

PROGRAMMAZIONE DISCIPLINARE CLASSE 3° (Indirizzo TURISMO)

MATERIA: DISCIPLINE TURISTICHE AZIENDALI					Ore settimanali: 4	
Moduli	Unità didattiche	Competenze	Conoscenze	Abilità	Tempi	Strumenti e modalità di verifica
Modulo 1: FENOMENO TURISMO	U.D.1: Il turismo e le sue classificazioni	<ul style="list-style-type: none"> • Riconoscere e interpretare le tendenze dei mercati locali, nazionali, e globali anche per coglierne le ripercussioni nel contesto turistico; • Riconoscere e interpretare i macro-fenomeni socio-economici globali in termini generali e specifici dell'impresa turistica. 	<ul style="list-style-type: none"> • Definizione di turismo ed elementi costitutivi del fenomeno. • Ruolo e funzioni dell'OMT • Le diverse classificazioni del turismo: in base allo spostamento, in base alla motivazione, in base al ruolo dei soggetti, in base ai servizi offerti, in base alla durata, in base alla modalità dello spostamento. 	<ul style="list-style-type: none"> • Riconoscere le tendenze dei mercati e le problematiche di localizzazione di un'azienda turistica 	Settembre	Verifiche scritte/orali
	U.D.2: Storia del turismo	<ul style="list-style-type: none"> • Riconoscere e interpretare le tendenze dei mercati locali, nazionali, e globali anche per coglierne le ripercussioni nel contesto turistico; • Riconoscere e interpretare i macro-fenomeni socio-economici globali in termini generali e specifici dell'impresa turistica. 	<ul style="list-style-type: none"> • Evoluzione del turismo nelle diverse epoche storiche: dalla preistoria, alle prime civiltà, ai Greci, ai Romani, al Medioevo, all'Umanesimo e Rinascimento, Gran Tour, alla prima e seconda Rivoluzione industriale, al '900 con il turismo di massa, al Terzo Millennio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Riconoscere le componenti storiche, sociali e culturali che concorrono allo sviluppo integrato del turismo. 		

<p>Modulo 1: FENOMENO TURISMO</p>	<p>U.D.3: Impatto del turismo su società, economia e ambiente</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Riconoscere e interpretare le tendenze dei mercati locali, nazionali, e globali anche per coglierne le ripercussioni nel contesto turistico; • Riconoscere e interpretare i macro-fenomeni socio-economici globali in termini generali e specifici dell'impresa turistica. 	<ul style="list-style-type: none"> • Turismo come fenomeno complesso e trasversale: aspetti sociali, economici e ambientali del turismo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Individuare compiti, azioni e piani di intervento dei soggetti pubblici che operano nel settore turistico 	<p>Settembre</p>	<p>Verifiche scritte/orali</p>
<p>Modulo 2: IMPRESE TURISTICHE</p>	<p>U.D. 1: Domanda turistica</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Riconoscere e interpretare le tendenze dei mercati locali, nazionali, e globali anche per coglierne le ripercussioni nel contesto turistico; • Riconoscere e interpretare i macro-fenomeni socio-economici globali in termini generali e specifici dell'impresa turistica; • Riconoscere le peculiarità organizzative delle imprese turistiche e contribuire a cercare soluzioni funzionali alle diverse tipologie 	<ul style="list-style-type: none"> • Definizione e caratteristiche della domanda turistica • Calcolo di alcuni indicatori statistici sulla domanda e offerta turistica: arrivi, presenze, permanenza media, occupazione netta e lorda, propensione netta e lorda 	<ul style="list-style-type: none"> • Riconoscere i fattori che determinano il rischio imprenditoriale e individuare possibili strategie di attenuazione del rischio • Distinguere le strutture organizzative e riconoscere le problematiche significative e ricorrenti del settore • Identificare i ruoli e le responsabilità delle diverse funzioni aziendali nell'impresa turistica 	<p>Ottobre</p>	<p>Verifiche scritte/orali</p>
	<p>U.D. 2: Offerta turistica</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Riconoscere e interpretare le tendenze dei mercati locali, nazionali, e globali anche per coglierne le ripercussioni nel contesto turistico; • Riconoscere e interpretare i macro-fenomeni socio-economici globali in termini generali e specifici dell'impresa turistica; 	<ul style="list-style-type: none"> • Definizione e caratteristiche della offerta turistica; • Calcolo di alcuni indicatori statistici sulla domanda e offerta turistica: arrivi, presenze, permanenza media, occupazione netta e lorda, propensione netta e lorda 	<ul style="list-style-type: none"> • Riconoscere i fattori che determinano il rischio imprenditoriale e individuare possibili strategie di attenuazione del rischio • Distinguere le strutture organizzative e riconoscere le problematiche significative e ricorrenti del settore • Identificare i ruoli e le responsabilità delle diverse 		

