



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 **2018/2019**

Dipartimento

Classe

ECONOMIA AZIENDALE

Quinta 5 BTUR

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

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
MODULO A 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 B 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 business plan Reporting e analisi scostamenti.	Individuare mission, vision strategia e pianificazione di casi aziendali. Elaborare business plan Rielaborare il piano aziendale a seguito del confronto con esperti del settore Utilizzare le informazioni per migliorare la pianificazione, lo sviluppo e il controllo dell'impresa turistica.

Modulo D 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 in 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

CONTENUTI

I TRIMESTRE (56 ore di lezione)

MODULO A: Analisi e controllo dei costi delle imprese turistiche (30 ore di lezione)

Il concetto di costo e le classificazioni dei costi

La rappresentazione grafica dei costi fissi, variabili e totali

Il controllo dei costi: il direct costing e i problemi di scelta di breve periodo

Il controllo dei costi: il full costing e le configurazioni di costo

Il controllo dei costi: Analisi ABC

Il controllo dei costi: Analisi del punto di pareggio

Il sistema di qualità nelle imprese turistiche.

MODULO B: Prodotti turistici a catalogo e a domanda (26 ore di lezione)

Attività dei tour operator: ideazione e sviluppo di un pacchetto turistico a catalogo

I principali contratti per l’acquisto dei servizi ricettivi: allotment, vuoto per pieno e prezzi confidenziali

Il prezzo di un pacchetto turistico: metodo del full costing e del break even point

Il marketing e la vendita di pacchetti turistici

La gestione del viaggio e il controllo successivo

Il business travel: principali eventi aggregativi e fasi di organizzazione di un congresso

Le principali figure professionali del settore business

II PENTAMESTRE (76 ore di lezione)

MODULO C: Pianificazione e controllo delle imprese turistiche (35 ore di lezione)

La pianificazione strategica: orientamenti strategici di fondo

L'analisi dell'ambiente esterno e interno

La definizione degli obiettivi aziendali

Le strategie aziendali e piani aziendali

Il business plan: criteri e metodi per la sua stesura

Il budget: predisposizione dei budget settoriali e del budget aziendale

L'analisi scostamenti dei costi e dei ricavi

MODULO D: Il marketing territoriale (35 ore di lezione)

Definizione di marketing territoriale e ruolo dei soggetti pubblici e privati

Il prodotto/destinazione del marketing territoriale

Il ciclo di vita della destinazione turistica

I fattori di attrazione di una località turistica

L'analisi della concorrenza

I flussi turistici: caratteristiche e strumenti di analisi

Dall'analisi SWOT al posizionamento di una destinazione turistica: punti di forza e di debolezza, minacce ed opportunità

Il posizionamento strategico e il vantaggio competitivo

Il piano di marketing territoriale

Gli strumenti di comunicazione e promozione di una località turistica

Il customer relationship management

MODULO E: Verso il mondo del lavoro (6 ore di lezione)

Il curriculum vitae e la lettera di presentazione

Il colloquio di Lavoro

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 e consisterà nella simulazione di una prova d'esame (seconda prova scritta)

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: Giuseppe Santoro	Visto dal Dirigente Scolastico

Data di presentazione 30/11/2018