



PARTE PRIMA PIANIFICAZIONE, PROGRAMMAZIONE E CONTROLLO DELL'AZIENDA TURISTICA

MODULO 1: LA PIANIFICAZIONE AZIENDALE 12

1.1 Il consumatore al centro delle scelte aziendali 13





- Il ruolo della domanda nel processo di pianificazione aziendale 13
- Le dinamiche e le tendenze del mercato turistico 14
 - Il turismo esperienziale 15
 - Il turismo culturale 16
 - Il turismo sostenibile 17
 - Il turismo sociale 18
- Il turismo integrato 19
-  Consumer behaviour 21
 - Short-answer test 22
-  In sintesi 23
-  Test di autovalutazione 24
-  Esercizi 26

1.2 Il processo di pianificazione e programmazione aziendale 30






- Il sistema di pianificazione, programmazione e controllo 30
- Pianificazione e programmazione 30
- Il processo di pianificazione, programmazione e controllo 32
- L'analisi della situazione di partenza: l'ambiente esterno e l'ambiente interno 32
 - L'analisi dell'ambiente esterno: il macroambiente e il microambiente 32
-  La PEST analysis 34
 - L'analisi dell'ambiente interno 36
- Definizione della mission, della vision e degli obiettivi strategici generali 38
- La formulazione delle strategie 39
-  L'Area Strategica d'Affari (ASA) 40
 - Principali orientamenti strategici 41

- La redazione del piano strategico 42
- La programmazione e l'esecuzione del piano 43
- Il controllo 43
 - Team work!
 - Il caso studio Accor: analisi SWOT 44







-  The importance of planning in an organization .. 46
- Speed-reading test 47
-  In sintesi 48
- Test di autovalutazione  50
-  Esercizi 52




1.3 La redazione del piano strategico 55

- Il piano 55
- Il business plan 61
- L'approvazione, l'esecuzione e la flessibilità del piano 62
-  What is a Business Plan? 64
 - True-false and matching type test 65
-  In sintesi 66
- Test di autovalutazione  67
-  Esercizi 69
-  Business English short vocabulary on planning 71

MODULO 2 IL CONTROLLO DI GESTIONE 72

2.4 Il processo di controllo 73

- Il controllo di gestione 73
 - Vantaggi dell'attività di controllo 74
 - Svantaggi dell'attività di controllo 74
- Le fasi del processo di controllo 74
- Il budget 75
- La misurazione e il reporting 75
- La valutazione dei risultati raggiunti... 76
-  Management Control 78
 - Matching type test 79
-  In sintesi 80
- Test di autovalutazione  81
-  Esercizi 83

2.5 La redazione del budget	84
○ La composizione del budget aziendale...	84
○ Le principali funzioni del budget	85
○ La redazione del budget economico nelle aziende ricettive	86
○ La redazione del budget economico nelle imprese di viaggi	93
○ L'analisi degli scostamenti	93
 Budgeting Basics	97
Short-answer test.....	98
 In sintesi	99
Test di autovalutazione 	100
 Esercizi	102
 Business English short vocabulary on management control	104


PARTE SECONDA IL MARKETING DELL'AZIENDA TURISTICA

MODULO 3: IL MARKETING STRATEGICO 106

3.6 Sviluppo e ruolo del marketing	107
○ Definizione di marketing	107
 L'evoluzione del concetto di marketing.....	108
○ Azienda e mercato	108
- Orientamento alla produzione.....	109
- Orientamento alla vendita	109
- Orientamento al mercato.....	110
- Orientamento al cliente	110
○ Marketing territoriale	111
○ Nuove tendenze del marketing.....	112
- Co-marketing.....	112
- Marketing sociale	112
 Il Cause Related Marketing.....	113
- Marketing relazionale	113
- Marketing non convenzionale	113
- Marketing tribale	114
- Green marketing.....	115
 A marketing mantra	116
Completion and matching type test.....	116

 In sintesi	117
Test di autovalutazione 	118
 Esercizi	120

3.7 Il marketing strategico..... 121

○ Il marketing strategico.....	121
○ Bisogni e desideri del consumatore	121
○ Tipologie di mercato	123
○ La segmentazione della domanda	123
 La segmentazione del mercato turistico.....	125
○ Le strategie di targeting.....	126
- Strategia di targeting indifferenziato	126
- Strategia di targeting differenziato	126
- Strategia di targeting concentrato	126
○ Il posizionamento.....	127


 An extract from a British newspaper	128
Translating activity.....	128

 Market analysis.....	129
Completion and matching type test.....	130


 In sintesi	131
Test di autovalutazione 	132
 Esercizi	134


3.8 Le ricerche di mercato..... 136

○ Le ricerche di mercato	136
○ I metodi d'indagine.....	137
○ Il piano dell'indagine	138

 Hotel market research & feasibility study.....	139
Short-answer test.....	141

 In sintesi	142
Test di autovalutazione 	143




 Esercizi	145
--	-----

 Business English short vocabulary on strategic marketing	146
---	-----

MODULO 4: IL MARKETING OPERATIVO..... 147

4.9 Il marketing mix 148

○ Definizione.....	148
○ Il marketing mix dei servizi.....	149

	Definition of services marketing	154
	True-false test	155
	In sintesi	156
	Test di autovalutazione 	157

