

PIANO DI LAVORO DI
DISCIPLINE TURISTICHE AZIENDALI

CLASSE V[^] Sez. B TUR

Curvatura TURISMO SOSTENIBILE, CULTURA E AMBIENTE

A.S. 2024/25

Prof.ssa Maria Anselmo

LIVELLI DI PARTENZA

La classe è composta da 21 alunni, di cui 14 femmine e 7 maschi, provenienti dalla quarta B dell'anno scorso eccetto un'alunna trasferitasi da un'altra scuola, vi sono quattro alunni BES.

Dalle numerose e ripetute osservazioni degli allievi nel corso delle normali attività didattiche è emerso un quadro abbastanza chiaro della classe in merito alle conoscenze e competenze pregresse nonché alle abilità relazionali. Il livello di preparazione iniziale risulta sufficiente e il ritmo di apprendimento è, per i più, quasi normale. La classe, inoltre, non manca di buone individualità che si sono fatte notare per costanza di impegno, motivazione ed interesse. Non mancano tuttavia elementi che manifestano scarsa motivazione, impegno e interesse nei confronti della disciplina.

Dal punto di vista disciplinare il gruppo classe presenta comportamenti consoni all'ambiente scolastico.

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:

- 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;
- Individuare e utilizzare gli strumenti di comunicazione e di team working più appropriati per intervenire nei contesti organizzativi e professionali di riferimento;
- Riconoscere ed interpretare le tendenze dei mercati locali, nazionali e globali anche per coglierne le ripercussioni nel contesto turistico e i macrofenomeni socioeconomici globali in termini generali e specifici dell'impresa turistica;
- individuare e accedere alla normativa pubblicistica, civilistica, fiscale con particolare riferimento a quella del settore turistico;
- interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi di gestione e flussi informativi;
- riconoscere le peculiarità organizzative delle imprese turistiche e contribuire a cercare soluzioni funzionali alle diverse tipologie;
- gestire il sistema delle rilevazioni aziendali con l'ausilio di programmi di contabilità integrata specifici per le aziende del settore turistico;
- contribuire a realizzare piani di marketing con riferimento a specifiche tipologie di imprese o prodotti turistici;
- progettare, documentare e presentare servizi o prodotti turistici;
- individuare le caratteristiche del mercato del lavoro e collaborare alla gestione del personale dell'impresa turistica;
- utilizzare il sistema delle comunicazioni e delle imprese turistiche;
- avere abilità linguistiche ed espressive per esporre in forma scritta e 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.

RISULTATI DI APPRENDIMENTO ALLA FINE DEL QUINTO ANNO DI STUDI

CONOSCENZE

- Prodotti turistici: a catalogo e a domanda
- Il catalogo come strumento di promo-commercializzazione
- Tecniche di organizzazione di eventi
- Strategia aziendale e pianificazione strategica
- Tecniche di controllo e monitoraggio dei processi
- Qualità nelle imprese turistiche
- Struttura e funzioni del business plan
- Reporting ed analisi degli scostamenti

- 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 dell'offerta
- Tecniche di selezione del personale e curriculum europeo.

ABILITA'

- Elaborare prodotti turistici, anche a carattere tematico, e il relativo prezzo con riferimento al territorio ed alle sue caratteristiche
- Interpretare le informazioni contenute sui cataloghi
- Utilizzare tecniche e strumenti per la programmazione, l'organizzazione, la gestione di eventi e relative attività di sistema
- Individuare mission, vision, strategia e pianificazione di casi aziendali dati
- Monitorare i processi produttivi e analizzare i dati per ricavarne indici
- Utilizzare procedure per lo sviluppo e la gestione del sistema di qualità nelle imprese turistiche
- Elaborare business plan
- Utilizzare le informazioni per migliorare la pianificazione, lo sviluppo e il controllo dell'impresa turistica
- Rielaborare il piano aziendale a seguito del confronto con esperti di settore
- 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 finanziarie poste in essere per la governante del settore
- Redigere il curriculum vitae europeo e simulare test e colloqui di selezione, anche in lingua straniera
- Realizzare casi aziendali in collaborazione con il territorio

