



## SCHEDA PER LA PROGRAMMAZIONE DELLE ATTIVITA' DIDATTICHE

### Modulo dipartimento

I.I.S. "Abba – Ballini" – Brescia		
Anno scolastico <b>2019 / 2020</b>		
Materia	Classe	Disciplina
<b>ECONOMIA AZIENDALE e GEO POLITICA</b>	<b>QUARTA</b>	<b>INDIRIZZO TURISMO (4 ORE settimanali 132 ORE annue)</b>
<b>Risultati di apprendimento da raggiungere-competenze</b>		
<ul style="list-style-type: none"><li>– Utilizzare il patrimonio lessicale ed espressivo della lingua italiana secondo le esigenze comunicative nei vari contesti: sociali, culturali, scientifici, economici, tecnologici.</li><li>– 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.</li><li>– 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.</li><li>– 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.</li><li>– Riconoscere il valore e le potenzialità dei beni artistici e ambientali, per una loro corretta fruizione e valorizzazione.</li><li>– 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).</li><li>– 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.</li><li>– Individuare e utilizzare gli strumenti di comunicazione e di team working più appropriati per intervenire nei contesti organizzativi e professionali di riferimento.</li><li>– Utilizzare le reti e gli strumenti informatici nelle attività di studio, ricerca e approfondimento disciplinare.</li><li>– Identificare e applicare le metodologie e le tecniche della gestione per progetti.</li><li>– Redigere relazioni tecniche e documentare le attività individuali e di gruppo relative a situazioni professionali</li></ul>		

<b>Argomenti</b>	<b>Competenze</b>	<b>Conoscenze</b>	<b>Abilità</b>
<b>Modulo A Contabilità delle imprese turistiche</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi di gestione e flussi informativi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Rilevazioni tipiche della contabilità delle imprese turistiche.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Individuare le procedure che caratterizzano la gestione delle aziende turistiche, rappresentarne i processi e i flussi informativi.</li> <li>– Gestire le rilevazioni elementari e saperle collocare nei programmi di contabilità integrata</li> </ul>
<b>Modulo 2 Bilancio d'esercizio delle imprese turistiche</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Redigere relazioni tecniche e documentare le attività individuali e di gruppo relative a situazioni professionali.</li> <li>– Individuare e accedere alla normativa pubblicistica, civilistica, fiscale con particolare riferimento a quella del settore turistico.</li> <li>– Gestire il sistema delle rilevazioni aziendali con l'ausilio di programmi di contabilità integrata specifici per le aziende del settore turistico</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Bilancio d'esercizio e documenti collegati.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Leggere e interpretare il bilancio di esercizio di un'impresa turistica e i documenti collegati.</li> </ul>
<b>Modulo 3 Il marketing nel turismo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Utilizzare gli strumenti di marketing in differenti casi e contesti.</li> <li>– Identificare e applicare le metodologie e le tecniche della gestione per progetti.</li> <li>– 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.</li> <li>– Contribuire a realizzare piani di marketing con riferimento a specifiche tipologie di imprese o prodotti turistici.</li> <li>– Principi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Principi e teoria del marketing.</li> <li>– Marketing turistico operativo e strategico.</li> <li>– Tecniche, metodologie e strumenti di marketing.</li> <li>– Comunicazione con il cliente.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Analizzare la domanda turistica ed individuare i potenziali target di clienti.</li> <li>– Analizzare i punti di contatto tra macro e micro marketing nel settore turistico.</li> <li>– Individuare forme di promozione e commercializzazione adeguate ai diversi mercati sulla base delle risorse disponibili.</li> <li>– Utilizzare strumenti di supporto alla programmazione turistica territoriale.</li> <li>– Curare la fidelizzazione della clientela nell'ottica della customer care e customer</li> </ul>

			satisfaction.
<b>Modulo 4 La comunicazione aziendale</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Individuare e utilizzare gli strumenti di comunicazione e di team working più appropriati per intervenire nei contesti organizzativi e professionali di riferimento.</li> <li>– Interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi di gestione e flussi informativi.</li> <li>– Utilizzare il sistema delle comunicazioni e delle relazioni delle imprese turistiche</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Strumenti di comunicazione interpersonale nei diversi contesti aziendali</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Utilizzare codici e tecniche della comunicazione aziendale funzionali ai contesti.</li> </ul>
<b>Casi aziendali</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Utilizzare le reti e gli strumenti informatici nelle attività di studio, ricerca e approfondimento disciplinare.</li> <li>– Saper interpretare il proprio autonomo ruolo nel lavoro di gruppo.</li> <li>– Distinguere e valutare i prodotti e i servizi aziendali, effettuando calcoli di convenienza per individuare soluzioni ottimali.</li> </ul>		

## 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 (68 ORE)

#### MODULO B: IL BILANCIO DELLE IMPRESE TURISTICHE (28 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 (26 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 (14 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

I tempi sopra indicati considerano il fatto che dal 25 maggio 2020 la classe sarà impegnata in attività di alternanza scuola lavoro pertanto le settimane di lezione risultano essere 31

#### **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 coordinatore Patrizia Venturini	Visto dal Dirigente Scolastico
Data di presentazione. 30 novembre 2019	