



Istituto d'Istruzione Superiore Statale  
"ENRICO DE NICOLA"

Via G. Parini,10/C – 35028 Piove di Sacco – Padova – Tel. 0495841692 – 0499703995 – Fax.  
0495841969

E.Mail:denicola@provincia.padova.it – Indirizzo:www.denicolaonline.org

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. 0495841129- Fax.  
0499711189

E.Mail:profagrario@denicolaonline.org

All. A

## RELAZIONE FINALE DEL DOCENTE

Materia: **DISCIPLINE  
TURISTICHE E  
AZIENDALI**

Classe: **QUINTA BET**

Anno scolastico: **2014/2015**

### PREMESSA

La classe mi è stata affidata dalla classe terza . Da subito, l'interesse e la partecipazione al lavoro didattico sono risultati positivi, l'impegno è stato puntuale, anche se non sempre costante da parte di tutti, pur non mancando diversi livelli di prestazioni e attenzione.

Pertanto alla fine della quinta la situazione della classe è la seguente:

- un limitato numero di persone ha mantenuto un impegno costante e responsabile e ha raggiunto risultati buoni e con punte di eccellenza, mostrando buone capacità d'apprendimento e un metodo di studio autonomo, capaci di effettuare semplici e opportuni collegamenti, e con proprietà di linguaggio specifico;
- un gruppo più numeroso, si è applicato e ha studiato senza un approccio trasversale e approfondito raggiungendo, comunque, risultati accettabili.

La preparazione raggiunta da tutti, è tale da permettere a ciascuno di affrontare in modo sereno l'Esame di Maturità, in base alle proprie capacità..

L'incognita di un esame di maturità nuovo, ha causato uno svolgimento del programma diverso dal solito, con argomenti nuovi che non sempre sono stati approfonditi, anche a causa della

presentazione fatta dal libro di testo.

Relativamente al business plan la classe, divisa in gruppi ha lavorato in laboratorio redigendo un business plan relativo all'ipotetica apertura di un Bad & Breakfast con annesso ristorante a Piove di Sacco, da parte di un gruppo di giovani diplomati. Il contenuto è stato parte integrante della valutazione. Questo lavoro è stato consegnato a fine maggio

Le lezioni e gli argomenti sono stati affrontati in termini di competenze, conoscenze e abilità così come è previsto nella riforma.

Gli obiettivi in termini di competenze, conoscenze e abilità sono stati conseguiti da tutta la classe, anche se non omogeneamente; in alcuni casi anche con punte di eccellenza. Le stesse valutazioni mettono in evidenza i risultati raggiunti in termini di competenze, conoscenze, abilità.

In relazione alla programmazione curricolare sono stati conseguiti i seguenti obiettivi :

## **CONOSCENZE**

In generale le conoscenze acquisite sono (divise per moduli in base agli argomenti affrontati)

**Unità 1: “Il mercato turistico del terzo millennio”:** le principali caratteristiche del settore turistico, gli effetti contrastanti del turismo sulle località che lo accolgono, le evoluzioni, le innovazioni delle imprese turistiche odierne.

**Unità 2: “ La programmazione aziendale”:** scopo e caratteristiche della gestione aziendale e strategica, le caratteristiche della pianificazione strategica, la produttività, l'efficacia e l'efficienza nelle imprese turistiche, la qualità.

**Unità 3:”Il business plan”:** lo sviluppo della business idea, lo studio di fattibilità e il 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, il metodo del lean start-up.

**Unità 4: “ Il budget delle imprese turistiche”:** concetto e tipologie di budget, il controllo budgetario, i costi standard, i budget delle adv, dei t.o. E delle strutture ricettive.

**Unità 5: “ La comunicazione nell'impresa”:** scopi e forme della comunicazione d'impresa esterna, progettazione e stesura del piano di comunicazione, scopi e tecniche della comunicazione d'impresa interna.**Approfondimento: “ La comunicazione socio-ambientale”:** L'etica e la responsabilità sociale d'impresa, la comunicazione socio-ambientale, i codici di comportamento, la rendicontazione socio-ambientale, le certificazioni.

**Unità 6: “ Il Piano di marketing”:** la pianificazione strategica di marketing, le fasi dell'analisi della situazione esterna ed interna, la determinazione degli obiettivi e della strategia di marketing, la definizione delle tattiche, il controllo.

**Unità 7: “ Il Marketing territoriale”:** i compiti della Pubblica amministrazione nel settore turistico, lo sviluppo turistico sostenibile, il marketing turistico pubblico e integrato, il marketing della destinazione turistica, i sistemi turistici locali, il piano di marketing strategico turistico pubblico.

**Unità 8: “ Le analisi di bilancio per indici”:** l'interpretazione e le analisi del bilancio, la riclassificazione finanziaria dello stato patrimoniale, la riclassificazione del conto economico a valore aggiunto, gli indici patrimoniali, finanziari ed economici.

**Unità 9: “ L'anlisi di bilancio per flussi”:** le analisi di bilancio per flussi, i costi e i ricavi monetari e non, il rendiconto di capitale circolante netto.