OBIETTIVI MINIMI

- Conoscere e saper operare con il bilancio d'esercizio e gli indici di bilancio
- Saper redigere un itinerario e un pacchetto turistico
- Conoscere e saper operare con la contabilità analitica
- Conoscere e saper operare con il direct costing, il full costing e il diagramma di redditività
- Saper redigere un piano di Marketing nei suoi vari steep
- Conoscere tutte le dinamiche e gli attori del marketing territoriale
- Conoscere e saper elaborare un budget
- Conoscere e saper elaborare un business plan

ARTICOLAZIONE DELLA DISCIPLINA

MODULO A:

IL BILANCIO D'ESERCIZIO E L'ANALISI DI BILANCIO PER INDICI

Obiettivi di conoscenza (sapere)

- Il bilancio d'esercizio
- Il valore informativo del bilancio e la sua articolazione
- Formazione dello Stato Patrimoniale e del Conto Economico
- Le analisi di bilancio
- La riclassificazione dello stato patrimoniale e del C.E.
- L'equilibrio della struttura patrimoniale, finanziaria ed economica
- Gli indici di bilancio e il coordinamento degli indici

Obiettivi di conoscenza (saper fare)

- Saper leggere un bilancio in forma abbreviata di un'impresa turistica
- Pervenire dalla situazione contabile al bilancio
- Cogliere le differenze fra forma abbreviata e analitica del bilancio
- Comprendere il concetto di analisi nel tempo e nello spazio del bilancio d'esercizio
- Interpretare e analizzare il bilancio
- Riclassificare lo stato patrimoniale secondo il criterio finanziario
- Cogliere il valore segnaletico dei margini e degli indici di bilancio
- Calcolare, valutare e correlare i principali indici

Contenuti

- 1- Il Bilancio d'esercizio
- 2- L'analisi di bilancio per indici
- 3- L'analisi patrimoniale, finanziaria ed economica

MODULO B:

ANALISI E CONTROLLO DEI COSTI NELLE IMPRESE TURISTICHE

Obiettivi di conoscenza (sapere)

- La contabilità analitica
- La differenza tra costi fissi, variabili e semi-variabili
- Il concetto di centro di costo, i costi diretti e indiretti
- Il metodo del full- costing
- Il costo totale e il costo medio unitario

- La determinazione del prezzo nelle imprese turistiche.
- Il break-even point

Obiettivi operativi (saper fare)

- Distinguere i costi fissi dai costi variabili
- Calcolare il costo totale, medio e unitario di un prodotto
- Distinguere i costi diretti e indiretti
- Applicare il metodo del full costing per ripartire i costi indiretti
- Determinare le diverse configurazioni di costo
- Determinare il prezzo di vendita applicando un mark-up
- Effettuare la break-even analysis per determinare il punto di pareggio

Contenuti

- 1 - L'analisi dei costi e dei ricavi
- 2 – Il controllo dei costi: il direct costing
- 3 – Il controllo dei costi: il full costing
- 4 – Il controllo dei costi: B.E.A.

MODULO C:

TOUR OPERATOR

Nuclei tematici trattati:

- ❖ Natura e bellezza
- ❖ Il viaggio

Obiettivi di conoscenza (sapere)

- La programmazione dei viaggi
- Gli elementi di un catalogo
- I prodotti turistici italiani
- L'evento
- La pianificazione dell'evento
- La promozione dell'evento
- Il viaggio incentive

Obiettivi operativi (saper fare)

- Distinguere le diverse parti di un catalogo
- Redigere preventivi economici a costi netti e lordi di viaggi da catalogo e a domanda
- Individuare gli elementi della pianificazione di un evento
- Selezionare i luoghi in base alla tipologia dell'evento
- Individuare le voci di spesa
- Realizzare un evento

Contenuti

- 1 – L'attività dei tour operator
- 2 – Il prezzo di un pacchetto turistico
- 3 – Il marketing e la vendita dei pacchetti turistici
- 4- Il business travel

MODULO D:

PIANIFICAZIONE, PROGRAMMAZIONE E CONTROLLO NELLE IMPRESE TURISTICHE

Nuclei tematici trattati:

