



*Ministero dell'Istruzione dell'Università e della Ricerca*

ISTITUTO TECNICO COMMERCIALE STATALE "ABBA - BALLINI"

Via Tirandi n. 3 - 25128 BRESCIA – [www.abba-ballini.gov.it](http://www.abba-ballini.gov.it)

tel. 030/307332-393363 - fax 030/303379

[bstd150001@pec.istruzione.it](mailto:bstd150001@pec.istruzione.it) : [info@abba-ballini.gov.it](mailto:info@abba-ballini.gov.it):

[bstd150001@istruzione.it](mailto:bstd150001@istruzione.it)



**SCHEDA PER LA PROGRAMMAZIONE DELLE ATTIVITA' DIDATTICHE**

I.I.S. "Abba – Ballini" – Brescia		
Anno scolastico <b>2017/2018</b>		
Docente <b>Gianluigi Cirelli</b>	Classe <b>quarta A</b>	Disciplina <b>indirizzo turistico</b> <b>(4 ORE settimanali)</b>
<b>Risultati di apprendimento da raggiungere-competenze</b>  – 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
<b>Unità 0</b> <b>La comunicazione aziendale</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Individuare e utilizzare gli strumenti di comunicazione e di team working più appropriati per intervenire nei contesti organizzativi e professionali di riferimento</li> <li>– Utilizzare il sistema delle comunicazioni e delle relazioni delle imprese turistiche.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Strumenti di comunicazione interpersonale nei diversi contesti aziendali.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Utilizzare codici e tecniche della comunicazione aziendale funzionali ai contesti</li> </ul>
<b>Modulo 1</b> <b>Rilevazioni elementari e sezionali nelle imprese turistiche</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi di gestione e flussi informativi.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Rilevazioni tipiche della contabilità delle imprese turistiche.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Individuare le procedure che caratterizzano la gestione delle aziende turistiche, rappresentarne i processi e i flussi informativi.</li> <li>– Gestire le rilevazioni elementari e saperle collocare nei programmi di contabilità integrata</li> </ul>
<b>Modulo 2</b> <b>Contabilità generale e bilancio d'esercizio delle imprese turistiche</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Redigere relazioni tecniche e documentare le attività individuali e di gruppo relative a situazioni professionali.</li> <li>– Individuare e accedere alla normativa pubblicistica, civilistica, fiscale con particolare riferimento a quella del settore turistico.</li> <li>– Gestire il sistema delle rilevazioni aziendali con l'ausilio di programmi di contabilità integrata specifici per le aziende del settore turistico</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Bilancio d'esercizio e documenti collegati.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Leggere e interpretare il bilancio di esercizio di un'impresa turistica e i documenti collegati.</li> </ul>
<b>Modulo 3</b> <b>Il marketing nel turismo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Utilizzare gli strumenti di marketing in differenti casi e contesti.</li> <li>– Identificare e applicare le metodologie e le tecniche della gestione per progetti.</li> <li>– 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.</li> <li>– Contribuire a realizzare piani di marketing con riferimento a specifiche tipologie di imprese o prodotti turistici.</li> <li>– Principi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Principi e teoria del marketing.</li> <li>– Marketing turistico operativo e strategico.</li> <li>– Tecniche, metodologie e strumenti di marketing.</li> <li>– Comunicazione con il cliente.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Analizzare la domanda turistica ed individuare i potenziali target di clienti.</li> <li>– Analizzare i punti di contatto tra macro e micro marketing nel settore turistico.</li> <li>– Individuare forme di promozione e commercializzazione adeguate ai diversi mercati sulla base delle risorse disponibili.</li> <li>– Utilizzare strumenti di supporto alla programmazione turistica territoriale.</li> <li>– Curare la fidelizzazione della clientela nell'ottica della customer care e customer satisfaction.</li> </ul>
<b>Modulo 4</b> <b>Altre forme di comunicazione aziendale</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Individuare e utilizzare gli strumenti di comunicazione e di team working più appropriati per intervenire nei contesti organizzativi e professionali di riferimento.</li> <li>– Interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi di gestione e flussi informativi.</li> <li>– Utilizzare il sistema delle comunicazioni e delle relazioni delle imprese turistiche</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Strumenti di comunicazione interpersonale nei diversi contesti aziendali</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Utilizzare codici e tecniche della comunicazione aziendale funzionali ai contesti.</li> </ul>
<b>Casi aziendali</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Utilizzare le reti e gli strumenti informatici nelle attività di studio, ricerca e approfondimento disciplinare.</li> <li>– Saper interpretare il proprio autonomo</li> </ul>		

	ruolo nel lavoro di gruppo. – Distinguere e valutare i prodotti e i servizi aziendali, effettuando calcoli di convenienza per individuare soluzioni ottimali.		
--	--	--	--

## Modulo 0

### La comunicazione aziendale

**0.1** Il sistema aziendale e la comunicazione aziendale **0.2** Il processo di comunicazione **0.3** Le finalità della comunicazione e il feedback **0.4** Le condizioni per la trasmissione della comunicazione **0.5** Le aree della comunicazione d'impresa **0.6** La comunicazione integrata