4.10 La politica del prodotto..... 159

○	Il prodotto	159
○	Il ciclo di vita del prodotto	159
-	Introduzione	160
-	Sviluppo	160
-	Maturità	161
-	Declino.....	161

Il ciclo di vita della destinazione turistica..... 162

○	Strategie di marketing e ciclo di vita del prodotto	163
-	Introduzione	163
-	Sviluppo	163
-	Maturità	164
-	Declino.....	164
○	La matrice BCG	164
○	Il prodotto turistico	166

Destination products and experiences 169

True-false test	171
-----------------------	-----

In sintesi

Test di autovalutazione 	174
---	-----

Esercizi

	176
--	-----

4.11 La politica del prezzo..... 180

○	Il prezzo e gli obiettivi aziendali	180
○	La determinazione del prezzo.....	180

Forme di mercato e politiche del prezzo..... 182

○	Le politiche del prezzo.....	182
---	------------------------------	-----

Le principali tariffe scontate del settore ricettivo

	185
--	-----

○	Lo yield management.....	185
---	--------------------------	-----

Ideas for hotel revenue management 188

Speed-reading and short-answer test	189
---	-----

In sintesi

Test di autovalutazione 	191
---	-----

Esercizi

	193
--	-----

4.12 La politica di distribuzione del prodotto 195

○	La distribuzione dei prodotti.....	195
○	La distribuzione del “prodotto” turistico	197

Il Global Distribution System..... 198

10 tips to sharpen your hotel distribution strategy

	199
--	-----

True-false-not given test.....	200
--------------------------------	-----

In sintesi

Test di autovalutazione 	202
---	-----

4.13 La politica di comunicazione 204

○	La comunicazione nell’ambito del marketing.....	204
---	---	-----

Gli elementi della comunicazione

○	Il mix promozionale.....	205
---	--------------------------	-----

-	La pubblicità	205
---	---------------------	-----

-	La promozione delle vendite	207
---	-----------------------------------	-----

-	Le pubbliche relazioni.....	208
---	-----------------------------	-----

-	Il direct marketing	208
---	---------------------------	-----

-	La vendita personale	209
---	----------------------------	-----

○	La comunicazione nelle aziende turistiche	209
---	---	-----

Promotional strategies in hotels

Multiple-choice test	212
----------------------------	-----

In sintesi.....

Test di autovalutazione 	215
---	-----

Esercizi

	217
--	-----

4.14 Il web marketing 220

○	Il web.....	220
---	-------------	-----

○	Il web marketing.....	220
---	-----------------------	-----

○	Gli strumenti del web marketing	221
---	---------------------------------------	-----

Il Web Marketing Manager.....

○	Il web marketing nell’azienda turistica..	224
---	---	-----

The importance of integrated hotel online marketing strategies.....

	226
--	-----

Completion type test.....	227
---------------------------	-----

In sintesi.....

	228
--	-----

Indice





Test di autovalutazione 	229
 Esercizi	231
4.15 Il piano di marketing	233
○ Il piano di marketing	233
○ Contenuti del piano di marketing	233
- Situazione attuale di marketing	233
- Analisi SWOT	234
- Individuazione degli obiettivi del piano	234
- Definizione delle strategie di marketing	234
- Definizione del mix di marketing	234
- Elaborazione del budget di marketing	235
- Controllo	235
 Team work!	
Il caso studio Heathrow Windsor	
Marriott Hotel	240
 Hotel marketing plan	243
Speaking activity	245
Writing test	245
 In sintesi	246
Test di autovalutazione 	247
 Esercizi	249
 Business English short vocabulary on operational marketing	250

PARTE TERZA NORMATIVA RELATIVA AI CONTRATTI DEL SETTORE TURISTICO






MODULO 5: CONTRATTI DEL SETTORE TURISTICO 252

5.16 Il contratto di viaggio	253
○ Il contratto di viaggio	253
○ La normativa in materia di contratto di viaggio nella C.C.V.	254

- Il contratto di organizzazione di viaggi	254
- Il contratto di intermediazione di viaggi	255
○ Il contratto di vendita di pacchetti turistici	256
- Ambito di applicazione	257
- Soggetti	257
- Pacchetto turistico	257
- Forma e contenuto del contratto	258
- Informazione del turista	258
- La cessione del contratto	260
- La revisione del prezzo	261
- Modifiche delle condizioni contrattuali	261
- Diritti del turista in caso di recesso o annullamento del servizio	261
- La responsabilità per danni	262

 How to organise package tours	263
Matching type and short-answer test	265
 In sintesi	266
Test di autovalutazione 	267
 Esercizi	269

5.17 Il contratto di trasporto	270
○ Il sistema dei trasporti	270
○ Il contratto di trasporto	271
○ Il contratto di trasporto stradale di persone	271
○ Il contratto di crociera turistica	273
○ Il contratto di trasporto marittimo di persone	274
○ Il contratto di trasporto aereo di persone	277
○ Il contratto di trasporto ferroviario	278

 What is a contract of carriage?	280
Multiple choice test	281
 In sintesi	282
Test di autovalutazione 	283
 Esercizi	285
 Business English short vocabulary on travel and carriage contracts	286