## **ABILITA'**

**Unità 1: “Il mercato turistico del terzo millennio”:** individuare le principali caratteristiche del mercato turistico, riconoscere, accanto agli effetti positivi, le ricadute negative del fenomeno turistici, individuare i più recenti trend del mercato turistico, riconoscerle principali caratteristiche delle imprese turistiche presenti sul mercato

**Unità 2: “ La programmzione aziendale”:** individuare le caratteristiche della gestione aziendale, e della gestione strategica, calcolare indici di produttività, efficacia, efficienza, individuare i parametri di qualità nelle imprese turistiche.

**Unità 3:”Il business plan”:** individuare gli elementi necessari per sviluppare la business idea, determinare i punti di forza e di debolezza di un progetto imprenditoriale non complesso, redigere il piano di start- up, elaborare il preventivo finanziario e di vendita, redigere il preventivo economico e calcolare gli indici di redditività.

**Unità 4: “ Il budget delle imprese turistiche”:** redigere i budget delle vendite e dei costi generali di una adv, redigere i budget delle vendite, dei costi e il budget economico di un prodotto di un t.o. , redigere i budget delle camere e del F&B e il budget economico di una struttura ricettiva.

**Unità 5: “ La comunicazione nell'impresa”:** riconoscere gli obiettivi della comunicazione d'impresa.

**Unità 6: “ Il Piano di marketing”:** individuare gli elementi necessari per sviluppare un piano di marketing.

**Unità 7: “ Il Marketing territoriale”:** riconoscere il ruolo della pubblica amministrazione per lo sviluppo turistico del territorio, individuare e contestualizzare le caratteristiche dello sviluppo sostenibile, distinguere le attività di promozione territoriale degli operatori pubblici e privati, riconoscere le opportunità e le collaborazioni fra pubblico e privato nel settore turistico, effettuare l'analsi swot di una desetinazione turistica, individuare gli elementi di in sistema turistico locale, analizzare un piano di marketing strategico turistico pubblico.

**Unità 8: “ Le analisi di bilancio per indici”:** interpretare ed analizzare il bilancio, calcolare e commentare gli indici patrimoniali, finanziari ed economici.

**Unità 9: “ L'anlisi di bilancio per flussi”:** leggere il rendiconto finanziario di capitale circolante netto.

## **COMPETENZE**

- ➔ Interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi di gestione e flussi informativi.
- ➔ Identificare e applicare le metodologie e le tecniche della gestione per progetti.
- ➔ Gestire il sistema delle rilevazioni aziendali con l'ausilio di programmi di contabilità integrata specifici per le aziende del settore turistico
- ➔ Individuare e utilizzare gli strumenti di comunicazione e di team working più appropriati per intervenire nei contesti organizzativi e professionali di riferimento.
- ➔ Utilizzare il sistema delle comunicazioni e delle relazioni delle imprese turistiche.
- ➔ Contribuire a realizzare piani di marketing con riferimento a specifiche tipologie di imprese o di prodotti turistici.
- ➔ Riconoscere e interpretare:
  - le tendenze dei mercati locali, nazionali e globali anche per coglierne le ripercussioni nel contesto

turistico;

- i macrofenomeni socio-economici globali in termini generali e specifici dell'impresa turistica.

### 1. CONTENUTI DISCIPLINARI E TEMPI DI REALIZZAZIONE ESPOSTI PER:

UNITA' DIDATTICHE	Periodo/Ore
<p>UNITA' 8 ( del libro di classe 4 ripasso)</p> <p><b>IL MARKETING</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Le funzioni e l'importanza del marketing</li><li>• Il marketing management</li><li>• L'analisi del mercato</li><li>• Le ricerche di marketing</li><li>• La segmentazione del mercato</li><li>• Il targeting e il posizionamento</li><li>• Il marketing mix: le 4 P</li></ul> <p>PROGETTO FIXO: tutta la classe ha partecipato al progetto affrontando la redazione del curriculum vitae, la simulazione di un colloquio di lavoro e le fonti per la ricerca del lavoro.</p>	Settembre
<p>UNITA' 1</p> <p><b>IL MERCATO TURISTICO DEL TERZO MILLENNIO</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Il settore turistico oggi</li><li>• Gli aspetti controversi del turismo</li><li>• Le nuove tendenze del turismo</li><li>• Le imprese turistiche del terzo millennio</li></ul>	Fino a metà Ottobre
<p>UNITA' 7 (del libro di classe 3 ripasso)</p> <p><b>LA PROGRAMMAZIONE DEI SERVIZI TURISTICI</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• I viaggi organizzati</li><li>• Gli itinerari</li><li>• Il programma di viaggio</li><li>• I viaggi a catalogo</li><li>• I viaggi a domanda</li><li>• I viaggi incentive</li></ul>	Da metà Ottobre a metà Novembre
<p>UNITA' 2</p> <p><b>LA PROGRAMMAZIONE AZIENDALE</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• La gestione dell'impresa</li><li>• Le strategie aziendali</li><li>• La pianificazione strategica</li><li>• La programmazione operativa</li><li>• Produttività efficacia ed efficienza</li><li>• La qualità aziendale</li><li>• Il sistema di qualità</li></ul>	Da metà a fine Novembre
<p>UNITA' 4</p> <p><b>IL BUDGET DELLE IMPRESE TURISTICHE</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Il budget</li><li>• Il controllo di budget</li><li>• La redazione del budget</li><li>• I budget di settore delle agenzie intermediarie</li></ul>	Dicembre