		<ul style="list-style-type: none"> • Riconoscere le peculiarità organizzative delle imprese turistiche e contribuire a cercare soluzioni funzionali alle diverse tipologie 		funzioni aziendali nell'impresa turistica.		
Modulo 2: IMPRESE TURISTICHE	U.D. 3: Caratteristiche dell'impresa turistica	<ul style="list-style-type: none"> • Riconoscere e interpretare le tendenze dei mercati locali, nazionali, e globali anche per coglierne le ripercussioni nel contesto turistico; • Riconoscere e interpretare i macro-fenomeni socio-economici globali in termini generali e specifici dell'impresa turistica; • Riconoscere le peculiarità organizzative delle imprese turistiche e contribuire a cercare soluzioni funzionali alle diverse tipologie 	<ul style="list-style-type: none"> • Definizione di impresa turistica, sue tipologie • Rischi caratteristici dell'impresa turistica 	<ul style="list-style-type: none"> • Riconoscere i fattori che determinano il rischio imprenditoriale e individuare possibili strategie di attenuazione del rischio • Distinguere le strutture organizzative e riconoscere le problematiche significative e ricorrenti del settore • Identificare i ruoli e le responsabilità delle diverse funzioni aziendali nell'impresa turistica. 	Ottobre	Verifiche scritte/orali
	U.D. 4: Organizzazione del lavoro	<ul style="list-style-type: none"> • Riconoscere e interpretare le tendenze dei mercati locali, nazionali, e globali anche per coglierne le ripercussioni nel contesto turistico; • Riconoscere e interpretare i macro-fenomeni socio-economici globali in termini generali e specifici dell'impresa turistica; • Riconoscere le peculiarità organizzative delle imprese turistiche e contribuire a cercare soluzioni funzionali alle diverse tipologie 	<ul style="list-style-type: none"> • Definizione di organizzazione aziendale • Definizione e classificazioni delle funzioni aziendali • Definizione e classificazione degli organi aziendali • Modelli organizzativi aziendali: elementare, funzionale, divisionale, a matrice; • Costruzione di organigrammi in imprese turistiche 	<ul style="list-style-type: none"> • Riconoscere i fattori che determinano il rischio imprenditoriale e individuare possibili strategie di attenuazione del rischio • Distinguere le strutture organizzative e riconoscere le problematiche significative e ricorrenti del settore; • Identificare i ruoli e le responsabilità delle diverse funzioni aziendali nell'impresa turistica. 		

<p>Modulo 2: IMPRESE TURISTICHE</p>	<p>U.D. 5: I collaboratori esterni delle imprese turistiche</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Riconoscere e interpretare le tendenze dei mercati locali, nazionali, e globali anche per coglierne le ripercussioni nel contesto turistico; • Riconoscere e interpretare i macro-fenomeni socio-economici globali in termini generali e specifici dell'impresa turistica; • Riconoscere le peculiarità organizzative delle imprese turistiche e contribuire a cercare soluzioni funzionali alle diverse tipologie 	<ul style="list-style-type: none"> • Definizione di professione turistica, professione turistica protetta e non protetta; • Individuazione di caratteristiche e ruolo di guida turistica, accompagnatore turistico, heritage promoter, consulente di viaggi. 	<ul style="list-style-type: none"> • Riconoscere i fattori che determinano il rischio imprenditoriale e individuare possibili strategie di attenuazione del rischio • Distinguere le strutture organizzative e riconoscere le problematiche significative e ricorrenti del settore; • Identificare i ruoli e le responsabilità delle diverse funzioni aziendali nell'impresa turistica. 	<p>Ottobre</p>	<p>Verifiche scritte/orali</p>
<p>Modulo 3: LE IMPRESE RICETTIVE</p>	<p>U.D. 1: Le imprese ricettive e la loro classificazione</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi di gestione e flussi informativi • Individuare e accedere alla normativa pubblicistica, civilistica, fiscale con particolare riferimento a quella del settore turistico 	<ul style="list-style-type: none"> • Definizione di impresa ricettiva; • Tipologie di impresa ricettiva: albergo, villaggio albergo, albergo diffuso, residenze d'epoca, agriturismo, b&b, ostelli della gioventù, residence, affittacamere, motel; • Classificazione in base alle stelle; • Definizione di trattamento/arrangiamento 	<ul style="list-style-type: none"> • Individuare le procedure che caratterizzano la gestione delle aziende turistiche, rappresentandone i processi e i flussi informativi; • Riconoscere gli elementi materiali e i servizi che compongono il prodotto turistico 	<p>Novembre/ Dicembre</p>	<p>Verifiche scritte/orali</p>
	<p>U.D. 2: Il ciclo cliente: booking</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi di gestione e flussi informativi; • Individuare e accedere alla normativa pubblicistica, civilistica, fiscale con particolare riferimento a quella del settore turistico 	<ul style="list-style-type: none"> • Definizione di allestimento • Individuazione delle fasi del ciclo cliente • Individuazione delle operazioni di booking e relativi flussi informativi (documenti: planning, conferma scritta, contratto d'albergo, scheda prenotazione, quadro camere, 	<ul style="list-style-type: none"> • Individuare le procedure che caratterizzano la gestione delle aziende turistiche, rappresentandone i processi e i flussi informativi; • Riconoscere gli elementi materiali e i servizi che compongono il prodotto turistico 		

			lista arrivi, roaming list)			
Modulo 3: LE IMPRESE RICETTIVE	U.D. 3: Il ciclo cliente: check-in	<ul style="list-style-type: none"> • Interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi di gestione e flussi informatici; • Individuare e accedere alla normativa pubblicistica, civilistica, fiscale con particolare riferimento a quella del settore turistico 	<ul style="list-style-type: none"> • Individuazione delle operazioni di prenotazione e relativi flussi informativi (scheda di notificazione, modello istat c/59 g e m) 	<ul style="list-style-type: none"> • Individuare le procedure che caratterizzano la gestione delle aziende turistiche, rappresentandone i processi e i flussi informativi; • Riconoscere gli elementi materiali e i servizi che compongono il prodotto turistico 	Novembre/ Dicembre	Verifiche scritte/orali
	U.D. 4: Il ciclo cliente: live-in	<ul style="list-style-type: none"> • Interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi di gestione e flussi informatici; • Individuare e accedere alla normativa pubblicistica, civilistica, fiscale con particolare riferimento a quella del settore turistico 	<ul style="list-style-type: none"> • Individuazione delle operazioni di live-in e relativi flussi informativi (documenti: buoni servizio, main courante) 	<ul style="list-style-type: none"> • Individuare le procedure che caratterizzano la gestione delle aziende turistiche, rappresentandone i processi e i flussi informativi; • Riconoscere gli elementi materiali e i servizi che compongono il prodotto turistico 		
	U.D. 5: Il ciclo cliente: chek –out e post check-out	<ul style="list-style-type: none"> • Interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi di gestione e flussi informatici; • Individuare e accedere alla normativa pubblicistica, civilistica, fiscale con particolare riferimento a quella del settore turistico 	<ul style="list-style-type: none"> • Individuazione delle operazioni di check-out (documenti: ricevuta fiscale, fattura); • Individuazione delle operazioni post chek-out 	<ul style="list-style-type: none"> • Individuare le procedure che caratterizzano la gestione delle aziende turistiche, rappresentandone i processi e i flussi informativi; • Riconoscere gli elementi materiali e i servizi che compongono il prodotto turistico 		
Modulo 4: LE AGENZIE DI VIAGGIO	U.D. 1: le agenzie di viaggio e la loro classificazione	<ul style="list-style-type: none"> • Interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi di gestione e flussi informativi; • Individuare e accedere alla normativa pubblicistica, 	<ul style="list-style-type: none"> • Definizione e ruolo delle agenzie di viaggio (agenzie intermediarie, tour operator, tour organizer, incoming, outcoming) • Definizione di pacchetto 	<ul style="list-style-type: none"> • Individuare le procedure che caratterizzano la gestione delle aziende turistiche, rappresentandone i processi e i flussi informativi; • Riconoscere gli elementi 	Gennaio/ Febbraio/ Marzo	Verifiche scritte/orali

		civilistica, fiscale con particolare riferimento a quella del settore turistico	turistico <ul style="list-style-type: none"> • Individuazione di apertura di un'agenzia di viaggio • Definizione di network e diversi modelli (consorzio, franchising, associazione in partecipazione) • Individuazione dei CRS e GDS 	materiali e i servizi che compongono il prodotto turistico; <ul style="list-style-type: none"> • Individuare la documentazione e le procedure per la progettazione e realizzazione del viaggio 		
Modulo 4: LE AGENZIE DI VIAGGIO	U.D. 2: Il voucher	<ul style="list-style-type: none"> • Interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi di gestione e flussi informativi; • Individuare e accedere alla normativa pubblicitaria, civilistica, fiscale con particolare riferimento a quella del settore turistico 	<ul style="list-style-type: none"> • Definizione di voucher • Tipologie di voucher • Fasi del voucher: emissione, onoramento, presentazione e pagamento 	<ul style="list-style-type: none"> • Individuare le procedure che caratterizzano la gestione delle aziende turistiche, rappresentandone 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 del viaggio 	Gennaio/ Febbraio/ Marzo	Verifiche scritte/orali
	U.D. 3: I rapporti tra adv intermediarie e imprese ricettive	<ul style="list-style-type: none"> • Interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi di gestione e flussi informativi; • Individuare e accedere alla normativa pubblicitaria, civilistica, fiscale con particolare riferimento a quella del settore turistico 	<ul style="list-style-type: none"> • Individuazione delle relazioni tra adv e impresa ricettiva (calcolo commissioni netta e lorda) e relativi flussi informativi: voucher, fattura, estratto conto 	<ul style="list-style-type: none"> • Individuare le procedure che caratterizzano la gestione delle aziende turistiche, rappresentandone 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 del viaggio 		

