

ISTITUTO TECNICO COMMERCIALE E PER IL TURISMO F. BESTA RAGUSA

Programma svolto di Discipline turistiche e aziendali

Anno scolastico 2025/2026

Classe 4 TUR

Testo: Scelta Turismo up 2 - Giorgio Campagna, Vito Loconsole – ED: Tramontana Rizzoli Education

Modulo A: Contabilità delle imprese turistiche

UNITA' 1 Le rilevazioni contabili

- 1 Rilevazioni contabili
- 2 Sistema contabile
- 3 Metodo contabile
- 4 I conti
- 5 Terminologia relativa ai conti

UNITA'2 Metodo della partita doppia

- 1 Regole della Partita doppia
- 2 Piano dei conti
- 3 Modalità di registrazioni con il metodo della partita doppia

UNITA'3 Analisi delle operazioni di gestione

- 1 Individuazione delle variazioni originate dalle operazioni di gestione
- 2 Variazioni derivanti dal finanziamento di capitale proprio
- 3 Variazioni derivanti dal finanziamento del capitale di debito
- 4 Variazioni derivanti dagli investimenti
- 5 Variazioni derivanti dai disinvestimenti

UNITA' 4 Acquisti e i relativi pagamenti

- 1 Rilevazione in partita doppia degli acquisti di beni e servizio
- 2 Rilevazione in partita doppia di acquisti tipici di imprese turistiche
- 3 Rilevazione in partita doppia di acquisti di beni di consumo e servizi con costi accessori
- 4 Rilevazione in partita doppia di acquisti di beni strumentali
- 5 Rilevazione in partita doppia di pagamento delle fatture di acquisto

UNITA' 5 Vendite e relative riscossioni

- 1 Rilevazione in partita doppia di vendite nelle imprese ricettive
- 2 Rilevazione in partita doppia di vendite delle ADV/TO
- 3 Rilevazione in partita doppia della riscossione delle fatture di vendita
- 4 Rilevazione in partita doppia della mancata riscossione delle fatture di vendita alla scadenza

UNITA' 6 I collaboratori delle imprese

- 1 Tipologie di collaboratori di un'impresa
- 2 Rilevazione in partita doppia dei compensi ai dipendenti
- 3 Rilevazione in partita doppia dei compensi ai lavoratori autonomi

UNITA'8 Altre operazioni di gestione

- 1 Rilevazione in partita doppia della locazione
- 2 Leasing (generalità)
- 3 Rilevazione in partita doppia dei beni strumentali
- 4 Rilevazione in partita doppia della liquidazione e del versamento dell'IVA

Modulo B Bilancio delle imprese turistiche

UNITA'1 Le scritture di assestamento

- 1 Come si determina il risultato economico dell'attività aziendale
- 2 Costi e ricavi di competenza dell'esercizio
- 3 Funzione delle scritture di assestamento

UNITA'2 Scritture di completamento e di integrazione

- 1 Quali sono le scritture di completamento
- 2 Rilevazione in partita doppia delle competenze maturate sui c/c
- 3 Rilevazione in partita doppia delle fatture da emettere e da ricevere
- 4 Rilevazione in partita doppia del TFR
- 5 Rilevazione in partita doppia delle imposte di competenza
- 6 Cosa sono le scritture di integrazione
- 7 Rilevazione in partita doppia della svalutazione dei crediti
- 8 Rilevazione in partita doppia dei ratei
- 9 Rilevazione in partita doppia degli accantonamenti ai fondi rischi e oneri

UNITA'3 Scritture di rettifica

- 1 Scritture di rettifica
- 2 Rilevazione in partita doppia delle rimanenze di magazzino
- 3 Rilevazione in partita doppia dei risconti
- 4 Competenza dei costi e ricavi relativi alla vendita di un pacchetto turistico

UNITA' 4 Scritture di ammortamento

- 1 Cos'è l'ammortamento
- 2 Rilevazione in partita doppia dell'ammortamento
- 3 Rilevazione in partita doppia delle vendite di beni strumentali

UNITA'5 Situazione contabile finale

Lettura di una situazione contabile economica e patrimoniale

UNITA'6 Bilancio di esercizio

- 1 Bilancio d'esercizio
- 2 Schema e contenuto dello Stato patrimoniale
- 3 Schema e contenuto del Conto economico

UNITA'7 Analisi di bilancio per indici

- 1 A cosa serve l'analisi di bilancio per indici
- 2 Riclassificazione dello Stato patrimoniale
- 3 Riclassificazione del conto economico

UNITA' 8 Analisi patrimoniale, finanziaria ed economica

- 1 Principali indici patrimoniali
- 2 Principali indici economici
- 3 Principali indici finanziari

Modulo C Marketing delle imprese turistiche

UNITA'1 Marketing

- 1 Cos'è il marketing
- 2 Evoluzione nel tempo dei rapporti aziende-clienti
- 3 Mission aziendale
- 4.marketing delle aziende di servizi

UNITA'2 Analisi di mercato

- 1 Analisi SWOT
- 2 Ambiente di marketing
- 3 Soggetti che operano nel microambiente
- 4 Soggetti che operano nel macroambiente

UNITA'3. Segmentazione e posizionamento

- 1 Segmentazione del mercato
- 2 Variabili che intervengono nella segmentazione del mercato
- 3 Mercato obiettivo
- 4 Posizionamento

UNITA' 4 Le strategie di marketing

- 1 Obiettivi aziendali
- 2 Strategie aziendali di raggiungimento degli obiettivi
- 3 Strategie di marketing
- 4 Marketing mix

UNITA'5 Le leve di marketing mix: prezzo e prodotto

- 1 Prodotto
- 2 Portafoglio prodotti
- 3 Marca
- 4 Politiche di prodotto
- 5 Prezzo
- 6 Politiche di prezzo

UNITA'6 Le leve del marketing mix: posizione e promozione

- 1 Cos'è la posizione
- 2 Politiche di distribuzione
- 3 Promozione
- 4 Politiche di promozione
- 5 Pubblicità e pubbliche relazioni

Unità 7 Il ciclo di vita del prodotto

- 1 Che cosa evidenzia il ciclo di vita del prodotto
- 2 Quali sono le politiche di marketing in relazione al ciclo di vita del prodotto.

Educazione civica: Il lavoro.