

I.I.S.S. “SCIASCIA E BUFALINO” – ERICE (TP)

ANNO SCOLASTICO 2024-2025 - Classe IV sez. C TUR –

Materia: Discipline Turistiche Aziendali

Insegnante: GIOVANNI NASO

PIANO DI LAVORO

LIVELLI DI PARTENZA

La classe è composta da 18 alunni (14 ragazze e 4 ragazzi) e provengono tutti dalla terza classe dello scorso anno.

La situazione cognitiva è stata rilevata attraverso l’osservazione degli allievi e denota un livello di preparazione iniziale sufficiente nel complesso e buono per alcuni; la classe è disciplinata e la partecipazione in classe è per lo più normale.

FINALITA' DELL'INSEGNAMENTO E PROFILO IN USCITA

La materia “ Discipline turistiche ed aziendali” concorre a far conseguire allo studente, al termine del percorso quinquennale, i seguenti risultati di apprendimento relativi al profilo educativo, culturale e professionale:

- Utilizzare le reti e gli strumenti informatici nelle attività di studio, ricerca e approfondimento disciplinare;
- Agire nel sistema informativo dell’azienda e contribuire sia alla sua innovazione sia al suo adeguamento organizzativo e tecnologico;
- Padroneggiare l’uso degli strumenti tecnologici con particolare attenzione alla sicurezza nei luoghi di vita e di lavoro, alla tutela della persona, dell’ambiente e del territorio;
- Saper interpretare il proprio autonomo ruolo nel lavoro di gruppo;
- Utilizzare gli strumenti di marketing in differenti casi e contesti;
- Distinguere e valutare i prodotti e i servizi aziendali, effettuando calcoli di convenienza per individuare soluzioni ottimali.

OBIETTIVI TRASVERSALI

In accordo con gli obiettivi generali fissati dal Consiglio di classe, la disciplina dovrebbe tendere a far acquisire agli allievi:

- capacità di ricercare le fonti, di utilizzare e organizzare le informazioni;
- capacità di lavorare in gruppo in modo costruttivo su semplici progetti;
- capacità di organizzarsi e lavorare in modo autonomo sostenendo e documentando le proprie affermazioni;
- abilità linguistiche ed espressive per esporre in forma scritta ed orale le conoscenze acquisite utilizzando correttamente e in modo appropriato i termini tecnici.

RISULTATI DI APPRENDIMENTO ALLA FINE DEL SECONDO BIENNIO DI STUDI

CONOSCENZE

- Ruolo del turismo nel contesto storico, sociale ed economico
- Mercato turistico
- Specificità e rischi di gestione delle imprese turistiche
- Soggetti pubblici che intervengono nell'attività turistica
- Gestione dell'impresa turistica
- Componenti del prodotto turistico
- Ruoli e responsabilità nelle professioni turistiche
- Rilevazioni tipiche della contabilità delle imprese turistiche
- Bilancio d'esercizio e documenti collegati
- Principi e teoria del marketing
- Marketing turistico operativo e strategico
- Tecniche, metodologie e strumenti di marketing
- Strumenti di comunicazione interpersonale nei diversi contesti aziendali
- Comunicazione con il cliente.

ABILITA'

- Riconoscere le componenti storiche, sociali e culturali che concorrono allo sviluppo integrato del turismo
- Riconoscere le tendenze dei mercati e le problematiche di localizzazione di un'azienda turistica
- Distinguere le strutture organizzative e riconoscere le problematiche significative e ricorrenti del settore
- Riconoscere i fattori che determinano il rischio imprenditoriale e individuare possibili strategie di attenuazione del rischio
- Individuare compiti, azioni e piani di intervento dei soggetti pubblici che operano nel settore turistico
- Individuare le procedure che caratterizzano la gestione delle aziende turistiche, rappresentarne i processi e i flussi informativi
- Riconoscere gli elementi materiali e i servizi che compongono il prodotto turistico
- Individuare la documentazione e le procedure per la progettazione e realizzazione di un viaggio
- Identificare i ruoli e le responsabilità delle diverse funzioni aziendali nell'impresa turistica
- Gestire le rilevazioni elementari e saperle collocare nei programmi di contabilità integrata
- Leggere e interpretare il bilancio di esercizio di un'impresa turistica e i documenti collegati

- Analizzare la domanda turistica e 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
- Utilizzare codici e tecniche della comunicazione aziendale funzionale ai contesti
- Curare la fidelizzazione della clientela nell'ottica della customer care e customer satisfaction.

