



Programma svolto

Anno scolastico 2023 – 2024

Materia: Discipline turistiche aziendali
Insegnante: **prof.ssa Galioto Paola Maria**

Classe **4 A TMO**

n° 4 ore settimanali
totale annuale: 132

Testo adottato: Scelta Turismo up volume 2
Autori : G.Campagna V. LOCONSOLE
Casa Editrice : Tramontana

MODULO A

CONTABILITÀ DELLE IMPRESE TURISTICHE

1 – Le rilevazioni contabili

- Che cosa sono le rilevazioni contabili
- Che cos'è un sistema contabile
- Che cos'è un metodo contabile
- Che cos'è un conto
- Terminologia specifica che riguarda i conti

2 – Il metodo della partita doppia

- Qual è la prima regola del metodo della partita doppia
- Qual è la seconda regola del metodo della partita doppia
- Qual è la terza regola del metodo della partita doppia
- Qual è la quarta regola del metodo della partita doppia
- Che cos'è il piano dei conti
- Come si effettuano le registrazioni con il metodo della partita doppia

3- L'analisi delle operazioni di gestione

- Come si individuano le variazioni originate dalle operazioni di gestione
- Quali sono le variazioni derivanti dal finanziamento di capitale proprio
- Quali sono le variazioni derivanti dal finanziamento di capitale di debito
- Quali sono le variazioni derivanti dagli investimenti
- Quali sono le variazioni derivanti dai disinvestimenti

4- Gli acquisti e i relativi pagamenti

- Come si rilevano in partita doppia gli acquisti di beni di consumo e i servizi
- Come si rilevano in partita doppia gli acquisti tipici delle imprese turistiche
- Come si rilevano in partita doppia gli acquisti di beni di consumo e di servizi con costi accessori
- Come si rilevano in partita doppia gli acquisti di beni strumentali
- Come si rileva in partita doppia il pagamento delle fatture di acquisto

5- Le vendite e le relative riscossioni



- Come si rilevano in partita doppia le vendite delle imprese ricettive
- Come si rilevano in partita doppia le vendite delle ADV/TO
- Come si rileva in partita doppia la riscossione delle fatture di vendita
- Come si rileva in partita doppia la mancata riscossione delle fatture di vendita alla scadenza
- Come si rileva in partita doppia l'anticipo di una quota del prezzo da parte del clientela

6- I collaboratori dell'impresa

- Quali sono le tipologie di collaboratori dell'impresa
- Come si rilevano in partita doppia i compensi ai dipendenti
- Che cos'è la somministrazione di lavoro
- Come si rilevano in partita doppia i compensi ai lavoratori autonomi

7- I rapporti con le banche

- Quali rapporti vi sono tra imprese turistiche e banche
- Come si rileva in partita doppia l'incasso delle fatture con carta Bancomat e carta di credito
- Come si rileva in partita doppia lo smobilizzo di crediti rappresentati da fatture
- Come si rilevano in partita doppia le operazioni riguardanti un mutuo

8 – Le altre operazioni di gestione

- Come si rilevano in partita doppia la locazione e il noleggio
- Come si rileva in partita doppia il leasing
- Come si rilevano in partita doppia i costi relativi ai beni strumentali
- Come si rilevano in partita doppia la liquidazione e il versamento dell'IVA
- Come si rileva in partita doppia la mancata fruizione del servizio da parte di un cliente che ha versato una caparra confirmatoria

MODULO B

IL BILANCIO DELLE IMPRESE TURISTICHE

1 - Le scritture di assestamento

- Come si determina il risultato economico dell'attività aziendale
- Quando un ricavo e un costo sono di competenza dell'esercizio
- Qual è la funzione delle scritture di assestamento

2 – Le scritture di completamento e integrazione

- Quali sono le scritture di completamento
- Come si rilevano in partita doppia le fatture da emettere e da ricevere
- Come si rileva in partita doppia il trattamento di fine rapporto di lavoro (TFR)
- Quali sono le scritture di integrazione
- Come si rileva in partita doppia la svalutazione dei crediti
- Come si rilevano in partita doppia i ratei
- Come si rilevano in partita doppia gli accantonamenti ai fondi rischi e oneri

3 – Le scritture di rettifica

- Quali sono le scritture di rettifica
- Come si rilevano in partita doppia le rimanenze di magazzino
- Come si rilevano in partita doppia i risconti



- Come si determina la competenza dei costi e ricavi relativi alla vendita di un pacchetto turistico

4 - Le scritture di ammortamento

- Che cos'è l'ammortamento
- Come si rileva in partita doppia l'ammortamento
- Come si rilevano in partita doppia le vendite di beni strumentali

5 – La situazione contabile finale

- Che cos'è una situazione contabile
- Come si redige la Situazione economica finale
- Come si redige la Situazione patrimoniale finale

6 – Il bilancio d'esercizio

- Che cos'è il bilancio d'esercizio
- Quali sono lo schema e il contenuto dello Stato patrimoniale
- Quali sono lo schema e il contenuto del Conto economico

MODULO C

IL MARKETING DELLE IMPRESE TURISTICHE

1 - Il marketing

- Che cos'è il marketing
- Come si sono evoluti nel tempo i rapporti tra azienda e clienti
- Che cos'è la missione aziendale
- Il marketing delle aziende che forniscono servizi è diverso dal marketing delle aziende che producono beni

2 – L'analisi del mercato

- Che cos'è l'analisi SWOT
- In che cosa consiste l'ambiente di marketing
- Quali sono i soggetti che operano nel microambiente
- Quali sono le forze che agiscono nel macroambiente
- Che cosa sono le ricerche di mercato
- Quali sono i principali metodi applicati nelle ricerche di mercato

3 – La segmentazione e il posizionamento

- Perché è necessario segmentare il mercato
- Quali sono le variabili in base alle quali è possibile segmentare il mercato
- Che cos'è il mercato obiettivo
- Che cos'è il posizionamento
- Che cos'è la mappa di posizionamento

4 – Le strategie di marketing

- Quali sono gli obiettivi aziendali
- Quali sono le strategie possibili per raggiungere gli obiettivi aziendali
- Quali sono le possibili strategie di marketing
- Che cos'è il marketing mix



5 – Le leve del marketing mix: prodotto e prezzo

- Che cos'è un prodotto
- Che cos'è il portafoglio prodotti
- Che cos'è la marca
- Quali sono le politiche di prodotto
- Che cos'è il prezzo
- Quali sono le politiche di prezzo

6 – Le leve del marketing mix: posizione e promozione

- Che cos'è la posizione
- Quali sono le politiche di distribuzione
- Che cos'è la promozione
- Quali sono le politiche di promozione che utilizzano la vendita personale e la promozione in senso stretto
- Quali sono le politiche di promozione che utilizzano la pubblicità e le pubbliche relazioni

7 – Il ciclo di vita del prodotto

- Che cosa evidenzia il ciclo di vita del prodotto
- Quali sono le politiche di marketing in relazione al ciclo di vita del prodotto
- Qual è la funzione della matrice crescita/quota

8 – Il marketing relazionale

- Che cos'è il marketing relazionale
- Che cos'è la Customer Relationship Management
- Quali sono le strategie e gli strumenti del marketing relazionale
- Che cos'è il marketing diretto
- Che cos'è il web marketing
- Qual è il ruolo del marketing in tempo di crisi

Salò, 29/05/2024

Firma del docente

Paola Maria Galioto

*Firma autografa sostituita con
indicazione a stampa del nominativo
del soggetto responsabilità ai sensi del D.lgs. n. 39/1933, art. 3 c. 2*