	U.D. 4: I rapporti tra adv intermediarie e tour operator	<ul style="list-style-type: none"> • Interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi di gestione e flussi informativi; • Individuare e accedere alla normativa pubblicistica, civilistica, fiscale con particolare riferimento a quella del settore turistico 	<ul style="list-style-type: none"> • Individuazione dei rapporti tra adv intermediarie e tour operator e flussi informativi: estratto conto, autofattura provvigioni 	<ul style="list-style-type: none"> • Individuare le procedure che caratterizzano la gestione delle aziende turistiche, rappresentandone 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 del viaggio 		
Modulo 4: LE AGENZIE DI VIAGGIO	U.D. 5: I rapporti tra adv intermediarie e turisti	<ul style="list-style-type: none"> • Interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi di gestione e flussi informativi; • Individuare e accedere alla normativa pubblicistica, civilistica, fiscale con particolare riferimento a quella del settore turistico 	<ul style="list-style-type: none"> • Individuazione dei rapporti tra adv intermediarie e turisti in caso di servizi isolati, composti, complessi; calcolo del diritto d'agenzia; flussi informativi: fattura, scontrino o ricevuta fiscale. 	<ul style="list-style-type: none"> • Individuare le procedure che caratterizzano la gestione delle aziende turistiche, rappresentandone 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 del viaggio 	Gennaio/ Febbraio/ Marzo	Verifiche scritte/orali
	U.D. 6: I rapporti tra adv tour organizer e fornitori	<ul style="list-style-type: none"> • Interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi di gestione e flussi informativi; • Individuare e accedere alla normativa pubblicistica, civilistica, fiscale con particolare riferimento a quella del settore turistico 	<ul style="list-style-type: none"> • Individuazione dei rapporti tra adv tour organizer e fornitori: acquisto al netto di singoli servizi, di pacchetto turistico, soluzione mista; flussi informativi: fattura del tour operator o dei diversi fornitori 	<ul style="list-style-type: none"> • Individuare le procedure che caratterizzano la gestione delle aziende turistiche, rappresentandone 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 del viaggio 		

	U.D. 7: I rapporti tra adv tour organizer e clienti	<ul style="list-style-type: none"> • Interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi di gestione e flussi informativi; • Individuare e accedere alla normativa pubblicistica, civilistica, fiscale con particolare riferimento a quella del settore turistico 	<ul style="list-style-type: none"> • Individuazione dei rapporti tra adv e tour organizer e clienti: viaggio a domanda, calcolo del prezzo di vendita di un pacchetto turistico a domanda; flussi informativi: fattura 	<ul style="list-style-type: none"> • Individuare le procedure che caratterizzano la gestione delle aziende turistiche, rappresentandone 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 del viaggio 		
Modulo 4: LE AGENZIE DI VIAGGIO	U.D. 8: I registri iva delle ADV	<ul style="list-style-type: none"> • Interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi di gestione e flussi informativi; • Individuare e accedere alla normativa pubblicistica, civilistica, fiscale con particolare riferimento a quella del settore turistico 	<ul style="list-style-type: none"> • Individuazione dei registri iva delle ADV; registro acquisti e corrispettivi 74-ter; registro acquisti e vendite ordinario. 	<ul style="list-style-type: none"> • Individuare le procedure che caratterizzano la gestione delle aziende turistiche, rappresentandone 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 del viaggio 	Gennaio/ Febbraio/ Marzo	Verifiche scritte/orali
	U.D. 9: La liquidazione IVA delle adv	<ul style="list-style-type: none"> • Interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi di gestione e flussi informativi; • Individuare e accedere alla normativa pubblicistica, 	<ul style="list-style-type: none"> • Definizione di liquidazione Iva; individuazione della procedura per una adv. 	<ul style="list-style-type: none"> • Individuare le procedure che caratterizzano la gestione delle aziende turistiche, rappresentandone i processi e i flussi informativi; • Riconoscere gli elementi 		

		civilistica, fiscale con particolare riferimento a quella del settore turistico		materiali e i servizi che compongono il prodotto turistico; <ul style="list-style-type: none"> • Individuare la documentazione e le procedure per la progettazione e realizzazione del viaggio 		
Modulo 5: IMPRESE DI TRASPORTO	U.D. 1: Imprese di trasporto ferroviario	<ul style="list-style-type: none"> • Interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi di gestione e flussi informativi 	<ul style="list-style-type: none"> • Individuazione delle imprese: Ferrovie dello Stato spa, della Rete ferroviaria italiana, Italferr ; • individuazione di altre imprese ferroviarie private; • Individuazione delle caratteristiche del biglietto ferroviario; • Individuazione dei treni regionali; • Individuazione dei rapporti tra Trenitalia e agenzie di viaggio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Individuare le procedure che caratterizzano la gestione delle aziende turistiche, rappresentandone i processi e i flussi informativi; • Riconoscere gli elementi materiali e i servizi che compongono il prodotto turistico; • Individuazione la documentazione e le procedure per la progettazione e realizzazione di un viaggio. 	Aprile/Maggio/ Giugno	Verifiche scritte/orali
Modulo 5: IMPRESE DI TRASPORTO	U.D. 2: Imprese di trasporto aereo	<ul style="list-style-type: none"> • Interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi di gestione e flussi informativi 	<ul style="list-style-type: none"> • Definizione di trasporto aereo, vettore aereo, e sue tipologie, voli di linea, voli low cost e voli charter; • Individuazione delle caratteristiche del biglietto aereo; • Adv e biglietti aerei: licenza di emissione; definizione di IATA, BSP; • Individuazione delle pratiche di imbarco; • Individuazione dei casi di imbarco negato, ritardo prolungato, volo cancellato, danneggiamento bagaglio, smarrimento bagaglio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Individuare le procedure che caratterizzano la gestione delle aziende turistiche, rappresentandone i processi e i flussi informativi; • Riconoscere gli elementi materiali e i servizi che compongono il prodotto turistico; • Individuazione la documentazione e le procedure per la progettazione e realizzazione di un viaggio. 	Aprile/Maggio/ Giugno	Verifiche scritte/orali

