



Classe 5A - Indirizzo TURISTICO

A.S. 2024/2025

PROGRAMMAZIONE DISCIPLINARE PER COMPETENZE

Discipline Turistiche ed Aziendali

Prof. Antonino PELLICANE

1. Finalità

L'insegnamento delle discipline turistiche ed aziendali nel secondo biennio è finalizzato a fornire una visione essenziale e organica dell'organizzazione e della gestione dell'impresa turistica, collocata nell'ambito di un sistema di riferimento internazionale, dinamico e digitale.

Le finalità della disciplina turistiche ed aziendali è molto composita: affronta tematiche relative al turismo come bene "economico" da conoscere e da promuovere sotto vari aspetti (culturale, artistico, enogastronomico, paesaggistico, ambientale); sviluppa capacità di organizzazione e produzione di viaggi e servizi turistici in una dimensione nazionale e internazionale; tratta argomenti di tecnica gestionale e amministrativa specifici dell'impresa turistica con puntuali riferimenti alla normativa civilistica e tributaria. La pratica operativa è una componente importante della materia: le abilità da acquisire contano quanto le conoscenze teoriche, soprattutto in relazione alle competenze da sviluppare.

Il focus delle discipline turistiche ed aziendali è rappresentato dalle competenze chiave di cittadinanza, sociali e civiche e di auto-imprenditorialità, oltre a quelle digitali e computazionali. Le competenze chiave digitali e di auto-imprenditorialità si dispiegheranno soprattutto in relazione ai percorsi per le competenze trasversali e di orientamento PCTO e durante l'elaborazione del compito di realtà.



Unità 1 La rielaborazione del bilancio d'esercizio e l'analisi per indici					
COMPETENZE DISCIPLINARI	COMPETENZE DI CITTADINANZA	CONOSCENZE	ABILITÀ	ATTIVITÀ	COLLEGAMENTI CON ALTRE DISCIPLINE
<ul style="list-style-type: none"> ☐ Identificare e applicare le metodologie e le tecniche per la misurazione della performance aziendale. ☐ Riconoscere e interpretare le condizioni di equilibrio e sostenibilità finanziaria ed economica di un'iniziativa imprenditoriale in termini generali e specifici dell'impresa turistica. ☐ Interpretare le condizioni di sopravvivenza e sviluppo delle imprese turistiche supportata da indicatori sintetici. 	<ul style="list-style-type: none"> ☐ Imparare a imparare: individuare scegliere e utilizzare diverse fonti di informazione in relazione agli obiettivi prefissati. ☐ Progettare: elaborare e realizzare progetti e presentazioni multimediali usando le conoscenze acquisite. ☐ Comunicare: saper interagire utilizzando un linguaggio appropriato e una terminologia pertinente. ☐ Collaborare e partecipare: prendere parte attivamente alle lezioni utilizzando le informazioni acquisite per fornire il proprio contributo alla discussione. ☐ Agire in 	<ul style="list-style-type: none"> ☐ La riclassificazione dello stato patrimoniale. ☐ Le analisi di bilancio per indici. ☐ L'equilibrio della struttura finanziaria e finanziaria ☐ La riclassificazione del conto economico. ☐ Il coordinamento degli indici di bilancio. 	<ul style="list-style-type: none"> ☐ Individuare i principali aggregati finanziari ed economici per l'analisi dei dati. ☐ Analizzare i dati finanziari ed economici per ricavarne indici. ☐ Utilizzare procedure per lo sviluppo e la gestione del pannello degli indicatori economici finanziari e patrimoniali delle imprese turistiche. 	<ul style="list-style-type: none"> ☐ Lettura guidata del libro di testo. ☐ Lezione frontale. ☐ Analisi di testi e di casi. ☐ Ricerche in Internet. ☐ Verifiche immediate delle conoscenze. ☐ Verifiche sommative. ☐ Esercizi da svolgere. ☐ Preparazione di presentazioni 	<ul style="list-style-type: none"> ☐ Diritto e legislazione turistica.



