

	Istituto Professionale di Stato per i Servizi Alberghieri e della Ristorazione "Giovanni Marchitelli" Via Roma, 22/bis - 66047 VILLA SANTA MARIA (CH) - C.F. 81001840693 Centralino 0872.944422 - Fax 0872-940561 CHRH01000N@istruzione.it - CHRH01000N@pec.istruzione.it - www.istitutoalberghierovillasantamaria.edu.it	
	DGR N. 840 del 20/10/2015 Fondo Sviluppo e Coesione delibera Cipe 95/2012 Par FSC Regione Abruzzo Cup F66J16000420002	

Anno Scolastico 2022/2023
PROGRAMMA SVOLTO DI
LABORATORIO DI ACCOGLIENZA TURISTICA
CLASSE V AT
Prof.ssa Annamaria Piccoli

TESTO: NUOVO HOTEL ITALIA, vol. 5, Giani, D'Amico, De Rinaldis, ed. Le Monnier

IL TURISMO:

Il turismo moderno:

L'evoluzione del turismo moderno; Il turismo del XXI secolo;

Turismo e diritto:

Turismo e costituzione; La regolamentazione del turismo;

Turismo e diversità:

L'incontro tra diversità nel turismo; Il turismo culturale inclusivo.

PROGETTAZIONE E AVVIO DELL'IMPRESA RICETTIVA:

Diventare imprenditori dell'ospitalità:

L'attitudine imprenditoriale; l'idea imprenditoriale; Il prodotto alberghiero;

Il business model:

dall'idea imprenditoriale al business model; Il business model canvas;

L'apertura dell'impresa:

Le forme giuridiche di impresa; L'imprenditoria femminile; La registrazione dell'impresa; La sicurezza in azienda.

IL MARKETING IN HOTEL:

Marketing e turismo:

Il marketing; Il mercato turistico; Il marketing turistico;

Il marketing analitico e strategico:

Le attività di marketing; Il marketing analitico; Il marketing strategico;

Il marketing operativo:

Il marketing mix; Il modello delle 7P; il modello delle 6C; Il controllo dei risultati;

Il marketing plan:

Dal business plan al marketing plan; La stesura del marketing plan;

Il marketing al front office:

Il turista di oggi; L'addetto al front office di oggi; La comunicazione al front office; Le tecniche di vendita al front office.

IL MARKETING TERRITORIALE:

Marketing e territorio:

I fondamenti del marketing territoriale; Il marketing territoriale analitico; Il marketing territoriale strategico; Il marketing territoriale operativo.

Il piano di marketing territoriale:

Finalità e struttura; La sezione analitica; La sezione strategica; La sezione operativa.

IL MARKETING DIGITALE PER L'HOTEL E IL TERRITORIO:

Il web e il digital marketing:

Il digital marketing e i suoi strumenti; La web reputation; La strategia di marketing digitale;

I canali distributivi online:

La scelta del canale distributivo; La distribuzione diretta – il sito aziendale; La distribuzione indiretta.

IL REVENUE MANAGEMENT:

Il revenue management e l'albergo:

L'origine del revenue management; Le strategie di revenue management; Il processo di revenue management;

Gli indicatori di performance in albergo:

L'utilità degli indicatori; Gli indicatori di occupazione e fatturato; Gli indicatori di costo; Gli indicatori di mercato;

La segmentazione e il pricing:

La segmentazione; La previsione della domanda; il pricing.

LA QUALITÀ NEL SETTORE RICETTIVO:

La qualità alberghiera:

La qualità totale; La qualità in albergo;

Certificazioni e marchi di qualità alberghiera:

Le certificazioni di qualità; I marchi di qualità.

Villa Santa Maria, 10/05/2023

Il docente: prof.ssa Annamaria Piccoli



Gli alunni:

