



SCHEDA PER LA PROGRAMMAZIONE DELLE ATTIVITA' DIDATTICHE

Modulo dipartimento

I.I.S. "Abba – Ballini" – Brescia		
Anno scolastico 2019 / 2020		
Materia	Classe	Disciplina
ECONOMIA AZIENDALE e GEO POLITICA	QUARTA	INDIRIZZO TURISMO (4 ORE settimanali 132 ORE annue)
Risultati di apprendimento da raggiungere-competenze		
<ul style="list-style-type: none">– Utilizzare il patrimonio lessicale ed espressivo della lingua italiana secondo le esigenze comunicative nei vari contesti: sociali, culturali, scientifici, economici, tecnologici.– Stabilire collegamenti tra le tradizioni culturali locali, nazionali e internazionali, sia in una prospettiva interculturale sia ai fini della mobilità di studio e di lavoro.– Utilizzare gli strumenti culturali e metodologici per porsi con atteggiamento razionale, critico e responsabile di fronte alla realtà, ai suoi fenomeni, ai suoi problemi, anche ai fini dell'apprendimento permanente.– Riconoscere gli aspetti geografici, ecologici, territoriali dell'ambiente naturale ed antropico, le connessioni con le strutture demografiche, economiche, sociali, culturali e le trasformazioni intervenute nel corso del tempo.– Riconoscere il valore e le potenzialità dei beni artistici e ambientali, per una loro corretta fruizione e valorizzazione.– Padroneggiare la lingua inglese e, ove prevista, un'altra lingua comunitaria per scopi comunicativi ove prevista, un'altra lingua comunitaria per scopi comunicativi e utilizzare i linguaggi settoriali relativi ai percorsi di studio, per interagire in diversi ambiti e contesti professionali, al livello B2 del quadro comune europeo di riferimento per le lingue (QCER).– Analizzare il valore, i limiti e i rischi delle varie soluzioni tecniche per la vita sociale e culturale con particolare attenzione alla sicurezza nei luoghi di vita e di lavoro, alla tutela della persona, dell'ambiente e del territorio.– Individuare e utilizzare gli strumenti di comunicazione e di team working più appropriati per intervenire nei contesti organizzativi e professionali di riferimento.– Utilizzare le reti e gli strumenti informatici nelle attività di studio, ricerca e approfondimento disciplinare.– Identificare e applicare le metodologie e le tecniche della gestione per progetti.– Redigere relazioni tecniche e documentare le attività individuali e di gruppo relative a situazioni professionali		

Argomenti	Competenze	Conoscenze	Abilità
Modulo A Contabilità delle imprese turistiche	<ul style="list-style-type: none"> – Interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi di gestione e flussi informativi 	<ul style="list-style-type: none"> – Rilevazioni tipiche della contabilità delle imprese turistiche. 	<ul style="list-style-type: none"> – Individuare le procedure che caratterizzano la gestione delle aziende turistiche, rappresentarne i processi e i flussi informativi. – Gestire le rilevazioni elementari e saperle collocare nei programmi di contabilità integrata
Modulo 2 Bilancio d'esercizio delle imprese turistiche	<ul style="list-style-type: none"> – Redigere relazioni tecniche e documentare le attività individuali e di gruppo relative a situazioni professionali. – Individuare e accedere alla normativa pubblicistica, civilistica, fiscale con particolare riferimento a quella del settore turistico. – Gestire il sistema delle rilevazioni aziendali con l'ausilio di programmi di contabilità integrata specifici per le aziende del settore turistico 	<ul style="list-style-type: none"> – Bilancio d'esercizio e documenti collegati. 	<ul style="list-style-type: none"> Leggere e interpretare il bilancio di esercizio di un'impresa turistica e i documenti collegati.
Modulo 3 Il marketing nel turismo	<ul style="list-style-type: none"> – Utilizzare gli strumenti di marketing in differenti casi e contesti. – Identificare e applicare le metodologie e le tecniche della gestione per progetti. – Riconoscere ed interpretare: le tendenze dei mercati locali nazionali e globali anche per coglierne le ripercussioni nel contesto turistico; i macrofenomeni socioeconomici globali in termini generali e specifici dell'impresa turistica. – Contribuire a realizzare piani di marketing con riferimento a specifiche tipologie di imprese o prodotti turistici. – Principi 	<ul style="list-style-type: none"> – Principi e teoria del marketing. – Marketing turistico operativo e strategico. – Tecniche, metodologie e strumenti di marketing. – Comunicazione con il cliente. 	<ul style="list-style-type: none"> – Analizzare la domanda turistica ed individuare i potenziali target di clienti. – Analizzare i punti di contatto tra macro e micro marketing nel settore turistico. – Individuare forme di promozione e commercializzazione adeguate ai diversi mercati sulla base delle risorse disponibili. – Utilizzare strumenti di supporto alla programmazione turistica territoriale. – Curare la fidelizzazione della clientela nell'ottica della customer care e customer

