

PROGRAMMA EFFETTIVAMENTE SVOLTO
(MATERIA: DISCIPLINE TURISTICO AZIENDALI)

Anno scolastico 2025/2026 Classe 4[^] sezione E TUR

Prof.ssa Pino Cinzia Anna

Libro di testo: Mondo turismo.

L'ATTIVITA' DELLE AGENZIE DI VIAGGIO

- IL VOUCHER
- I RAPPORTI TR LE ADV E LE IMPRESE TURISTICHE
- I RAPPORTI TR LE ADV E IL TOUR OPERATOR
- I RAPPORTI TR LE ADV E CLIENTE

CONTABILITA' DELLE IMPRESE AGENZIE DI VIAGGIO

- Le rilevazioni contabili
- Il metodo della partita doppia
- L'analisi delle operazioni di gestione
- Gli acquisti e i relativi pagamenti
- Le vendite e le relative riscossioni
- I collaboratori dell'impresa
- I rapporti con le banche
- Le altre operazioni di gestione

MODULO B - BILANCIO DELLE IMPRESE TURISTICHE

- Le scritture di assestamento
- Le scritture di completamento e integrazione
- Le scritture di rettifica
- La situazione contabile finale
- Il bilancio d'esercizio
- Riclassificazione del bilancio d'esercizio
- L'analisi di bilancio per indici
- L'analisi patrimoniale, finanziaria ed economica

MODULO C - MARKETING NELLE IMPRESE TURISTICHE

- La definizione di marketing

- La mission aziendale
- L'analisi del mercato
- analisi SWOT
- La segmentazione e il posizionamento
- Le strategie di marketing
- Le leve del marketing mix

Obiettivi minimi stabiliti in dipartimento sui quali verterà l'eventuale verifica di recupero

Argomento	Abilità	Conoscenze
Contabilità delle imprese turistiche	Le rilevazioni contabili Il metodo della partita doppia L'analisi delle operazioni di gestione Gli acquisti e i relativi pagamenti Le vendite e le relative riscossioni	Rilevazioni tipiche della contabilità delle imprese turistiche
Bilancio delle imprese turistiche	Le scritture di assestamento Le scritture di completamento e di integrazione Le scritture di rettifica Le scritture di ammortamento La situazione contabile finale	Leggere e interpretare il bilancio di esercizio di un'impresa turistica e i documenti collegati

	Il bilancio d'esercizio	
Marketing delle imprese turistiche .	Principi e teoria del marketing Marketing turistico operativo e strategico Le leve del marketing mix: prodotto e prezzo Il ciclo di vita del prodotto Il marketing relazionale	Analizzare la domanda turistica e individuare i potenziali target di clienti Analizzare i punti di contatto tra macro e micro marketing nel settore turistico

Roma 21/05/2026

Prof.ssa Pino Cinzia Anna