



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 <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 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

<p>Unità 0 La comunicazione aziendale</p>	<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
<p>Modulo 1 Rilevazioni elementari e sezionali nelle imprese turistiche</p>	<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
<p>Modulo 2 Contabilità generale e bilancio d’esercizio delle imprese turistiche</p>	<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>
<p>Modulo 3 Il marketing nel turismo</p>	<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.
<p>Modulo 4 Altre forme di comunicazione aziendale</p>	<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.
<p>Casi aziendali</p>	<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