



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

| | | |
|---|-------------------------|---|
| I.I.S. "Abba – Ballini" – Brescia | | |
| Anno scolastico 2019/2020 | | |
| Disciplina ECONOMIA AZIENDALE | Classe quinta | 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 |
|---|--|--|--|
| 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 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 4 | Contribuire a realizzare piani | – Marketing | –utilizzare strategie di |

| | | | |
|---|--|--|---|
| Il marketing territoriale | di marketing con riferimento a specifiche tipologie di imprese o prodotti turistici. | 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 | 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 governance 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

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

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

La pianificazione strategica

Le strategie aziendali e piani aziendali

Il business plan
Il budget
L'analisi scostamenti

Modulo 4 Il marketing territoriale

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

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

Libri 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 Persiani Ludovico | Visto dal Dirigente Scolastico |
|  | |

Data di presentazione 30 novembre 2019