



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

Scheda Insegnante

I.I.S. "Abba – Ballini" – Brescia		
Anno scolastico 2017/2018		
Dipartimento ECONOMIA AZIENDALE	Classe Quinta A TUR	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 1 Analisi e controllo dei costi nelle imprese turistiche	– Redigere re relazioni tecniche e documentare le attività individuali e di gruppo relative a situazioni professionali..	Tecniche di controllo e monitoraggio dei processi Qualità nelle imprese turistiche.	Monitorare i processi produttivi e analizzare i dati per ricavare indici Utilizzare procedure per lo sviluppo e la gestione del sistema qualità nelle imprese turistiche
Modulo 2 Prodotti turistici a catalogo e a domanda	– Progettare, documentare e presentare servizi o prodotti turistici.	Prodotti turistici a catalogo Prodotto come strumento di promozione commerciale Tecniche di organizzazione eventi	Elaborare prodotti turistici, anche a carattere tematico, e il relativo prezzo con riferimento al territorio ed alle sue caratteristiche Interpretare le informazioni contenute nei cataloghi Utilizzate tecniche e strumenti per la programmazione, l'organizzazione la gestione di eventi e relative attività di sistema
Modulo 3 Pianificazione e controllo delle prese turistiche	Identificare e applicare le metodologie e le tecniche della gestione per progetti.	–Strategia aziendale e pianificazione strategica Struttura e funzione del	Individuare mission, vision strategia e pianificazione di casi aziendali. Elaborare business plan Rielaborare il piano aziendale a seguito del

		business plan Reporting e analisi scostamenti.	confronto con esperti del settore Utilizzare le informazioni per migliorare la pianificazione, lo sviluppo e il controllo dell'impresa turistica.
Modulo 4 Il marketing territoriale	Contribuire a realizzare piani di marketing con riferimento a specifiche tipologie di imprese o prodotti turistici.	– Marketing territoriale e politiche di sviluppo sostenibile dell'Ente Pubblico Strategie di marketing anche elettronico e custode relationship management. Struttura del piano di marketing Piano di qualificazione e sviluppo offerta	–utilizzare strategie di marketing per la promozione del prodotto e dell'immagine turistica del territorio in Italia e all'Estero Utilizzare strumenti multimediali e nuove tecniche di comunicazione per la promozione dell'immagine turistica del territorio e la commercializzazione del servizio. Elaborare un piano di marketing territoriale in funzione delle politiche economiche e finanziarie poste n essere per la governante del settore Realizzare piani aziendali in collaborazione con il territorio.
Modulo 5 Verso il mondo del lavoro	– individuare le caratteristiche del mercato del lavoro e collaborare alla gestione del personale dell'impresa turistica	Curriculum europeo e tecniche di selezione del personale.	Redigere il curriculum vitae europeo e simulare test e colloqui di selezione anche in lingua straniera

Modulo 1 Analisi e controllo dei costi delle imprese turistiche (ORE LEZIONE 28)

Analisi dei costi

Il controllo dei costi: il direct costing

Il controllo dei costi: il full costing

Il controllo dei costi: Analisi ABC

Il controllo dei costi: Analisi del punto di pareggio

Il sistema di qualità nelle imprese turistiche.

Modulo 2 Prodotti turistici a catalogo e a domanda (ORE LEZIONE 233)

Attività dei tour operator

Il prezzo di un pacchetto turistico

Il marketing e la vendita di pacchetti turistici

Il business travel

Modulo 3 Pianificazione e controllo delle imprese turistiche(ORE LEZIONE 24)

La pianificazione strategica

Le strategie aziendali e piani aziendali

Il business plan

Il budget

L'analisi scostamenti

Modulo 4 Il marketing territoriale(ORE LEZIONE 230)

Il prodotto/destinazione del marketing territoriale

I fattori di attrazione di una località turistica

I flussi turistici

Dall'analisi SWOT al posizionamento di una destinazione turistica.

Il piano di marketing territoriale

Modulo 5 Verso il mondo del lavoro(ORE LEZIONE 8)

Il curriculum vitae e la lettera di presentazione

Il colloquio di Lavoro

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.

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.

iEventuali 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