	<p>U.D. 3: Trasporto marittimo e su strada</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi di gestione e flussi informativi 	<ul style="list-style-type: none"> • Definizione trasporto marittimo e distinzione tra navi mercantili da carico e navi mercantili passeggeri; • Individuazione delle figure professionali di proprietario, armatore, vettore, comandante della nave; • Individuazione delle caratteristiche del biglietto marittimo; • Individuazione dei rapporti tra adv e compagnie di navigazione; • Caratteristiche della crociera; • Noleggio auto da parte di adv 	<ul style="list-style-type: none"> • Individuare le procedure che caratterizzano la gestione delle aziende turistiche, rappresentandone i processi e i flussi informativi; • Riconoscere gli elementi materiali e i servizi che compongono il prodotto turistico; • Individuazione la documentazione e le procedure per la progettazione e realizzazione di un viaggio. 		
--	---	--	---	--	--	--

PROGRAMMAZIONE DISCIPLINARE CLASSE 4° (Indirizzo TURISMO)

MATERIA: DISCIPLINE TURISTICHE AZIENDALI					Ore settimanali: 4	
Moduli	Unità didattiche	Competenze	Conoscenze	Abilità	Tempi	Strumenti e modalità di verifica
Modulo 1: CONTABILITA' DELLE IMPRESE TURISTICHE	U.D. 1: Azienda, gestione aziendale, patrimonio e reddito d'esercizio	<ul style="list-style-type: none"> • Interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi di gestione e flussi informativi; • Gestire il sistema delle rilevazioni aziendali con l'ausilio di programmi di contabilità integrata specifici per le aziende del settore turistico. 	<ul style="list-style-type: none"> • Definizione di azienda; • Definizione della gestione aziendale e classificazione delle operazioni aziendali; • Definizione di patrimonio aziendale e di risultato economico d'esercizio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Individuare gli elementi costitutivi dell'azienda; • Individuare le fasi della gestione aziendale; • Individuare la composizione del patrimonio e del risultato economico d'esercizio. 	Settembre/Ottobre / Novembre/ Dicembre	Verifiche scritte/orali
	U.D. 2: Le rilevazioni aziendali	<ul style="list-style-type: none"> • Interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi di gestione e flussi informativi; • Gestire il sistema delle rilevazioni aziendali con l'ausilio di programmi di contabilità integrata specifici per le aziende del settore turistico. 	<ul style="list-style-type: none"> • Definizione di rilevazione contabile, di sistema contabile, di metodo della partita doppia; • Funzionamento dei conti economici e finanziari; • Definizione di piano dei conti 	<ul style="list-style-type: none"> • Individuare la funzione della rilevazione aziendale; • Redigere le scritture contabili in libro giornale e nel libro dei mastri; • Individuare le caratteristiche di un piano dei conti di un'impresa turistica. 		
	U.D. 3: Analisi delle operazioni di gestione	<ul style="list-style-type: none"> • Interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi di gestione e flussi informativi; • Gestire il sistema delle rilevazioni aziendali con l'ausilio di programmi di contabilità integrata specifici per le aziende del settore turistico. 	<ul style="list-style-type: none"> • Analisi delle operazioni di gestione: costituzione, acquisti di fattori produttivi di breve periodo, acquisti di fattori produttivi di lungo periodo, acquisto di servizi, pagamento di fatture di acquisto, vendita di servizi da parte di impresa ricettiva, incasso di fatture di vendita, 	<ul style="list-style-type: none"> • Redigere in libro giornale e nel libro dei mastri le operazioni di gestione principali. 		

