



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 2018 / 2019		
Materia	Classe	Disciplina
TECNICA TURISTICA	QUARTA 4 AT	INDIRIZZO TURISMO (4 ORE settimanali 132 ORE annue)
Risultati di apprendimento da raggiungere-competenze		
<p>– Utilizzare il patrimonio lessicale ed espressivo della lingua italiana secondo le esigenze comunicative nei vari contesti: sociali, culturali, scientifici, economici, tecnologici.</p> <p>– 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.</p> <p>– 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.</p> <p>– 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.</p> <p>– Riconoscere il valore e le potenzialità dei beni artistici e ambientali, per una loro corretta fruizione e valorizzazione.</p> <p>– 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).</p> <p>– 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.</p> <p>– Individuare e utilizzare gli strumenti di comunicazione e di team working più appropriati per intervenire nei contesti organizzativi e professionali di riferimento.</p> <p>– Utilizzare le reti e gli strumenti informatici nelle attività di studio, ricerca e approfondimento disciplinare.</p> <p>– Identificare e applicare le metodologie e le tecniche della gestione per progetti.</p> <p>– Redigere relazioni tecniche e documentare le attività individuali e di gruppo relative a situazioni professionali</p>		

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 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 (76 ORE)

MODULO B: IL BILANCIO DELLE IMPRESE TURISTICHE (30 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 (30 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 (16 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

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 docente: Elena Davoli	Visto dal Dirigente Scolastico