## Modulo 1

### RILEVAZIONI ELEMENTARI E SEZIONALI NELLE IMPRESE TURISTICHE

#### Le operazioni di front office nelle imprese turistiche

**1.1** Il front office online e offline **1.2** La comunicazione online **1.3** Le Online agencies (OTA) **1.4** I rapporti tra GDS, imprese di viaggi e fornitori di servizi **1.5** Le informazioni relative ai clienti delle imprese turistiche

#### Le operazioni di back office nelle imprese di viaggio

**2.1** Dal front al back office: il flusso di documenti e di informazioni **2.2** La prenotazione del prodotto turistico **2.3** La programmazione del prodotto turistico **2.4** La programmazione dei viaggi ecologici **2.5** La scelta dei fornitori dei servizi **2.6** La certificazione di qualità delle imprese turistiche **2.7** I rapporti dei TO con i fornitori dei servizi **2.8** I rapporti tra le imprese di viaggio e i fornitori dei servizi

#### Le scritture elementari e sezionali nelle imprese turistiche

**3.1** Le rilevazioni aziendali **3.2** Le scritture elementari nelle imprese turistiche **3.3** Le contabilità sezionali nelle imprese turistiche

## Modulo 2

### CONTABILITÀ GENERALE E BILANCIO D'ESERCIZIO DELLE IMPRESE TURISTICHE

#### La gestione delle imprese turistiche

Le condizioni di equilibrio della gestione aziendale **1.2** Il patrimonio delle imprese turistiche **1.3** I valori finanziari e i valori economici **1.4** La manifestazione finanziaria e la competenza economica **1.5** L'ammortamento **1.6** L'equilibrio economico delle imprese turistiche

#### La contabilità generale delle imprese turistiche

**2.1** Il sistema contabile **2.2** Il piano dei conti **2.3** Le rilevazioni delle operazioni di gestione

#### Il bilancio d'esercizio delle imprese turistiche

**3.1** Dalla contabilità al bilancio **3.2** Il bilancio secondo la normativa civilistica **3.3** I principi di redazione e postulati di bilancio **3.4** I criteri di valutazione **3.5** Il contenuto del bilancio d'esercizio **3.6** La relazione sulla gestione **3.7** Gli organi di controllo delle società **3.8** Il bilancio in forma abbreviata

#### L'analisi di bilancio delle imprese turistiche

**4.1** Gli scopi dell'analisi di bilancio **4.2** La riclassificazione dello Stato patrimoniale **4.3** La riclassificazione del Conto economico **4.4** L'analisi per indici (*ratio analysis*)

#### Il finanziamento delle imprese turistiche

**5.1** Le fonti di finanziamento **5.2** L'apertura di credito **5.3** I finanziamenti bancari a breve termine **5.4** I crediti per firma **5.5** I finanziamenti bancari a medio e lungo termine **5.6** Le obbligazioni

## Modulo 3

### IL MARKETING NEL TURISMO

#### Il marketing conoscitivo e strategico

**1.1** Il marketing **1.2** Il marketing nel settore turistico **1.3** Le fasi del processo di marketing **1.4** Il marketing conoscitivo: le fonti interne **1.5** Il marketing conoscitivo: le ricerche di mercato **1.6** Il marketing strategico: segmentazione della domanda, targeting e posizionamento

#### Il marketing operativo

**2.1** Le leve del marketing operativo e il marketing mix **2.2** Il prodotto **2.3** Il prezzo **2.4** La distribuzione **2.5** Il marketing mix nel macromarketing

## La comunicazione di marketing

3.1 Gli obiettivi della comunicazione di marketing nel settore turistico 3.2 La pubblicità 3.3 Le pubbliche relazioni 3.4 Le attività promozionali 3.5 Il direct marketing

## La comunicazione interna e la comunicazione organizzativa

1.1 Le finalità e gli aspetti della comunicazione interna 1.2 Lo stile di leadership 1.3 Gli strumenti della comunicazione formale impersonale 1.4 Gli strumenti della comunicazione formale interpersonale 1.5 La comunicazione organizzativa

## La comunicazione socio ambientale

2.1 L'etica e la responsabilità sociale d'impresa 2.2 La reputazione d'impresa e la comunicazione socio-ambientale 2.3 I codici di comportamento 2.4 La rendicontazione socio-ambientale 2.5 I programmi e le iniziative improntate ai principi dell'etica d'impresa e della RSI 2.6 Le certificazioni di processo e di prodotto

**Verifiche e valutazioni** La materia richiede continue verifiche degli argomenti trattati; si faranno perciò conversazioni collettive, domande singole, questionari di diverso genere, lavori assegnati a casa, esercitazioni in gruppo, esercitazioni in laboratorio.

Prove scritte, prove orali, test oggettivi su ogni argomento svolto

I Periodo: Trimestre

Si prevedono almeno 3 prove scritte (di cui un'interrogazione scritta) ;

II Periodo: Pentamestre

Si prevedono almeno 3 prove scritte e 2 prove orali.

Una delle prove scritte sarà per classi parallele

I criteri di valutazione sono quelli deliberati dal consiglio di classe.

### Strumenti

Libri di testo con contenuti digitali, Articoli tratti da riviste e quotidiani, Casi aziendali

Internet, sussidi audiovisivi, informatici e/o laboratori.

### 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 docente prof. Gianluigi Cirelli



Visto dal Dirigente Scolastico

**Data di presentazione 30 novembre 2017**