			<p>pagamento di anticipi a fornitore, versamento da cliente di caparra e relativa situazione di no show, overbooking, versamento da cliente di acconto, liquidazione e pagamento di retribuzioni ai dipendenti, ottenimento di mutuo bancario, locazione, leasing, manutenzione e riparazione, liquidazione e versamento di iva.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Operazioni caratteristiche di agenzie di viaggio: acquisti e vendite in regime di iva 74-ter. 			
<p>Modulo 2: BILANCIO DELLE IMPRESE TURISTICHE</p>	<p>U.D. 1: Le scritture di assestamento</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Gestire il sistema delle rilevazioni aziendali con l'ausilio di programmi di contabilità integrata specifici per le aziende del settore turistico; • Individuare e accedere alla normativa pubblicistica, civilistica, fiscale, con particolare riferimento a quella del settore turistico. 	<ul style="list-style-type: none"> • Definizione e funzioni delle scritture di assestamento • Classificazioni delle scritture di assestamento: completamento, integrazione, rettifica ed ammortamento • Scritture di completamento: ammanchi di cassa, interessi attivi e passivi su c/c, competenze bancarie, fatture da emettere e da ricevere, tfr, imposte, valutazione dei crediti. • Scritture di integrazione: ratei attivi e passivi, fondi rischi e fondi oneri futuri • Scritture di rettifica: rilevazione magazzino e risconti attivi e passivi • Scritture di ammortamento: definizione, piano di ammortamento 	<ul style="list-style-type: none"> • Redigere le scritture d'assestamento. 	<p>Gennaio / Febbraio/ Marzo</p>	<p>Verifiche scritte/orali</p>

Modulo 2: BILANCIO DELLE IMPRESE TURISTICHE	U.D. 2: La situazione contabile finale	<ul style="list-style-type: none"> • Gestire il sistema delle rilevazioni aziendali con l'ausilio di programmi di contabilità integrata specifici per le aziende del settore turistico; • Individuare e accedere alla normativa pubblicistica, civilistica, fiscale, con particolare riferimento a quella del settore turistico. 	<ul style="list-style-type: none"> • Situazione contabile finale patrimoniale ed economica 	<ul style="list-style-type: none"> • Redigere la situazione finale patrimoniale ed economica. 	Gennaio / Febbraio/ Marzo	Verifiche scritte/orali
	U.D. 3: Il bilancio d'esercizio	<ul style="list-style-type: none"> • Gestire il sistema delle rilevazioni aziendali con l'ausilio di programmi di contabilità integrata specifici per le aziende del settore turistico; • Individuare e accedere alla normativa pubblicistica, civilistica, fiscale, con particolare riferimento a quella del settore turistico. 	<ul style="list-style-type: none"> • Bilancio d'esercizio: definizione, funzione, normativa civilistica, prospetti secondo la normativa civilistica 	<ul style="list-style-type: none"> • Redigere il bilancio d'esercizio secondo la normativa civilistica in situazioni semplici. 		
	U.D. 4: L'analisi di bilancio per indici	<ul style="list-style-type: none"> • Gestire il sistema delle rilevazioni aziendali con l'ausilio di programmi di contabilità integrata specifici per le aziende del settore turistico; • Individuare e accedere alla normativa pubblicistica, civilistica, fiscale, con particolare riferimento a quella del settore turistico. 	<ul style="list-style-type: none"> • Definizione e funzione di analisi di bilancio; • Tipologie di analisi: per margini e per indici della situazione patrimoniale, finanziaria ed economica dell'azienda; • Analisi patrimoniale, analisi finanziaria e analisi economica; • Report della situazione patrimoniale, finanziaria ed economica. 	<ul style="list-style-type: none"> • Leggere ed interpretare il bilancio d'esercizio di un'impresa turistica e i documenti allegati. 		

Modulo 3: MARKETING DELLE IMPRESE TURISTICHE	U.D. 1: Il marketing	<ul style="list-style-type: none"> • Contribuire a realizzare piani di marketing con riferimento a specifiche tipologie di imprese o prodotti turistici; • Utilizzare gli strumenti di marketing in differenti casi e contesti 	<ul style="list-style-type: none"> • Definizione di marketing, principi e teoria; • Evoluzione storica del marketing. 	<ul style="list-style-type: none"> • Individuare le procedure che caratterizzano la funzione marketing in un'impresa turistica. 	Aprile/Maggio	Verifiche scritte/orali
	U.D.2: Il marketing strategico	<ul style="list-style-type: none"> • Contribuire a realizzare piani di marketing con riferimento a specifiche tipologie di imprese o prodotti turistici; • Utilizzare gli strumenti di marketing in differenti casi e contesti 	<ul style="list-style-type: none"> • Definizione di marketing strategico e marketing operativo; • Individuazione delle fasi del marketing strategico: analisi swot, segmentazione, posizionamento. 	<ul style="list-style-type: none"> • Analizzare l'ambiente esterno ed interno al fine della realizzazione di un piano di marketing. 		
	U.D.3: Il marketing operativo	<ul style="list-style-type: none"> • Contribuire a realizzare piani di marketing con riferimento a specifiche tipologie di imprese o prodotti turistici; • Utilizzare gli strumenti di marketing in differenti casi e contesti 	<ul style="list-style-type: none"> • Individuazione delle fasi del marketing operativo: le leve del marketing (prodotto, prezzo, punti vendita, promozione) 	<ul style="list-style-type: none"> • Individuare tecniche, metodologie e strumenti di marketing; • Individuare leve di marketing adeguate ai diversi mercati e sulla base delle condizioni interne ed esterne e agli obiettivi rilevati. 		
	U.D. 4: Marketing territoriale	<ul style="list-style-type: none"> • Contribuire a realizzare piani di marketing con riferimento a specifiche tipologie di imprese o prodotti turistici; • Utilizzare gli strumenti di marketing in differenti casi e contesti 	<ul style="list-style-type: none"> • Individuazione del macro marketing e micro marketing; definizione di marketing territoriale 	<ul style="list-style-type: none"> • Analizzare i punti di contatto tra macro e micro marketing nel settore turistico. 		