OBIETTIVI TRASVERSALI

In accordo con gli obiettivi generali fissati dal Consiglio di classe, la disciplina dovrebbe tendere a far acquisire agli allievi:

- capacità di ricercare le fonti, di utilizzare e organizzare le informazioni;
- capacità di lavorare in gruppo in modo costruttivo su semplici progetti;
- capacità di organizzarsi e lavorare in modo autonomo sostenendo e documentando le proprie affermazioni;
- abilità linguistiche ed espressive per esporre in forma scritta ed orale le conoscenze acquisite utilizzando correttamente e in modo appropriato i termini tecnici;
- capacità di sapersi relazionare a distanza, di saper compiere azioni concrete per portare a termine compiti e risolvere problemi mediante gli strumenti informatici a disposizione, padroneggiando sulle piattaforme utilizzate.

ARTICOLAZIONE DELLA DISCIPLINA

MODULO A: CONTABILITÀ DELLE IMPRESE TURISTICHE

Obiettivi di conoscenza (sapere)

- Il sistema informativo contabile
- I fatti esterni di gestione e la loro rilevazione
- La contabilità generale: scopi, rilevazioni e strumenti
- I conti finanziari ed economici e loro funzionamento
- Le regole per esaminare i fatti di gestione con il metodo della Partita Doppia
- Le annotazioni sul libro giornale e sul libro mastro
- Analisi delle scritture dei fatti esterni di gestione

Obiettivi operativi (saper fare)

- Comprendere i principi della contabilità aziendale
- Distinguere aspetto finanziario ed economico della gestione
- Individuare i conti movimentati da un fatto e le variazioni subite
- Registrare con il metodo della Partita Doppia

- Essere in grado di contribuire alla tenuta della contabilità

Contenuti

1. Le rilevazioni aziendali
2. La partita doppia
3. L'analisi delle operazioni di gestione
4. Acquisti e pagamenti
5. Vendite e riscossioni
6. I collaboratori dell'impresa
7. I rapporti con le banche
8. Altre operazioni di gestione

MODULO B: BILANCIO DELLE IMPRESE TURISTICHE

Obiettivi di conoscenza (sapere)

- Il principio della competenza economica e le operazioni di assestamento
- Gli assestamenti (completamento, integrazione, rettifica e ammortamento)
- Il bilancio d'esercizio
- Il valore informativo del bilancio e la sua articolazione
- L'analisi di bilancio per indici

Obiettivi operativi (saper fare)

- Assestare i conti in base al principio della competenza economica
- Distinguere le varie operazioni di assestamento
- Determinare il reddito di esercizio dai costi e ricavi di competenza assestati
- Saper leggere un bilancio in forma abbreviata di un'impresa turistica
- Pervenire dalla situazione contabile al bilancio
- Sapere calcolare i principali indici di bilancio
- Sapere commentare gli indici di bilancio rispetto al settore turistico

Contenuti

Le scritture di assestamento

Le scritture di completamento e di integrazione

Le scritture di rettifica

Le scritture di ammortamento

La situazione contabile finale

Il Bilancio d'esercizio

L'analisi di bilancio per indici

L'analisi patrimoniale, finanziaria ed economica

MODULO C: MARKETING NELLE IMPRESE TURISTICHE

Obiettivi di conoscenza (sapere)

- Il marketing

- Il processo operativo del marketing management
- I contenuti di una ricerca di marketing
- La segmentazione del mercato
- Il targeting e il posizionamento di un prodotto
- Il marketing mix
- Il web marketing mix

Obiettivi operativi (saper fare)

- Riconoscere gli elementi del marketing
- Riconoscere gli elementi significativi nell'analisi dell'ambiente, della domanda e della concorrenza
- Individuare gli elementi significativi di una ricerca di marketing
- Individuare la strategia di targeting più idonea per un servizio o un prodotto turistico
- Saper collocare un prodotto in una mappa di posizionamento
- Sapere individuare una strategia di marketing mix
- Sapere individuare una strategia di web marketing mix

