



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 2019/2020

Dipartimento

TECNICA TURISTICA

Classe

Quinta 5 A TUR

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 RIPASSO MARKETING	<ul style="list-style-type: none"> - Individuare le strategie di marketing più opportune in relazione al prodotto, mercato e concorrenza 	<p>Le strategie di marketing</p> <p>Le leve del Marketing mix</p> <p>Le strategie di CRM</p> <p>Il ciclo di vita del prodotto</p>	<p>Monitorare i processi produttivi e analizzare i dati per ricavare indici</p> <p>Utilizzare procedure per lo sviluppo e la gestione del sistema qualità nelle imprese turistiche</p>
MODULO A	<ul style="list-style-type: none"> – Redigere re relazioni tecniche e documentare le attività individuali e di gruppo relative a situazioni professionali.. 	<p>Tecniche di controllo e monitoraggio dei processi</p> <p>Qualità nelle imprese turistiche.</p>	
Analisi e controllo dei costi nelle imprese			

<p>turistiche</p>			
<p>MODULO B Prodotti turistici a catalogo e a domanda</p>	<p>– Progettare, documentare e presentare servizi o prodotti turistici.</p>	<p>Prodotti turistici a catalogo Prodotto come strumento di promozione commerciale Tecniche di organizzazione eventi</p>	<p>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</p> <p>Utilizzate tecniche e strumenti per la programmazione, l'organizzazione la gestione di eventi e relative attività di sistema</p>
<p>Modulo C Pianificazione e controllo delle prese turistiche</p>	<p>Identificare e applicare le metodologie e le tecniche della gestione per progetti.</p>	<p>–Strategia aziendale e pianificazione strategica</p> <p>Struttura e funzione del business plan</p>	<p>Individuare mission, vision strategia e pianificazione di casi aziendali. Elaborare business plan Rielaborare il piano aziendale a seguito del confronto con esperti</p>
		<p>Reporting e analisi scostamenti.</p>	<p>del settore Utilizzare le informazioni per migliorare la pianificazione, lo sviluppo e il controllo dell'impresa turistica.</p>

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 finanziare poste n essere per la governante del settore Realizzare piani aziendali in collaborazione con il territorio.
---	---	---	--

CONTENUTI

I TRIMESTRE (56 ore di lezione)

MODULO RIPASSO MARKETING (10 ore di lezione)

Le strategie competitivi, di sviluppo e di marketing

Le 4P del marketing mix: prodotto, prezzo distribuzione e comunicazione

Il ciclo di vita del prodotto

Il CRM: obiettivi, strategie e nuove figure professionali

MODULO A: Analisi e controllo dei costi delle imprese turistiche (20 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 managemet

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 prove 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: Elena Davoli	Visto dal Dirigente Scolastico

Data di presentazione: 10 novembre 2019