



## UNIVERSITÀ DI PISA

### PIANIFICAZIONE E CONTROLLO DELL'AZIENDA TURISTICA

**DANIELE D'AMATO**

Anno accademico

2021/22

CdS

PROGETTAZIONE E GESTIONE DEI  
SISTEMI TURISTICI MEDITERRANEI

Codice

299PP

CFU

9

Moduli	Settore/i	Tipo	Ore	Docente/i
PIANIFICAZIONE E CONTROLLO DELL'AZIENDA TURISTICA- MODULO I	SECS-P/07	LEZIONI	72	DANIELE D'AMATO VALENTINA FERRUCCI

#### Obiettivi di apprendimento

##### *Conoscenze*

La conduzione d'impresa nel comparto turistico pretende capacità di pianificazione e controllo delle performance economico / finanziarie. Nello specifico, tour operator, agenzie di viaggi, alberghi e gli altri protagonisti dell'arena competitiva devono saper re-interpretare i propri dati amministrativi, superando i limiti di comunicazione del bilancio civilistico e della contabilità generale. Il corso, dopo aver introdotto i principali strumenti per la pianificazione e per il controllo dell'impresa turistica, mira ad approfondirne il funzionamento e la lettura dei risultati.

#### Argomenti del corso:

##### PARTE 1) La pianificazione nell'impresa turistica

- 1.1 La pianificazione: aspetti strategici ed operativi
- 1.2 Il processo di pianificazione operativa
- 1.3 Il piano operativo
  - 1.3.1 Il Business Plan
  - 1.3.2 Il Budget ( processo di Budgeting )
    - 1.3.2.1 Caratteristiche e funzioni
    - 1.3.2.2 Tipologie: i budget settoriali
    - 1.3.2.3 Consolidamento dei budget settoriali: il master budget
- 1.4 Approfondimenti e casi aziendali

##### PARTE 2) Il controllo di gestione nell'impresa turistica

- 2.1 Approccio sistemico al controllo di gestione
- 2.2 Struttura organizzativa e centri di responsabilità
- 2.3 Struttura tecnico-contabile
- 2.4 Strumenti
  - 2.4.1 La contabilità analitica
    - 2.4.1.1 Classificazioni dei costi
    - 2.4.1.2 Configurazioni di costo
    - 2.4.1.3 Analisi dei costi: BreakEvenAnalysis
  - 2.4.2 Il budget d'esercizio: analisi degli scostamenti
  - 2.4.3 Activity based management / Activity based costing
- 2.5 Approfondimenti e casi aziendali

\*\*\*

In questa parte del corso, si approfondisce l'applicazione nel settore turistico della programmazione e della pianificazione strategica al marketing. Ciò sia in aziende turistiche, sia nel caso di un territorio o destinazione, con cenni a strumenti, leve operative, obiettivi e indici di performance.

Esempi pratici con analisi di dati. Case studies: l'impresa turistica dell'edutainment e progetti/prodotti di marketing territoriale.

##### **1.La pianificazione di marketing nell'impresa turistica**

- a.Impresa turistica: definizione e tipologie
- b.Marketing turistico: definizione e strumenti
- c. Obiettivi e indici di performance
- d.Piano marketing turistico: definizione, processi ed esempi

##### **2.La pianificazione di marketing nel territorio e nella destinazione**



## UNIVERSITÀ DI PISA

---

- a. Territorio e Destinazione: definizione, aspetti, attori
- b. Marketing territoriale e Destination Marketing: concetto e strumenti
- c. Obiettivi e indici di performance
- d. Piano marketing territoriale: definizione, processi ed esempi
- e. Piano destination marketing: definizione, processi ed esempi

3. Geomarketing, analisi bacini gravitazionali, lettura dei dati del piano marketing

4. La pianificazione della comunicazione nel turismo

5. Case Study

- a. Marketing nell'impresa turistica dell'edutainment: Il Caso Acquario di Livorno Costa Edutainment
- b. Territorial & Destination Marketing: il Caso dei Borghi Autentici, il Cous Cous Fest e il Paniere dei Prodotti Tipici

### *Modalità di verifica delle conoscenze*

Esame orale al termine del corso

*Ultimo aggiornamento 19/02/2022 17:43*