			satisfaction.
Modulo 4 La comunicazione aziendale	<ul style="list-style-type: none"> – Individuare e utilizzare gli strumenti di comunicazione e di team working più appropriati per intervenire nei contesti organizzativi e professionali di riferimento. – Interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi di gestione e flussi informativi. – Utilizzare il sistema delle comunicazioni e delle relazioni delle imprese turistiche 	<ul style="list-style-type: none"> – Strumenti di comunicazione interpersonale nei diversi contesti aziendali 	<ul style="list-style-type: none"> – Utilizzare codici e tecniche della comunicazione aziendale funzionali ai contesti.
Casi aziendali	<ul style="list-style-type: none"> – Utilizzare le reti e gli strumenti informatici nelle attività di studio, ricerca e approfondimento disciplinare. – Saper interpretare il proprio autonomo ruolo nel lavoro di gruppo. – Distinguere e valutare i prodotti e i servizi aziendali, effettuando calcoli di convenienza per individuare soluzioni ottimali. 		

CONTENUTI

I TRIMESTRE (56 ORE)

MODULO A: LA CONTABILITA' DELLE IMPRESE TURISTICHE (56 ore di lezione)

- Le operazioni di gestione
- Fonti di finanziamento aziendale e gli investimenti
- Il patrimonio e il reddito: determinazione analitica e sintetica del Re economico (cenni al principio della competenza economica)
- La rappresentazione del patrimonio e il conto economico
- Le rilevazioni aziendali e il sistema informativo aziendale: il metodo della partita doppia
- Le rilevazioni contabili delle principali operazioni di gestione tipiche delle imprese turistiche:
 - o Gli acquisti e le vendite
 - o Le operazioni relative ai beni strumentali
 - o Le retribuzioni al personale dipendente
 - o I rapporti con le banche
 - o Altre operazioni di gestione

II PENTAMESTRE (68 ORE)

MODULO B: IL BILANCIO DELLE IMPRESE TURISTICHE (28 ore di lezione)

- Le scritture di assestamento e il principio della competenza economica
- La situazione contabile finale
- Il bilancio di esercizio
- L'analisi per indici: riclassificazione dello SP e del CE
- Gli indici patrimoniali, economici e finanziari

MODULO C: IL MARKETING DELLE IMPRESE TURISTICHE (26 ore di lezione)

- Definizione di marketing ed evoluzione dell'approccio di marketing aziendale nel tempo
- Il marketing dei servizi
- L'analisi di mercato: swot analysis e ricerche di mercato
- Le strategie di segmentazione del mercato e di posizionamento
- Le strategie aziendali di lungo e breve periodo: il marketing mix
- Strumenti operativi di marketing relativi a Prodotto, Prezzo, Distribuzione e Promozione
- Il ciclo di vita del prodotto
- Il marketing relazionale (CRM) e le tecniche di direct marketing

MODULO D: LA COMUNICAZIONE AZIENDALE (14 ore di lezione)

- Gli elementi che costituiscono la comunicazione d'impresa
- La comunicazione interna e il codice etico
- Gli strumenti per la comunicazione esterna e l'immagine aziendale
- La comunicazione non convenzionale

I tempi sopra indicati considerano il fatto che dal 25 maggio 2020 la classe sarà impegnata in attività di alternanza scuola lavoro pertanto le settimane di lezione risultano essere 31

Metodologie didattiche

Lezione frontale, Lezione dialogata, Esercitazioni, Problem solving, Lavori di gruppo, Analisi di testi e documenti relativi al settore specifico

Verifiche e valutazioni

Poiché la materia richiede continue verifiche formative relative agli argomenti trattati, si procederà sistematicamente allo svolgimento di test strutturati e semi-strutturati per verificare il livello di conoscenza e comprensione degli argomenti trattati, nonché alla somministrazione di questionari, esercitazioni da svolgere a casa ed eventuali lavori in laboratorio multimediale.

Le prove, per ciascun modulo, saranno scritte, (di tipo strutturato e semi-strutturato) ed orali (queste ultime anche in forma scritta, attraverso domande aperte o test strutturati)

Si prevedono almeno 2 prove orali e 2 prove scritte per il primo trimestre e almeno 2 prove orali e 3 prove scritte per il II pentamestre.

Una verifica scritta nel secondo pentamestre sarà comune per classi parallele.

I criteri di valutazione sono quelli deliberati dal consiglio di classe e dal dipartimento di economia aziendale

Strumenti

Libri di testo, sussidi audiovisivi, informatici e/o laboratori, lettura di giornali e riviste.

Eventuali recuperi: tempi, saperi essenziali, metodi

- sostegno in itinere mediante esercizi mirati
- eventuali corsi di recupero per allievi in difficoltà
- attività pomeridiane per i ragazzi più in difficoltà; corsi di tipo S.O.S. e HELP
- pratica di lavori di gruppo intorno ad argomenti disciplinari ed interdisciplinari
- attività di potenziamento mirata allo sviluppo di capacità espositive.

Il coordinatore Patrizia Venturini	Visto dal Dirigente Scolastico
Data di presentazione. 30 novembre 2019	