Contenuti

1. Il Marketing
2. L'analisi di mercato
3. Segmentazione e posizionamento
4. Strategie di marketing
5. Le leve del marketing mix: prodotto e prezzo
6. Le leve del marketing mix: posizione e promozione
7. Il ciclo di vita del prodotto
8. Il marketing relazionale

MODULO D: COMUNICAZIONE

Obiettivi di conoscenza (sapere)

- Il concetto di comunicazione
- Gli elementi del processo comunicativo
- Il linguaggio verbale, paraverbale e non verbale
- Gli strumenti della comunicazione d'impresa
- Il rapporto diretto con il cliente
- La valenza comunicativa del punto vendita

Obiettivi operativi (saper fare)

- Individuare gli elementi della comunicazione
- Interpretare il linguaggio verbale, paraverbale e non verbale
- Individuare gli strumenti della comunicazione esterna d'impresa
- Saper gestire il rapporto con il cliente nell'ottica della customer satisfaction

- Riconoscere gli elementi di comunicazione del punto vendita

Contenuti

La comunicazione d'impresa

La comunicazione interna d'impresa

La comunicazione esterna d'impresa

La comunicazione non convenzionale

UDA di EDUCAZIONE CIVICA: Al lavoro sempre in sicurezza

METODI DI INSEGNAMENTO

I vari argomenti del programma saranno svolti facendo ricorso a diverse metodologie per sviluppare negli studenti abilità e competenze diverse in funzione degli obiettivi fissati:

- la lezione frontale nei momenti introduttivi e di raccordo tra le varie unità didattiche;
- lo studio dei casi, per sviluppare la capacità di costruzione di modelli ed evitare un apprendimento meccanicistico e frammentario;
- la scoperta guidata per sviluppare la creatività;
- il problem solving per sviluppare le capacità logiche;
- esercitazioni individuali guidate dal docente ed esercitazioni di gruppo allo scopo di consolidare le conoscenze acquisite.

DDI

Materiale e risorse digitali saranno messe a disposizione su Classroom.

STRUMENTI DI LAVORO

Saranno utilizzati: il libro di testo (Campagna- Lo Console; Scelta turismo UP, Tramontana, vol.2), anche in versione digitale; altri testi per argomenti particolari e per approfondimenti, quotidiani economici, riviste specializzate, il Codice civile, il TUIR, manuali tecnici, la piattaforma GSuite e le App collegate; sussidi multimediali e lavagna luminosa e/o jamboard.

ATTIVITA' INTEGRATIVE

L'efficacia dell'insegnamento sarà verificata periodicamente tramite l'analisi dei risultati dell'intera classe.

Qualora detti risultati si ritenessero insoddisfacenti, in riferimento agli obiettivi minimi prefissati, si imposterà un lavoro di recupero generale o personalizzato

impiegando metodologie e strumenti diversi da quelli usati in precedenza nello svolgimento delle unità didattiche.

VERIFICHE E VALUTAZIONE

Le verifiche formative per il controllo in itinere del processo di apprendimento saranno effettuate con modalità differenti quali domande orali, dibattiti, esercitazioni individuali o di gruppo, controllo del lavoro svolto a casa.

Le verifiche sommative per il controllo del profitto ai fini della valutazione saranno proposte al termine delle varie unità didattiche o alla fine di unità didattiche tra loro collegate. Si utilizzeranno i parametri di valutazione definiti dal Dipartimento disciplinare e concordati con il Consiglio di classe, tenuto conto degli orientamenti del Collegio dei Docenti. In particolare, nella valutazione finale, si terrà conto dei livelli di partenza dei singoli alunni e del gruppo classe e dei progressi o regressi constatati. Le verifiche orali e scritte saranno strutturate in modo da considerare la conoscenza, la comprensione, la capacità di applicazione, la capacità di analisi, la capacità di sintesi.

Erice, 29/11/2024

L'insegnante
Prof.ssa Giovanni Naso