

1. IL MERCATO TURISTICO NEL TERZO MILLENNIO.
2. I CAMBIAMENTI NEL SETTORE DEL TURISMO.
3. L'EPOCA DELLA DIGITALIZZAZIONE E GLI EFFETTI DELLA STESSA SUL RAPPORTO
IMPRESA-CLIENTE NEL SETTORE DEL TURISMO
4. LA PROGRAMMAZIONE AZIENDALE: OBIETTIVI E TECNICHE DI
PROGRAMMAZIONE.
5. IL BUSINESS PLAN. METODOLOGIE DI REDAZIONE. LA VALENZA DEL BUSINESS
PLAN QUALE STRUMENTO PRINCIPALE DI PROGRAMMAZIONE E CONTROLLO
DELLE IMPRESE TURISTICHE.
6. L'ANALISI DELLA CONCORRENZA E DELL'AMBIENTE QUALE ELEMENTO DI
CONDIZIONAMENTO ESOGENO DELLA STRATEGIA AZIENDALE.
7. IL BUDGET DELLE IMPRESE TURISTICHE. L'APPLICAZIONE DEL BUDGET QUALE
STRUMENTO DI CONTROLLO E PIANIFICAZIONE AZIENDALE.
8. L'APPLICAZIONE DEL BUDGET AI DIVERSI SOGGETTI OPERANTI NEL SETTORE
TURISTICO.
9. IL BUDGET DELLE IMPRESE RICETTIVE ALBERGHIERE
10. IL BUDGETO DELLE IMPRESE RICETTIVE EXTRALBERGHIERE.

11.IL BUDGET DEI TOUR OPERATORS, DELLE AGENZIE DI VIAGGI.

12.LE PROSPETTIVE DI STRATEGIA DELLE IMPRESE TURISTICHE IN SITUAZIONE DI CAMBIAMENTO DEL MERCATO DI RIFERIMENTO.

13.IL MARKETING TERRITORIALE

14.GLI INCENTIVI ALL'ATTIVITA' TURISTICA IN PERIODO DI EMERGENZA SANITARIA

15.LA VALORIZZAZIONE DEL MARKETING TERRITORIALE E LA REDAZIONE DI ITINERARI TEMATICI: IL CASO DELLA ITTA' DI SIENA.

16.IL TURISMO DI PROSSIMITA', CARATTERISTICHE E MODALITA' DI OFFERTA.

SIENA 5 GIUGNO 2026

IL DOCENTE