

MATERIA : DISCIPLINE TURISTICHE E AZIENDALI

DOCENTE : GIUSEPPE CORSARO

Classe 4^B Corso Turistico

– a.s. 2015/2016

Testi utilizzati: N. Agusani, F. Cammisa, P. Matrisciano Tomo B "L'azienda turismo"
per il secondo biennio Scuola & Azienda

Unità 1 L'impresa e le società

1. L'azienda e l'impresa
2. La classificazione delle imprese
3. La forma giuridica delle imprese
4. Le società di persone
5. Le società di capitali
6. Le società cooperative

Unità 2 Le risorse umane e i rapporti di lavoro

1. La gestione del personale nelle imprese turistiche
2. La ricerca e la selezione del personale
3. L'assunzione e il contratto di lavoro subordinato
4. I contratti atipici
5. La formazione
6. I sistemi retributivi e gli elementi della retribuzione
7. Le ritenute previdenziali
8. La contabilità del personale
9. La liquidazione del TFR

Unità 3 la gestione aziendale e il sistema informativo

1. La gestione aziendale
2. Il sistema informativo
3. Il sistema informativo non contabile
4. Il sistema informativo contabile

Unità 4 Patrimonio e reddito: i risultati della gestione aziendale

1. Il patrimonio aziendale
2. La valutazione dei beni patrimoniali
3. L'inventario
4. Il reddito d'esercizio
5. Le rimanenze e gli ammortamenti
6. I ratei e i risconti
7. La formazione del patrimonio e del reddito

Unità 7 La gestione finanziaria

1. La funzione finanziaria
2. Le fonti di finanziamento
3. I finanziamenti bancari
4. I finanziamenti dal mercato
5. I finanziamenti pubblici
6. Il private equity
7. Il factoring
8. Il leasing
9. Le tipologie di leasing

Unità 6 La contabilità delle imprese turistiche

1. Il sistema informativo e le rilevazioni aziendali
2. I conti
3. I sistemi contabili e la partita doppia
4. La prima nota, il libro giornale e il libro mastro
5. Il piano dei conti
6. La contabilità dei tour operator
7. La contabilità delle agenzie di viaggi
8. La contabilità delle imprese ricettive

Unità 8 Il marketing

1. Le funzioni del marketing
2. Il marketing management
3. L'analisi di mercato
4. Le ricerche di marketing
5. La segmentazione del mercato
6. Il targeting e il posizionamento
7. Il marketing mix e la politica di prodotto
8. La politica del prezzo
9. La politica di distribuzione
10. La politica promozione

Inveruno, 29/05/2016

Gli alunni

Il docente

Prof. Giuseppe Corsaro