



ISTITUTO D'ISTRUZIONE SUPERIORE STATALE
"ENRICO DE NICOLA"

35028 PIOVE DI SACCO – Via G. Parini, 10/c – Tel. 049/5841692 – 049/9703995 – Fax 049/5841969
E-Mail:denicola@provincia.padova.it - Codice Fiscale 80024700280

Istituto Tecnico Commerciale – Istituto Tecnico per Geometri – Istituto Tecnico per il Turismo
Istituto Professionale per l'Agricoltura e per l'Ambiente – Via Ortazzi, 11 – Tel. 049/5841129 Tel/Fax 049/9711189
E-Mail:profagrario@denicolaonline.org

All. A

RELAZIONE FINALE DEL DOCENTE

Materia	Classe	Anno scolastico:
Discipline Turistiche Aziendali	V ^a Aet	2014/15

Fin dalla terza buona parte degli alunni ha evidenziato un atteggiamento di disponibilità e partecipazione alle attività didattiche proposte, ma una certa immaturità nell'affrontare lo studio, che richiedeva maggiori interazioni tra le diverse discipline e con il contesto economico.

Nel corso della classe quarta la preparazione si è rafforzata ed arricchita grazie ad un maggiore interesse e partecipazione alle diverse proposte progettuali. Significative sono state le esperienze di stage e alternanza scuola lavoro dove il contesto di apprendimento operativo è risultato particolarmente congeniale alla classe, permettendo di conoscere direttamente ed approfondire le realtà studiate.

In quest'ultimo anno scolastico l'impegno nello studio domestico, che in alcuni casi è apparso mnemonico, e l'interesse dimostrato in classe nella partecipazione a percorsi didattici è stato adeguato.

In relazione alla programmazione curricolare sono stati conseguiti i seguenti traguardi formativi in termini di competenze, conoscenze e abilità, conseguiti da tutta la classe, anche se in grado diverso. Un gruppo di alunni infatti, mantenendo un impegno costante e responsabile, ha raggiunto buoni risultati. Il resto della classe, pur mancando di un approccio trasversale e approfondito, ha raggiunto comunque risultati sufficienti o più che sufficienti come si evince dalle valutazioni di fine anno.

COMPETENZA 1: Riconoscere e interpretare le tendenze dei mercati locali, nazionali e globali anche per coglierne le ripercussioni nel contesto turistico.

COMPETENZA 2: Riconoscere e interpretare i macrofenomeni socio-economici globali in termini generali e specifici dell'impresa turistica.

COMPETENZA 3: Identificare e applicare le metodologie e le tecniche della gestione per progetti.

COMPETENZA 4: Individuare e utilizzare gli strumenti di comunicazione e di team working più

appropriati per intervenire nei contesti organizzativi e professionali di riferimento.

COMPETENZA 5: Gestire il sistema delle rilevazioni aziendali (con l'ausilio di programmi di contabilità integrata specifici per le aziende del settore turistico).

COMPETENZA 6: Interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi di gestione e flussi informativi.

COMPETENZA 7: Contribuire a realizzare piani di marketing con riferimento a specifiche tipologie di imprese o prodotti turistici

COMPETENZA 8: Utilizzare il sistema delle comunicazioni e delle relazioni delle imprese turistiche

LEZIONI	CONOSCENZE/ CONTENUTI	ABILITA'	TEMPI
<p>Unità 1- Il mercato turistico nel terzo millennio</p> <p>Il settore turistico oggi Gli aspetti controversi del turismo Le nuove tendenze del turismo Le imprese turistiche del terzo millennio</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Le principali caratteristiche del settore turistico ✓ Gli effetti contrastanti del turismo sulle località che lo accolgono ✓ Le evoluzioni del mercato turistico ✓ Le innovazioni delle imprese turistiche odierne 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Individuare le principali caratteristiche del mercato turistico ✓ Riconoscere, accanto agli effetti positivi, le ricadute negative del fenomeno turistico ✓ Individuare i più recenti trend del mercato turistico ✓ Riconoscere le principali caratteristiche delle imprese turistiche presenti sul mercato 	<p>Settembre e Aprile</p>
<p>Unità 2 -La programmazione aziendale</p> <p>La gestione dell'impresa Le strategie aziendali La pianificazione strategica La programmazione operativa Produttività, efficacia ed efficienza La qualità aziendale e il sistema di qualità</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Scopo e caratteristiche della gestione aziendale ✓ Scopo e caratteristiche della gestione strategica ✓ Le caratteristiche della pianificazione strategica ✓ Le caratteristiche della programmazione operativa ✓ Produttività, efficacia ed efficienza nelle imprese turistiche ✓ La qualità nelle imprese turistiche 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Individuare le caratteristiche della gestione aziendale ✓ Individuare le caratteristiche della gestione strategica ✓ Redigere piani strategici ✓ Redigere piani operativi ✓ Calcolare indici di produttività, efficacia ed efficienza ✓ Individuare parametri di qualità nelle imprese turistiche 	<p>Settembre/ ottobre</p>

