

Istituto Statale d'Istruzione Superiore L. da Vinci - C. R. Carli - S. de Sandrinelli

Sede legale: Via Paolo Veronese, 3

tsis001002@istruzione.it - www.davincicarli.gov.it

A.S. 2019-2020 - CLASSE: T 5^AH - PROGRAMMA SVOLTO

DISCIPLINA: DISCIPLINE TURISTICHE E AZIENDALI

INSEGNANTE: PROF. FRANCA ZOROVICH

Obiettivi della disciplina in termini di competenze

Competenze da sviluppare		
Codice	Descrizione della competenza	Tipologia (*)
G049	Identificare e applicare le metodologie e le tecniche della gestione per progetti.	R
G049	Identificare e applicare le metodologie e le tecniche della gestione per progetti.	R
G050	Redigere relazioni tecniche e documentare le attività individuali e di gruppo relative a situazioni professionali.	R
G050	Redigere relazioni tecniche e documentare le attività individuali e di gruppo relative a situazioni professionali.	R
G051	Individuare e utilizzare gli strumenti di comunicazione e di team working più appropriati per intervenire nei contesti organizzativi e professionali di riferimento.	R
G051	Individuare e utilizzare gli strumenti di comunicazione e di team working più appropriati per intervenire nei contesti organizzativi e professionali di riferimento.	R
S053	Individuare e accedere alla normativa pubblicistica, civilistica e fiscale con particolare riferimento alle attività aziendali.	R
S053	Individuare e accedere alla normativa pubblicistica, civilistica e fiscale con particolare riferimento alle attività aziendali.	R
S054	Interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi di gestione e flussi informativi con riferimento alle differenti tipologie di imprese.	R
S054	Interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi di gestione e flussi informativi con riferimento alle differenti tipologie di imprese.	R
S063	Riconoscere le peculiarità organizzative delle imprese turistiche e contribuire a cercare soluzioni funzionali alle diverse tipologie.	R
S063	Riconoscere le peculiarità organizzative delle imprese turistiche e contribuire a cercare soluzioni funzionali alle diverse tipologie.	R
S064	Gestire il sistema delle rilevazioni aziendali con l'ausilio di programmi di contabilità integrata specifici per le aziende del settore Turistico.	R

S064	Gestire il sistema delle rilevazioni aziendali con l'ausilio di programmi di contabilità integrata specifici per le aziende del settore Turistico.	R
S066	Contribuire a realizzare piani di marketing con riferimento a specifiche tipologie di imprese o prodotti turistici.	R
S066	Contribuire a realizzare piani di marketing con riferimento a specifiche tipologie di imprese o prodotti turistici.	R
S067	Progettare, documentare e presentare servizi o prodotti turistici.	R
S067	Progettare, documentare e presentare servizi o prodotti turistici.	R
S068	Individuare le caratteristiche del mercato del lavoro e collaborare alla gestione del personale dell'impresa turistica.	R
S068	Individuare le caratteristiche del mercato del lavoro e collaborare alla gestione del personale dell'impresa turistica.	R
S069	Utilizzare il sistema delle comunicazioni e delle relazioni delle imprese turistiche.	R
S069	Utilizzare il sistema delle comunicazioni e delle relazioni delle imprese turistiche.	R
S092	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	R
S092	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	R
S179	Interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi di gestione e flussi informativi.	R

(*) La lettera R indica se la disciplina è di riferimento per lo sviluppo della competenza, la lettera C se la disciplina è concorrente.

Moduli didattici realizzati

M01: ANALISI DI BILANCIO PER INDICI	
Conoscenze	Abilità
1) Rielaborazione del bilancio e analisi di bilancio per indici - Riclassificazione dello Stato patrimoniale secondo criteri finanziari - Rielaborazione del Conto economico nella configurazione a valore aggiunto - Analisi economica: ROE, ROI, ROS, tasso di incidenza della gestione non caratteristica, tasso di rotazione degli impieghi - Scomposizione degli indici ROE e ROI	1) Saper redigere un bilancio, anche con dati a scelta, ed effettuare l'analisi di bilancio per indici per esprimere un giudizio sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria dell'impresa esaminata

M02: MARKETING

Conoscenze	Abilità
<p>1) Marketing delle imprese turistiche</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mission e vision - Analisi del microambiente e del macroambiente: analisi SWOT - Segmentazione, mercato obiettivo e posizionamento <p>2) Strategie di marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> - Matrice vantaggio competitivo/mercato (matrice di Porter), matrice prodotto/mercato (matrice di Ansoff) - Strategie di marketing <p>3) Leve di marketing (marketing mix o 4P)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Prodotto e portafoglio prodotti. Politiche di prodotto - Prezzo: metodi di determinazione e politiche di prezzo - Posizione (distribuzione): canali di distribuzione e politiche di distribuzione - Promozione: tipologie e politiche di promozione <p>4) Ciclo di vita del prodotto</p> <ul style="list-style-type: none"> - Politiche di marketing in relazione alle fasi del ciclo di vita del prodotto - Matrice crescita del mercato/quota di mercato (matrice BCG: Boston Consulting Group) <p>5) Marketing relazionale</p> <ul style="list-style-type: none"> - Customer Relationship Management - Strategie e strumenti del marketing relazionale 	<p>1) Contribuire a realizzare piani di marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> - Analizzare la domanda turistica e individuare i potenziali target. - 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. - Curare la fidelizzazione del cliente.