<ul style="list-style-type: none"> <li>• I budget di settore dei tour operator</li> <li>• Il budget economico generale delle imprese di viaggi</li> <li>• Il budget degli investimenti e il budget finanziario delle imprese di viaggi</li> <li>• Il budget delle camere delle imprese ricettive</li> <li>• Il budget del F&amp;B e dei costi operativi non distribuiti nelle imprese ricettive</li> <li>• Il budget economico generale degli investimenti e finanziario delle imprese ricettive</li> </ul>	
<p>UNITA' 3 IL BUSINESS PLAN</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La business idea e il progetto imprenditoriale</li> <li>• Dalla business idea al business plan</li> <li>• I contenuti del business plan: dall'analisi di mercato alle misure di sicurezza</li> <li>• I contenuti del business plan: l'analisi economico- finanziaria</li> <li>• Il lean start-up</li> </ul> <p>Relativamente al business plan la classe, divisa in gruppi ha lavorato in laboratorio redigendo un business plan relativo all'ipotetica apertura di un Bad &amp; Breakfast con annesso ristorante a Piove di Sacco, da parte di un gruppo di giovani diplomati. Questo lavoro è stato consegnato a fine aprile.</p>	Gennaio
<p>UNITA' 8 L'ANALISI DI BILANCIO PER INDICI</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Le analisi di bilancio</li> <li>• La riclassificazione dello Stato patrimoniale</li> <li>• L'equilibrio della struttura patrimoniale e finanziaria</li> <li>• La riclassificazione del Conto economico</li> <li>• Gli indici di bilancio</li> </ul>	Febbraio Marzo
<p>UNITA' 5 LA COMUNICAZIONE DELL'IMPRESA</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Finalità</li> <li>• La comunicazione esterna</li> <li>• Il piano di comunicazione</li> <li>• La comunicazione interna</li> </ul> <p>APPROFONDIMENTO SULLA COMUNICAZIONE SOCIO- AMBIENTALE ( su fotocopie fornite dalla docente)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• L'etica e la responsabilità sociale d'impresa</li> <li>• La reputazione d'impresa e la comunicazione socio-ambientale</li> <li>• I codici di comportamento</li> <li>• La rendicontazione socio-ambientale</li> </ul>	Aprile
<p>UNITA' 6 IL PIANO DI MARKETING</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La pianificazione strategica di marketing</li> <li>• La stesura del marketing plan: l'analisi esterna, l'analisi interna e il controllo</li> </ul>	Aprile
<p>UNITA' 7 IL MARKETING TERRITORIALE</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestione, promozione e sviluppo sostenibile del territorio</li> <li>• Il marketing turistico pubblico integrato</li> <li>• Il marketing della destinazione turistica</li> </ul>	Aprile
<p>UNITA' 9 L'ANALISI DI BILANCIO PER FLUSSI</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Il rendiconto finanziario</li> <li>• Il flusso della gestione reddituale</li> </ul>	Ultima settimana di Aprile fino a metà Maggio

• Lettura di un rendiconto di capitale circolante netto	
Le ore effettivamente svolte fino al 15 maggio sono risultate n. 95	

## 2. METODOLOGIE

(Lezione frontale, gruppi di lavoro, processi individualizzati, attività di recupero - sostegno e integrazione, ecc.):

- lezione frontale e interattiva attraverso la discussione e il dialogo con la classe
- esercitazioni in classe
- spiegazione guidata con esercizi applicativi
- lavoro domestico

## 3. MATERIALI DIDATTICI

- Il testo in uso: “DTA Discipline turistiche e aziendali “ Volume C “ Pianificazione e controllo” di N. Agusani, F.Cammisa; P. Matrisciano , Mondadori Education
- Orario settimanale: 4 ore di cui, quasi sempre, 1 ora settimanale di laboratorio per ricerche, costruzione di itinerari, redazione di un business plan;
- esercitazioni, a volte prodotte dal docente.

## 4. TIPOLOGIE DELLE PROVE DI VERIFICA UTILIZZATE :

Sono stati utilizzati i seguenti strumenti per la verifica ed il controllo del livello di apprendimento:

- verifica formativa con: compiti assegnati a casa anche di ricerca su argomenti o itinerari, esercitazioni alla lavagna, quesiti brevi su argomenti base e sui temi più significativi.
- verifica sommativa con: prove orali e prove scritte con utilizzo di interrogazioni lunghe, questionari ed esercizi.

Piove di Sacco, 15 maggio 2015

La docente  
Gianna Biasetton