<p>Unità 4- Il budget delle imprese turistiche</p> <p>Il budget Il controllo di budget La redazione del budget Budget di settore: agenzie intermediarie e T.O. Budget economico generale Budget delle camere e del F&B delle imprese ricettive</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Concetto e tipologie di budget ✓ Budgetary control e tipi di controllo ✓ I costi standard ✓ I budget di settore delle adv e dei t.o. ✓ Budget economico generale ✓ Budget degli investimenti e finanziario delle imprese di viaggi (cenni) ✓ Budget delle vendite, dei costi ed economico dei settori camere e F&B delle strutture ricettive ✓ Il budget dei costi operativi non distribuiti ✓ Budget economico generale, degli investimenti e finanziario delle strutture ricettive (cenni) 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Redigere i budget delle vendite e dei costi generali di una adv ✓ Redigere i budget delle vendite e dei costi e il budget economico di un prodotto di un t.o. ✓ Calcolare il break-even point ✓ Elaborare il budget economico generale di una impresa di viaggi ✓ Redigere il budget delle camere e il budget del settore F&B di una struttura ricettiva ✓ Determinare i costi operativi non distribuiti ✓ Elaborare il budget economico di una struttura ricettiva 	<p>Ottobre/ novembre</p>
<p>8- L'analisi di bilancio per indici</p> <p>Le analisi di bilancio La riclassificazione dello stato patrimoniale L'equilibrio della struttura patrimoniale e finanziaria La riclassificazione del conto economico Gli indici di bilancio Il coordinamento degli indici</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ L'interpretazione e le analisi del bilancio per la conoscenza della situazione aziendale ✓ La riclassificazione delle fonti e degli impieghi dello stato patrimoniale e loro correlazione ✓ Le riclassificazioni del conto economico a valore aggiunto e a costo del venduto ✓ Il sistema degli indici 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Interpretare e analizzare il bilancio ✓ Riclassificare lo stato patrimoniale secondo il criterio finanziario ✓ Riclassificare il conto economico secondo le configurazioni a valore aggiunto e a costo del venduto ✓ Cogliere il valore segnaletico degli indici di bilancio ✓ Calcolare, valutare e correlare i principali indici 	<p>Dicembre / gennaio</p>
<p>5- La comunicazione nell'impresa</p> <p>Finalità La comunicazione esterna Il piano di comunicazione La comunicazione interna L'autopromozione nel mercato del lavoro</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Scopi e forme della comunicazione d'impresa esterna ✓ Progettazione e stesura del piano di comunicazione ✓ Scopi e tecniche della comunicazione d'impresa interna ✓ La comunicazione come strumento di promozione personale durante la ricerca di lavoro 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Riconoscere gli obiettivi della comunicazione d'impresa ✓ Individuare e selezionare le forme, le strategie e le tecniche di comunicazione aziendale più appropriate nei diversi contesti ✓ Redigere un semplice piano di comunicazione ✓ Scrivere il proprio curriculum vitae in maniera chiara ed efficace ✓ Tenere la giusta condotta durante un colloquio di lavoro 	<p>Febbraio</p>

