



ISTITUTO D'ISTRUZIONE SUPERIORE "CARLO PIAGGIA"

Amministrazione Finanza e Marketing - Turismo - Sistemi Informativi Aziendali
Liceo Scientifico ind. Sportivo - Liceo Artistico ind. Audiovisivo e Multimediale
Corso serale Amm.ne Finanza e Marketing

Via Giannessi, 5 - 55049 Viareggio (Lu) - Tel: 0584/38561 - Fax: 0584/3856250 - e-mail: luis023005@istruzione.it - luis023005@pec.istruzione.it

Cod. Mecc. LUIS023005 Cod. Fiscale 91048190465

Programma svolto A.S. 2025/2026 di Discipline Turistiche e Aziendali, 5 TUR

1. Il pacchetto turistico e i viaggi "leisure"

- A. I servizi turistici di alloggio, trasporto, accoglienza, accesso e la definizione di pacchetto turistico.
- B. L'attività dei tour operator: classificazioni, la produzione di pacchetti a catalogo, la produzione di pacchetti a domanda.
- C. Le fasi del ciclo operativo del pacchetto turistico a catalogo: ideazione, sviluppo, pricing, redazione del programma (itinerario analitici), marketing e vendita, gestione del viaggio, controllo.
- D. Lo sviluppo e l'acquisto, dai fornitori, di servizi turistici: contratto di allotment con "data di release", contratto vuoto per pieno, contratto isolato con prezzo confidenziale; tecniche di calcolo (sopracento e sottocento) della commissione.
- E. Il pricing del pacchetto turistico: classificazioni dei costi per oggetto (diretti e indiretti, specifici e comuni, fissi e variabili); il full costing, il mark up e le configurazioni di costo (primo, complessivo, economici-tecnico); il direct costing e la break even analysis con diagramma di redditività.
- F. La redazione del programma o itinerario analitico: date, orari, luoghi, mezzi di trasporto, servizi turistici offerti e facoltativi, importi.
- G. Vendita e distribuzione dei pacchetti turistici: i canali diretti e indiretti (ADV), il catalogo, le strategie promozionali (last minute, last second, advance booking, formula roulette).
- H. L'attività di produzione di pacchetti turistici a domanda del tour organizer e agenzia di viaggi.

2. Il business travel

- A. I viaggi di lavoro (spostamenti), il settore MICE e gli eventi aggregativi.
- B. Le fasi di produzione dell'organizzazione del pacchetto turistico congressuale: la redazione del programma, la scelta dei fornitori dei servizi turistici e la programmazione del budget, le attività di svolgimento del congresso, il controllo e la soddisfazione del cliente.

3. Cenni al marketing territoriale, sostenibilità ambientale e responsabilità sociale (overtourism)

4. La pianificazione strategica, la programmazione, il controllo di gestione.

- A. La pianificazione strategica pluriennale: definizione dell'identità aziendale (vision, mission, valori), fase di analisi (domanda, ambiente esterno specifico e generale, ambiente interno) e il modello delle 5 forze di M. Porter, la catena del valore, il vantaggio competitivo; gli strumenti di analisi come la matrice SWOT e la matrice BCG.
- B. Gli obiettivi strategici pluriennali: l'espansione, il mantenimento, il risanamento; la matrice di Ansoff; le aree strategiche d'affari e il modello di Abell; la matrice GE, fattori di attrattività del

settore e fattori di competitività del settore.

- C. La redazione del business plan: la sintesi preliminare e la descrizione dell'impresa turistica, i prodotti e i servizi offerti, il piano di marketing (analisi, segmentazione, posizionamento, marketing mix) e il piano operativo.
- D. L'analisi finanziaria del business plan: il prospetto economico pluriennale con configurazione a valore aggiunto, il prospetto patrimoniale pluriennale riclassificato a criteri finanziari, alcuni indici di solidità strutturale, di solvibilità finanziaria, di redditività economica (ROI, ROE, ROD, leverage).
- E. La programmazione tattica annuale e la redazione del budget: budget delle vendite e dei costi commerciali, budget della produzione-progettazione e budget della produzione-erogazione, budget dei costi amministrativi, budget di tesoreria, budget economico generale con configurazione a costo del venduto.

Questa programmazione è copia conforme del documento cartaceo contenente le firme degli studenti archiviato presso la segreteria.

Il docente

Gli studenti