<p>Modulo 4: COMUNICAZIONE</p>	<p>U.D. 1: La comunicazione d'impresa</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Utilizzare il sistema delle comunicazioni e delle relazioni delle imprese turistiche; • Individuare e utilizzare gli strumenti di comunicazione e di team working più appropriati per intervenire nei contesti organizzativi e professionali di riferimento. 	<ul style="list-style-type: none"> • Definizione e classificazione delle diverse tipologie di comunicazione aziendale. 	<ul style="list-style-type: none"> • La comunicazione d'impresa; • Forme di comunicazione . 	<p>Maggio/Giugno</p>	<p>Verifiche scritte/orali</p>
	<p>U.D. 2: La comunicazione interna</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Utilizzare il sistema delle comunicazioni e delle relazioni delle imprese turistiche; • Individuare e utilizzare gli strumenti di comunicazione e di team working più appropriati per intervenire nei contesti organizzativi e professionali di riferimento. 	<ul style="list-style-type: none"> • Individuazione ed analisi dei diversi strumenti di comunicazione aziendale interna. 	<ul style="list-style-type: none"> • La comunicazione interna. 		
	<p>U.D. 3: La comunicazione esterna</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Utilizzare il sistema delle comunicazioni e delle relazioni delle imprese turistiche; • Individuare e utilizzare gli strumenti di comunicazione e di team working più appropriati per intervenire nei contesti organizzativi e professionali di riferimento. 	<ul style="list-style-type: none"> • Individuazione ed analisi dei diversi strumenti di comunicazione aziendale esterna. 	<ul style="list-style-type: none"> • La comunicazione esterna; • Il bilancio sociale. 		

PROGRAMMAZIONE DISCIPLINARE CLASSE 5° (Indirizzo TURISMO)

MATERIA: DISCIPLINE TURISTICHE AZIENDALI					Ore settimanali: 4	
Moduli	Unità didattiche	Competenze	Conoscenze	Abilità	Tempi	Strumenti e modalità di verifica
Modulo 1: MARKETING TERRITORIALE	U.D. 1: il marketing (approfondimento e ripasso)	<ul style="list-style-type: none"> • Contribuire a realizzare piani di marketing con riferimento a specifiche tipologie di imprese o prodotti turistici. 	<ul style="list-style-type: none"> • Concetto di marketing, marketing strategico ed operativo; • L'analisi swot; • La segmentazione; • Il posizionamento; • Gli obiettivi strategici di marketing: obiettivi di leadership di costo e di differenziazione; • Le leve di marketing nelle loro caratteristiche e tecniche: prodotto, prezzo, canali di vendita, comunicazione; • Il piano di marketing di un'impresa turistica: ricevuta, adv e to. 	<ul style="list-style-type: none"> • Definire il marketing e individuare le fasi procedurali di marketing strategico ed operativo; individuare il processo di segmentazione e del posizionamento; • Individuare le leve di marketing nelle loro caratteristiche e tecniche: prodotto, prezzo, canali di vendita, comunicazione; • Redigere il piano di marketing per un'impresa ricettiva, per un'adv e per un t.o. 	Settembre/Ottobre /Novembre	Verifiche scritte/orali
	U.D. 2: Il marketing territoriale	<ul style="list-style-type: none"> • Contribuire a realizzare piani di marketing con riferimento a specifiche tipologie di imprese o prodotti turistici. 	<ul style="list-style-type: none"> • Concetto di marketing nel settore turistico: micro marketing, macro marketing e marketing territoriale; • Il prodotto/destinazione turisti 	<ul style="list-style-type: none"> • Individuare le caratteristiche del marketing territoriale in relazione a funzione, attori, tecniche e strumenti; • Individuare le peculiarità del prodotto nel marketing territoriale 		

