercati locali, nazionali e globali anche per coglierne le</b>	Marketing territoriale e pianificazione strategica.  Marketing territoriale e politiche di sviluppo sostenibile dell'Ente	Elaborare un piano di marketing territoriale in funzione delle politiche economiche e finanziarie poste in essere per la	I tour operator e la costruzione di un pacchetto turistico.  La determinazione del prezzo di un pacchetto turistico.  La promozione e la commercializzazione del pacchetto turistico.

<p><b>ripercussioni nel contesto turistico; I macrofenomeni socio-economici globali in termini generali e specifici dell'impresa turistica</b></p> <p><b>Progettare, documentare e presentare servizi o prodotti turistici</b></p>	<p>Pubblico.</p> <p>La destinazione turistica e il ciclo di vita del territorio.</p> <p>Management e marketing della destinazione.</p> <p>Prodotti turistici: a catalogo e a domanda.</p> <p>Il catalogo come strumento di promozione-commercializzazione.</p> <p>Tecniche di organizzazione per eventi.</p>	<p>governance del settore.</p> <p>Utilizzare strategie di marketing per la promozione del prodotto e dell'immagine turistica del territorio in Italia e all'Estero.</p> <p>Utilizzare strumenti multimediali e nuove tecniche di comunicazione per la promozione dell'immagine turistica del territorio e la commercializzazione del servizio.</p>	<p>Strategie di marketing anche elettronico e customer relationship management.</p> <p>Struttura del piano di marketing.</p> <p>Piano di qualificazione e sviluppo dell'offerta.</p> <p>Il MICE</p>
--	--	--	---