



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

bstd150001@pec.istruzione.it : info@abba-ballini.gov.it: bstd150001@istruzione.it



SCHEDA PER LA PROGRAMMAZIONE DELLE ATTIVITA' DIDATTICHE

Modulo docente

I.I.S. "Abba – Ballini" – Brescia		
Anno scolastico 2017/2018		
Materia ECONOMIA AZIENDALE	Classe Quarta BT	Disciplina indirizzo turistico (4 ORE settimanali)
Risultati di apprendimento da raggiungere-competenze – 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 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

Unità 0 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 – 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
Modulo 1 Rilevazioni elementari e sezionali nelle 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 Contabilità generale e 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. 	<p>Leggere e interpretare il bilancio di esercizio di un’impresa turistica e i documenti collegati.</p>
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 	<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

	<p>socioeconomici globali in termini generali e specifici dell'impresa turistica.</p> <ul style="list-style-type: none"> – Contribuire a realizzare piani di marketing con riferimento a specifiche tipologie di imprese o prodotti turistici. – Principi 		<p>diversi mercati sulla base delle risorse disponibili.</p> <ul style="list-style-type: none"> – Utilizzare strumenti di supporto alla programmazione turistica territoriale. – Curare la fidelizzazione della clientela nell'ottica della customer care e customer satisfaction.
Modulo 4 Altre forme di 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 ruolo nel lavoro di gruppo. – Distinguere e valutare i prodotti e i servizi aziendali, effettuando calcoli di convenienza per individuare soluzioni ottimali. 		

Modulo1

RILEVAZIONI ELEMENTARI E SEZIONALI(ORE LEZIONE 42)

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(ORE LEZIONE 38)

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. **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

Modulo3

IL MARKETING NEL TURISMO(ORE LEZIONE 32)

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

Modulo 4

Altre forme di comunicazione aziendale (ORE LEZIONE 12)

Modulo 4 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

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 2 prove scritte e 2 prove orali (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

iLibri 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 Giuseppe Santoro	Visto dal Dirigente Scolastico

Data di presentazione 30 novembre 2017