	<p>modo autonomo e responsabile: pianificare in modo responsabile le attività di studio a casa e rispettare i tempi e le scadenze impartite.</p> <p>☐ Risolvere problemi: individuare fonti e risorse adeguate per risolvere casi e problemi e raccogliere e organizzare dati.</p> <p>☐ Individuare collegamenti e relazioni: saper rielaborare i concetti appresi istituendo collegamenti coerenti con altre conoscenze.</p> <p>☐ Acquisire e interpretare le informazioni: saper leggere e interpretare correttamente e tutte le informazioni ricevute.</p>				
--	---	--	--	--	--



Unità 2 La pianificazione strategica e la programmazione					
COMPETENZE DISCIPLINARI	COMPETENZE DI CITTADINANZA	CONOSCENZE	ABILITÀ	ATTIVITÀ	COLLEGAMENTI CON ALTRE DISCIPLINE
<ul style="list-style-type: none"> ☐ Identificare e applicare le metodologie e le tecniche della gestione per progetti. ☐ Riconoscere e interpretare le tendenze dei mercati locali, nazionali, globali anche per coglierne le ripercussioni nel contesto turistico e i macrofenomeni socio-economici globali in termini generali e specifici dell'impresa turistica. ☐ 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. ☐ Progettare, documentare e presentare servizi o prodotti turistici. 	<ul style="list-style-type: none"> ☐ Imparare a imparare: individuare scegliere e utilizzare diverse fonti di informazione in relazione agli obiettivi prefissati. ☐ Progettare: elaborare e realizzare progetti e presentazioni multimediali usando le conoscenze acquisite. ☐ Comunicare: saper interagire utilizzando un linguaggio appropriato e una terminologia pertinente. ☐ Collaborare e partecipare: prendere parte attivamente alle lezioni utilizzando le informazioni acquisite per fornire il proprio contributo alla discussione. ☐ Agire in 	<ul style="list-style-type: none"> ☐ Strategia aziendale e pianificazione strategica. ☐ Tecniche di controllo e monitoraggio dei processi. ☐ Qualità nelle imprese turistiche. 	<ul style="list-style-type: none"> ☐ 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 delle imprese turistiche. 	<ul style="list-style-type: none"> ☐ Lettura guidata del libro di testo. ☐ Lezione frontale. ☐ Analisi di testi e di casi. ☐ Ricerche in Internet. ☐ Verifiche immediate delle conoscenze. ☐ Verifiche sommative. ☐ Esercizi da svolgere. ☐ Preparazione di presentazioni 	<ul style="list-style-type: none"> ☐ Diritto e legislazione turistica. ☐ Inglese. ☐ Seconda lingua comunitaria e terza lingua.



	<p>modo autonomo e responsabile: pianificare in modo responsabile le attività di studio a casa e rispettare i tempi e le scadenze impartite.</p> <p>☐ Risolvere problemi: individuare fonti e risorse adeguate per risolvere casi e problemi e raccogliere e organizzare dati.</p> <p>☐ Individuare collegamenti e relazioni: saper rielaborare i concetti appresi istituendo collegamenti coerenti con altre conoscenze.</p> <p>☐ Acquisire e interpretare le informazioni: saper leggere e interpretare correttamente e tutte le informazioni ricevute.</p>				
--	---	--	--	--	--



Unità 3 Il piano di marketing					
COMPETENZE DISCIPLINARI	COMPETENZE DI CITTADINANZA	CONOSCENZE	ABILITÀ	ATTIVITÀ	COLLEGAMENTI CON ALTRE DISCIPLINE
<ul style="list-style-type: none"> ☐ Identificare e applicare le metodologie e le tecniche della gestione per progetti. ☐ Individuare e utilizzare gli strumenti di comunicazione e di team working più appropriati per intervenire nei contesti organizzativi e professionali di riferimento. ☐ Contribuire a realizzare piani di marketing con riferimento a specifiche tipologie di imprese o prodotti turistici. ☐ Progettare, documentare e presentare servizi o prodotti turistici. 	<ul style="list-style-type: none"> ☐ Imparare a imparare: individuare scegliere e utilizzare diverse fonti di informazione in relazione agli obiettivi prefissati. ☐ Progettare: elaborare e realizzare progetti e presentazioni multimediali usando le conoscenze acquisite. ☐ Comunicare: saper interagire utilizzando un linguaggio appropriato e una terminologia pertinente. ☐ Collaborare e partecipare: prendere parte attivamente alle lezioni utilizzando le informazioni acquisite per fornire il proprio contributo alla discussione. ☐ Agire in 	<ul style="list-style-type: none"> ☐ Strategie di marketing anche elettronico e customer relationship management. ☐ Struttura del piano di marketing. 	<ul style="list-style-type: none"> ☐ 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. 	<ul style="list-style-type: none"> ☐ Lettura guidata del libro di testo. ☐ Lezione frontale. ☐ Analisi di testi e di casi. ☐ Ricerche in Internet. ☐ Verifiche immediate delle conoscenze. ☐ Verifiche sommative. ☐ Esercizi da svolgere. ☐ Preparazione di presentazioni. 	<ul style="list-style-type: none"> ☐ Diritto e legislazione turistica. ☐ Geografia turistica. ☐ Inglese. ☐ Seconda lingua comunitaria e terza lingua.



	<p>modo autonomo e responsabile: pianificare in modo responsabile le attività di studio a casa e rispettare i tempi e le scadenze impartite.</p> <p>☐ Risolvere problemi: individuare fonti e risorse adeguate per risolvere casi e problemi e raccogliere e organizzare dati.</p> <p>☐ Individuare collegamenti e relazioni: saper rielaborare i concetti appresi istituendo collegamenti coerenti con altre conoscenze.</p> <p>☐ Acquisire e interpretare le informazioni: saper leggere e interpretare correttamente e tutte le informazioni ricevute.</p>				
--	---	--	--	--	--



Unità 4 Il business plan					
COMPETENZE DISCIPLINARI	COMPETENZE DI CITTADINANZA	CONOSCENZE	ABILITÀ	ATTIVITÀ	COLLEGAMENTI CON ALTRE DISCIPLINE
<ul style="list-style-type: none"> ☐ 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 e interpretare le tendenze dei mercati locali, nazionali e globali anche per coglierne le ripercussioni nel contesto turistico e i macrofenomeni socio-economici 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. ☐ Progettare, documentare e presentare servizi o prodotti turistici. 	<ul style="list-style-type: none"> ☐ Imparare a imparare: individuare scegliere e utilizzare diverse fonti di informazione in relazione agli obiettivi prefissati. ☐ Progettare: elaborare e realizzare progetti e presentazioni multimediali usando le conoscenze acquisite. ☐ Comunicare: saper interagire utilizzando un linguaggio appropriato e una terminologia pertinente. ☐ Collaborare e partecipare: prendere parte attivamente alle lezioni utilizzando le informazioni acquisite per fornire il proprio contributo alla 	<ul style="list-style-type: none"> ☐ Strategia aziendale e pianificazione strategica. ☐ Tecniche di controllo e monitoraggio dei processi. ☐ Struttura e funzioni del business plan. ☐ Reporting e analisi degli scostamenti. 	<ul style="list-style-type: none"> ☐ 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 	<ul style="list-style-type: none"> ☐ Lettura guidata del libro di testo. ☐ Lezione frontale. ☐ Analisi di testi e di casi. ☐ Ricerche in Internet. ☐ Verifiche immediate delle conoscenze. ☐ Verifiche sommative. ☐ Esercizi da svolgere. ☐ Preparazione di presentazioni 	<ul style="list-style-type: none"> ☐ Diritto e legislazione turistica. ☐ Inglese. ☐ Seconda lingua comunitaria e terza lingua. ☐ Matematica



	<p>discussione.</p> <p>☐ Agire in modo autonomo e responsabile: pianificare in modo responsabile le attività di studio a casa e rispettare i tempi e le scadenze impartite.</p> <p>☐ Risolvere problemi: individuare fonti e risorse adeguate per risolvere casi e problemi e raccogliere e organizzare dati.</p> <p>☐ Individuare collegamenti e relazioni: saper rielaborare i concetti appresi istituendo collegamenti coerenti con altre conoscenze.</p> <p>☐ Acquisire e interpretare le informazioni: saper leggere e interpretare correttamente e tutte le informazioni ricevute.</p>		settore.		
--	--	--	----------	--	--