- ❖ Il viaggio

Obiettivi di conoscenza (sapere)

- Lo sviluppo della business idea
- Lo studio di fattibilità e il business plan
- Gli elementi del business plan
- Il preventivo finanziario
- Le previsioni di vendita
- Il preventivo economico
- Funzione ed elaborazione del budget
- La stima dei costi e dei ricavi e il budget settoriale
- Budget degli investimenti e dei finanziamenti
- Il controllo di budget
- Gli scostamenti globali ed elementari

Obiettivi operativi (saper fare)

- Individuare gli elementi necessari per sviluppare una business idea
- Determinare i punti di forza e i di debolezza di un progetto imprenditoriale non complesso
- Effettuare lo studio di fattibilità di un progetto imprenditoriale
- Redigere i budget delle vendite e dei costi generali di un'impresa del settore turistico
- Elaborare il budget economico generale di un'impresa turistica
- Calcolare e analizzare gli scostamenti globali e gli scostamenti elementari

Contenuti

- 1 – La pianificazione strategica
- 2 – Le strategie aziendali e i piani aziendali
- 3 - Il Business plan
- 4 - Il budget
- 5 – L'analisi degli scostamenti

MODULO E:

MARKETING TERRITORIALE

Unità 3 – Il piano di marketing

Nuclei tematici trattati:

- ❖ Natura e bellezza
- ❖ Il Web marketing e le nuove forme di turismo
- ❖ Il viaggio

Obiettivi di conoscenza (sapere)

- Caratteristiche delle destinazioni turistiche
- Il marketing della destinazione turistica
- La forma del piano di marketing
- L'analisi SWOT
- L'analisi della situazione esterna
- L'analisi della situazione interna
- La definizione delle tattiche di marketing
- La comunicazione esterna

Obiettivi operativi (saper fare)

- Individuare le opportunità e le minacce provenienti dell'ambiente esterno
- Individuare i punti di forza e di debolezza dell'ambiente interno
- Effettuare l'analisi SWOT
- Individuare gli elementi necessari per sviluppare un piano di marketing
- Segmentare il mercato in base agli obiettivi
- Analizzare l'ambiente politico, economico e sociale in cui opera un'impresa turistica
- Effettuare l'analisi SWOT di una destinazione turistica

Contenuti

- 1 – La destinazione turistica
- 2 – I fattori di attrazione di una destinazione turistica
- 3 – I flussi turistici
- 4 – Dall'analisi SWOT al posizionamento
- 5 – Il piano di comunicazione e promozione

EDUCAZIONE CIVICA/ Curvatura “TURISMO SOSTENIBILE, CULTURA E AMBIENTE”

UDA: “CITTADINI EUROPEI.....OGGI”

Si svolgeranno n. 6 ore:

- Il PNRR e il ruolo delle imprese nella ripresa economica
- Simulazione di un progetto d'impresa che ha beneficiato dei fondi del PNRR con coerenza, sostenibilità, innovazione: Elaborazione di un business plan sintetico.

PROGETTO DI POTENZIAMENTO DI INFORMATICA - Laboratorio di informatica (in presenza con il docente di Informatica): predisposizione lavoro finale di educazione civica consistente nella creazione di un sito web tramite Google Site (10 ore)

P.C.T.O

Nel corso dell'anno i vari argomenti trattati dal progetto PCTO saranno inseriti, ove possibile, sia all'interno della programmazione della disciplina, che in un più ampio percorso multidisciplinare.

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. 3), 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.

ATTIVITÀ DI RECUPERO

Durante il percorso formativo, per gli alunni con difficoltà nel raggiungimento degli obiettivi stabiliti si cercherà di recuperare le carenze nel normale orario curriculare attraverso un'attività didattica differenziata. Qualora tali carenze dovessero permanere, si proporranno interventi didattici integrativi pomeridiani, con un percorso di recupero adattato alle diverse tipologie di lacune emerse.

Ulteriori strumenti di recupero che lo studente può utilizzare anche autonomamente sono gli audioripassi e le lezioni di ripasso in PowerPoint.

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

La docente
Prof.ssa Maria Anselmo