<p>6- Il piano di marketing</p> <p>La pianificazione strategica di marketing La stesura del marketing plan: l'analisi esterna La stesura del marketing plan: dall'analisi interna al controllo di marketing</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ La pianificazione strategica di marketing ✓ Le fasi dell'analisi della situazione esterna ✓ L'analisi della situazione interna ✓ La determinazione degli obiettivi e della strategia di marketing ✓ La definizione delle tattiche di marketing ✓ Il controllo di marketing 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Individuare gli elementi necessari per sviluppare un piano di marketing ✓ Segmentare il mercato ✓ Analizzare l'ambiente politico, economico e sociale in cui opera una impresa turistica ✓ Individuare i concorrenti di mercato ✓ Individuare le opportunità e le minacce provenienti dall'ambiente esterno ✓ individuare i punti di forza e di debolezza dell'ambiente interno ✓ Elaborare il marketing mix 	<p>Febbraio/ marzo</p>
<p>3- Il business plan</p> <p>La business idea e il progetto imprenditoriale Dalla business idea al business plan I contenuti del BP</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Lo sviluppo della business idea ✓ Lo studio di fattibilità del business plan ✓ Gli elementi del business plan ✓ Il piano di start-up ✓ Il preventivo finanziario ✓ Le previsioni di vendita ✓ Il preventivo economico ✓ Il ROE e il ROI ✓ Il piano dei flussi di cassa previsionale 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Individuare gli elementi necessari per sviluppare una business idea ✓ Determinare i punti di forza e di debolezza di un progetto imprenditoriale non complesso ✓ Effettuare lo studio di fattibilità ✓ Redigere il piano di start-up ✓ Elaborare il preventivo finanziario ✓ Determinare le previsioni di vendita ✓ Redigere il preventivo economico e calcolare gli indici di redditività 	<p>Aprile</p>
<p>7-Il marketing territoriale</p> <p>Gestione, promozione e sviluppo sostenibile del territorio</p> <p>Il marketing turistico pubblico e integrato</p> <p>Il marketing della destinazione turistica</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ I compiti della pubblica amministrazione nel settore turistico ✓ Lo sviluppo turistico sostenibile ✓ Il marketing turistico pubblico ✓ Il marketing turistico integrato ✓ Il marketing della destinazione turistica ✓ I sistemi turistici locali ✓ Il piano di marketing strategico turistico pubblico 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Riconoscere il ruolo svolto della pubblica amministrazione per lo sviluppo turistico del territorio ✓ Individuare e contestualizzare nel proprio territorio le caratteristiche dello sviluppo sostenibile ✓ Distinguere le attività di promozione territoriale degli operatori pubblici e privati ✓ Riconoscere le opportunità di collaborazione fra la pubblica amministrazione e le imprese private nel settore turistico ✓ Effettuare la SWOT analysis di una destinazione turistica ✓ Individuare gli elementi distintivi di un sistema turistico locale ✓ Analizzare un piano di marketing strategico pubblico 	<p>Aprile maggio</p>

COMPETENZE CHIAVE PER L'APPRENDIMENTO PERMANENTE

Prioritarie in relazione alle attività svolte nell'ambito della disciplina sono risultate le seguenti competenze chiave

- La comunicazione nella madrelingua;
- La competenza digitale;
- Imparare ad imparare;
- Le competenze sociali e civiche;
- Senso di iniziativa e di imprenditorialità;
- Consapevolezza ed espressioni culturali.

RUOLO SPECIFICO DELLA DISCIPLINA NEL LORO RAGGIUNGIMENTO

Il ruolo della disciplina per il raggiungimento delle competenze chiave si è espletato attraverso varie modalità:

- favorendo e incentivando la discussione in classe su argomenti attinenti quanto illustrato dall'insegnante e su quanto appreso attraverso la lettura di giornali, libri o ricerche specifiche e incontri con imprenditori e formatori
- con lavori personali che favorissero il corretto uso di terminologie o tecniche acquisite
- con lezioni frontali aperte: da una idea base stimolando l'intervento della classe alla costruzione del caso e da questo alla estrapolazione di generalizzazioni (dal caso all'idea)
- con lezioni frontali con esperti
- con l'utilizzo di strumenti tratti dalla realtà per favorire l'interazione costante col mondo esterno
- con attività laboratoriali
- Con l'Area di Progetto (vedi allegato B)

MATERIALI DIDATTICI

Il libro di testo adottato per la classe quinta indirizzo Turistico è : "Discipline Turistiche e Aziendali" volume C *L'azienda turismo* di N. Agusani, F. Camisa, P. Matrisciano Ed. Scuola & Azienda.

IL testo ha costituito un riferimento costante anche se non sempre adeguato alle necessità didattiche.

Ad integrazione del testo la lettura di articoli tratti da quotidiani, sussidi audiovisivi, presentazioni PPT e la navigazione in alcuni siti Internet di settore, hanno fatto sì che la trattazione teorica fosse quanto più possibile riferita alla realtà.

METODOLOGIE

Nella trasmissione dei contenuti la metodologia adottata è stata la lezione frontale alternata alla lezione partecipata, con esposizione problematizzata degli argomenti, mentre il brain storming e il lavoro di gruppo sono stati utilizzati per la soluzione di problemi.

Le attività in laboratorio nel triennio si sono prevalentemente rivolte all'utilizzo della rete per la ricerca di informazioni e del pacchetto Office di Windows per la realizzazione di analisi, presentazioni, tabelle e report.

Esercitazioni pratiche sono state effettuate in classe e in laboratorio, individualmente o in gruppo.

L'area di progetto, se pur limitata nella realizzazione del prodotto per motivi di tempo, ha contribuito con la metodologia di lavoro a sviluppare competenze e abilità nella disciplina.

TIPOLOGIE DELLE PROVE DI VERIFICA UTILIZZATE

Al termine di singole unità, o di parti significative delle stesse, sono state effettuate, ai fini della valutazione dell'apprendimento e dell'acquisizione di competenze, verifiche di diverso tipo: interrogazioni orali, prove scritte strutturate e non strutturate, prove scritte di simulazione della terza prova d'esame, prove in laboratorio.

Piove di Sacco, 15 maggio 2015

Il docente
Massimo Marcellan