Unità 5 Il marketing territoriale					
COMPETENZE DISCIPLINARI	COMPETENZE DI CITTADINANZA	CONOSCENZE	ABILITÀ	ATTIVITÀ	COLLEGAMENTI CON ALTRE DISCIPLINE
<ul style="list-style-type: none"> ☐ 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 e interpretare le tendenze dei mercati locali, nazionali e globali anche per coglierne le ripercussioni nel contesto turistico e i macrofenomeni socio-economici globali in termini generali e specifici dell'impresa turistica. ☐ Progettare, documentare e presentare servizi o prodotti turistici. ☐ Utilizzare il sistema delle comunicazioni e delle relazioni delle imprese turistiche. 	<ul style="list-style-type: none"> ☐ Imparare a imparare: individuare scegliere e utilizzare diverse fonti di informazione in relazione agli obiettivi prefissati. ☐ Progettare: elaborare e realizzare progetti e presentazioni multimediali usando le conoscenze acquisite. ☐ Comunicare: saper interagire utilizzando un linguaggio appropriato e una terminologia pertinente. ☐ Collaborare e partecipare: prendere parte attivamente alle lezioni utilizzando le informazioni acquisite per fornire il proprio contributo alla discussione. ☐ Agire in 	<ul style="list-style-type: none"> ☐ Marketing territoriale e politiche di sviluppo sostenibile dell'Ente Pubblico. ☐ Strategie di marketing anche elettronico e customer relationship management. ☐ Struttura del piano di marketing. ☐ Piano di qualificazione e sviluppo dell'offerta. 	<ul style="list-style-type: none"> ☐ Utilizzare strategie di marketing per la promozione del prodotto e dell'immagine e turistica del territorio in Italia e all'Estero. ☐ Utilizzare strumenti multimediali e nuove tecniche di comunicazione e per la promozione dell'immagine e 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 casi aziendali in collaborazione e con il 	<ul style="list-style-type: none"> ☐ Lettura guidata del libro di testo. ☐ Lezione frontale. ☐ Analisi di testi e di casi. ☐ Analisi di leggi e documenti della Comunità europea. ☐ Analisi di testi e casi in lingua inglese. ☐ Ricerche in Internet. ☐ Verifiche immediate delle conoscenze. ☐ Verifiche sommative. ☐ Esercizi da svolgere. ☐ Preparazione di presentazioni . 	<ul style="list-style-type: none"> ☐ Diritto e legislazione turistica. ☐ Inglese. ☐ Seconda lingua comunitaria e terza lingua. ☐ Geografia turistica. ☐ Arte e territorio. ☐ Informatica.



	<p>modo autonomo e responsabile: pianificare in modo responsabile le attività di studio a casa e rispettare i tempi e le scadenze impartite.</p> <p>☐ Risolvere problemi: individuare fonti e risorse adeguate per risolvere casi e problemi e raccogliere e organizzare dati.</p> <p>☐ Individuare collegamenti e relazioni: saper rielaborare i concetti appresi istituendo collegamenti coerenti con altre conoscenze.</p> <p>☐ Acquisire e interpretare le informazioni: saper leggere e interpretare correttamente e tutte le informazioni ricevute.</p>		<p>territorio.</p>		
--	---	--	--------------------	--	--



2. Tempi

I° quadrimestre:

- *LA RIELABORAZIONE E L'ANALISI PER INDICI DEL BILANCIO*
- *LA PIANIFICAZIONE STRATEGICA E LA PROGRAMMAZIONE*

II° quadrimestre:

- *IL PIANO DI MARKETING*
- *IL BUSINESS PLAN*
- *IL MARKETING TERRITORIALE*

3. Modalità di verifica e valutazione

Sono previste n. 2 verifiche scritte per ciascun quadrimestre. Le verifiche orali, ove ritenuti funzionali allo scopo di controllare la corretta acquisizione delle conoscenze ed abilità, saranno dosate volta per volta per integrare la valutazione sui risultati dell'apprendimento.

Erice-Trapani, 30.11.2024

Prof. Antonino PELLICANE