	U.D. 3: il piano di marketing territoriale	<ul style="list-style-type: none"> • Contribuire a realizzare piani di marketing con riferimento a specifiche tipologie di imprese o prodotti turistici. 	<ul style="list-style-type: none"> • Analisi swot, posizionamento di una destinazione turistica; • Il piano di marketing territoriale. 	<ul style="list-style-type: none"> • Redigere piani di marketing territoriale 		
Modulo 2: PRODOTTI TURISTICI A CATALOGO E A DOMANDA	U.D. 1: Le attività delle adv e i diversi prodotti	<ul style="list-style-type: none"> • Progettare, documentare e presentare servizi o prodotti turistici. 	<ul style="list-style-type: none"> • Adv, tour operator e tour organizer: attività caratteristica e relativi prodotti turistici; • Definizione di pacchetto turistico, caratteristiche, profili contrattuali ed economici. 	<ul style="list-style-type: none"> • Elaborare prodotti turistici, anche a carattere tematico, e il relativo prezzo con riferimento al territorio e alle sue caratteristiche; • Interpretare le informazioni contenute nei cataloghi. 	Novembre/ Dicembre	Verifiche scritte/orali
	U.D. 2: Il marketing di pacchetti turistici	<ul style="list-style-type: none"> • Progettare, documentare e presentare servizi o prodotti turistici. 	<ul style="list-style-type: none"> • Progettazione e documentazione di pacchetto turistico a catalogo e di pacchetto turistico a domanda: dall'analisi dell'ambiente, della domanda, del target, all'elaborazione dell'itinerario (sintetico e/o analitico) alla definizione del prezzo; • Il prezzo di un pacchetto turistico: a catalogo e a domanda; • Le leve di marketing di pacchetti turistici: canali di distribuzione, tipi di promozione; • Il business travel. 	<ul style="list-style-type: none"> • Utilizzare tecniche e strumenti per la programmazione, l'organizzazione la gestione di eventi e relative attività di sistema. 		

<p>Modulo 3: ANALISI E CONTROLLO DEI COSTI NELLE IMPRESE TURISTICHE</p>	<p>U.D. 1 : La classificazione dei costi</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Redigere relazioni tecniche e documentare le attività individuali e di gruppo relative a situazioni professionali. 	<ul style="list-style-type: none"> • Concetto di costo e di costo d'esercizio; • Classificazione dei costi: <ul style="list-style-type: none"> – costi diretti e indiretti – costi fissi e variabili – costi preventivi e consuntivi; • Rappresentazione dei costi fissi e variabili. 	<ul style="list-style-type: none"> • Definire il concetto di costo e di costo d'esercizio; • Distinguere la differenza tra costi diretti e indiretti, fissi e variabili, consuntivi e preventivi e saperne fornire adeguate esemplificazioni; • Rappresentare in un grafico cartesiano i costi fissi e variabili. 	<p>Dicembre/ Gennaio/ Febbraio/Marzo</p>	<p>Verifiche scritte/orali</p>
<p>Modulo 3: ANALISI E CONTROLLO DEI COSTI NELLE IMPRESE TURISTICHE</p>	<p>U.D.2: Metodo di calcolo dei costi</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Redigere relazioni tecniche e documentare le attività individuali e di gruppo relative a situazioni professionali. 	<ul style="list-style-type: none"> • Metodo del direct costing: procedura di calcolo; • Verifica redditività, make or buy, BEP(calcolo e significato economico e grafico); • Metodo del full costing: procedura di calcolo, a base unica, a base multipla, a centri di costo, abc, configurazioni di costo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Calcolare il costo di un prodotto secondo la metodologia del direct costing; individuare il prodotto più conveniente, calcolare il bep e saper rappresentare graficamente il BEP; • Calcolare il costo di un prodotto secondo la metodologia del full costing nelle varie tipologie: a base unica, a base multipla, con centri di costo, abc. • Individuare le diverse configurazioni di costo. 	<p>Dicembre/ Gennaio/ Febbraio/Marzo</p>	<p>Verifiche scritte/orali</p>
<p>Modulo 4: PIANIFICAZIONE, PROGRAMMAZIONE E CONTROLLO NELLE IMPRESE TURISTICHE</p>	<p>U.D.1: Funzione di pianificazione programmazione e controllo</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Identificare e applicare le metodologie e le tecniche di gestione per progetti 	<ul style="list-style-type: none"> • Funzione di pianificazione strategica aziendale; • Funzione di programmazione aziendale; • Funzione di controllo di gestione aziendale; • Concetto di mission, vision, orientamento strategico di fondo; • Analisi di ambiente interno ed esterno; • Strategie aziendali e piani 	<ul style="list-style-type: none"> • Individuare le funzione di pianificazione, programmazione e controllo di gestione; • Individuare la mission, la vision, l'orientamento strategico di fondo di un'impresa turistica; • Mettere in relazione le situazioni di ambiente interno ed esterno con la funzione di pianificazione, 	<p>Marzo/Aprile/ Maggio/Giugno</p>	<p>Verifiche scritte/orali</p>

			<p>aziendali;</p> <ul style="list-style-type: none">• Le ASA;• Il Business plan;• Il Budget;• Analisi degli scostamenti.	<p>programmazione e controllo aziendale;</p> <ul style="list-style-type: none">• Individuare le asa in un'impresa turistica;• Individuare la funzione di un business plan;• Leggere ed interpretare un business plan ;• Redigere un business plan di un'impresa turistica;• Leggere ed interpretare un budget;• Individuare la funzione di un budget;• Redigere un budget di un'impresa turistica;• Individuare ed interpretare gli scostamenti rilevati.		
--	--	--	---	--	--	--