M03: METODOLOGIE DI CONTROLLO DEI COSTI NELLE IMPRESE TURISTICHE

Conoscenze	Abilità
------------	---------

<p>1) I metodi di controllo dei costi nelle imprese turistiche</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tipologie di costo: costi diretti e indiretti, costi fissi e variabili, costi totali, costo medio (costo totale unitario) - Il controllo dei costi: il direct costing - Il controllo dei costi: il full costing a base unica e per centri di costo - Il controllo dei costi: l'Activity Based Costing (metodo ABC) - L'analisi del punto di pareggio (break even analysis) 	<p>1) Redigere relazioni e documentare attività relative a situazioni professionali</p> <ul style="list-style-type: none"> - Monitorare i processi produttivi e analizzare i dati per assumere decisioni.
---	--

M04: PRODOTTI TURISTICI A CATALOGO E A DOMANDA	
Conoscenze	Abilità
<p>1) L'attività dei tour operator</p> <ul style="list-style-type: none"> - Il prezzo di un pacchetto turistico con il metodo del full costing - Il prezzo di un pacchetto turistico con il metodo del break even point: prezzo di equilibrio, prezzo sul prodotto forte - La vendita di pacchetti turistici con intermediazione <p>2) Segmento MICE</p> <ul style="list-style-type: none"> - il mercato del business travel: tipologie - Business travel: organizzazione di un congresso e determinazione della quota di iscrizione - Pacchetto congressuale 	<p>1) Progettare, documentare e presentare servizi o prodotti turistici</p> <ul style="list-style-type: none"> - Elaborare prodotti turistici e il relativo prezzo. - Utilizzare le tecniche e gli strumenti per la programmazione, l'organizzazione e la gestione di eventi.

M05: PIANIFICAZIONE, PROGRAMMAZIONE E CONTROLLO NELLE IMPRESE TURISTICHE	
Conoscenze	Abilità
<p>1) Le strategie aziendali e i piani aziendali</p> <ul style="list-style-type: none"> - La pianificazione strategica: definizione - Analisi dell'ambiente esterno con il modello delle 5 forze di Porter - Analisi dell'ambiente interno con la catena del valore di Porter - Richiamo analisi SWOT - Strategie aziendali: matrice di Porter, matrice di Ansoff, modello di Abell, matrice GE - Piani aziendali <p>2) Il business plan</p> <ul style="list-style-type: none"> - Struttura e funzioni del business plan - Contenuto del business plan: parte analitica, parte strategica, piano operativo, prospetti economico-finanziari 	<p>1) Identificare e applicare le metodologie e le tecniche della gestione per progetti</p> <ul style="list-style-type: none"> - Individuare la vision, la mission, la strategia e la pianificazione di casi aziendali. - Elaborare il business plan - Utilizzare dati e informazioni per pianificare, programmare e controllare la gestione.

<p>3) Programmazione: il budget</p> <ul style="list-style-type: none"> - Il documento di programmazione: il budget e le sue funzioni - I budget operativi: <ul style="list-style-type: none"> - budget commerciale: budget delle vendite e dei costi commerciali - budget della produzione - budget delle altre unità operative - Budget finanziario: <ul style="list-style-type: none"> - budget degli impieghi e delle fonti - budget di tesoreria - Budget aziendale: <ul style="list-style-type: none"> - budget economico - budget patrimoniale <p>4) Analisi degli scostamenti</p> <ul style="list-style-type: none"> - Analisi degli scostamenti nei costi: scostamento globale e scostamenti elementari (senza formule) - Scostamento nei costi fissi unitari - Analisi degli scostamenti nei ricavi: scostamento globale e scostamenti elementari (senza formule) 	
---	--

M06: MARKETING TERRITORIALE	
Conoscenze	Abilità
<p>1) Il marketing della destinazione turistica</p> <ul style="list-style-type: none"> - Marketing territoriale e politiche di sviluppo sostenibile dell'Ente pubblico - Strategie di marketing e customer relationship management - Struttura del piano di marketing 	<p>1) Contribuire a realizzare piani di marketing territoriale</p> <ul style="list-style-type: none"> - Individuare le strategie di marketing per la promozione del prodotto e dell'immagine turistica del territorio. - Utilizzare gli strumenti multimediali per la promozione dell'immagine turistica del territorio.

Mediazione didattica		
Metodologie	Strumenti	Verifiche
<p>Lezione frontale Problem solving Studio di casi Didattica a distanza con videolezioni, invio di materiali e schemi, svolgimento di compiti con correzione personalizzata e reinvio agli studenti</p>	<p>Computer o tablet Libri di testo Videolezioni Dispense fornite dal docente</p>	<p>Prove scritte Verifiche formative orali Questionari</p>

Libri di testo adottati

- Scelta turismo più 2 - G. Campagna, V. Loconsole - Tramontana
- Scelta turismo più 3 - G. Campagna, V. Loconsole - Tramontana

Trieste, 28/05/2020

Il docente:
