

RELAZIONE FINALE DEL DOCENTE

Allegato A

CLASSE	5 [^] BET
INDIRIZZO	ECONOMICO TURISTICO
ANNO SCOLASTICO	2016/17
DISCIPLINA	Discipline Turistiche Aziendali
DOCENTE	Massimo Marcellan

REV.	DATA	EMESSO DA	MDI
00	12.03.2016	RSQ	2.7

RELAZIONE FINALE DEL DOCENTE

1. PRESENTAZIONE DELLA CLASSE

Fin dalla terza quasi tutti gli alunni di questa classe abbastanza numerosa hanno evidenziato un atteggiamento di disponibilità e partecipazione alle attività didattiche proposte, e in molti casi entusiasmo nell'affrontare lo studio e le interazioni tra le diverse discipline.

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, e l'interesse dimostrato in classe nella partecipazione ai percorsi didattici è stato adeguato, anche se troppo legato ai contenuti proposti dal testo, senza spaziare nelle proposte di approfondimento.

In relazione alla programmazione curricolare sono stati conseguiti i seguenti traguardi formativi in termini di competenze, conoscenze e abilità, conseguiti da tutta la classe con diverso grado, e per qualcuno in modo molto frammentario. Un gruppo di alunni infatti, mantenendo un impegno costante e responsabile, ha consolidato buoni risultati. Il resto della classe, pur mancando di un approccio trasversale e approfondito, ha raggiunto in parte risultati discreti e in parte sufficienti come si evince dalle valutazioni di fine anno.

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

COMPETENZE	CONOSCENZE	ABILITÀ
Riconoscere e interpretare: <ul style="list-style-type: none"> 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. 	<ul style="list-style-type: none"> I mercati e i prodotti turistici: a catalogo e a domanda Il catalogo come strumento di promozione e commercializzazione I prezzi dei pacchetti turistici Tecniche di organizzazione per viaggi ed eventi 	<ul style="list-style-type: none"> Elaborare prodotti turistici, anche a carattere tematico e il relativo prezzo con riferimento al territorio e alle sue caratteristiche Interpretare le informazioni contenute sui cataloghi Utilizzare tecniche e strumenti per la programmazione e l'organizzazione di eventi

REV.	DATA	EMESSO DA	MDI
00	21.04.2016	RSQ	11.5

<ul style="list-style-type: none"> • Interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi di gestione e flussi informativi • Gestire il sistema delle rilevazioni aziendali con l'ausilio di programmi di contabilità integrata specifici per le aziende del settore turistico • Riconoscere le peculiarità organizzative delle imprese turistiche e contribuire a cercare soluzioni funzionali alle diverse tipologie • Distinguere e valutare i prodotti e i servizi aziendali, effettuando calcoli di convenienza per individuare soluzioni ottimali • Redigere relazioni tecniche e documentare le attività individuali e di gruppo relative a situazioni professionali • Utilizzare le reti e gli strumenti informatici nelle attività di studio, ricerca e approfondimento. 	<ul style="list-style-type: none"> • Strategia aziendale e pianificazione strategica • Struttura e funzioni del Business Plan • Il controllo di gestione • La contabilità gestionale • Classificazioni dei costi e configurazioni di costo • Break even analysis • La programmazione, il budget e il controllo budgetario 	<ul style="list-style-type: none"> • Individuare mission, vision, strategia e pianificazione di un caso aziendale dato • Monitorare i processi produttivi e analizzare i dati per ricavarne indici • Elaborare business plan • Utilizzare le informazioni per migliorare la pianificazione, lo sviluppo e il controllo dell'impresa turistica
<ul style="list-style-type: none"> • 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 e gli strumenti di marketing delle imprese turistiche in differenti casi e contesti. • Contribuire a realizzare piani di marketing con riferimento a specifiche tipologie di imprese o di prodotti turistici 	<ul style="list-style-type: none"> • Strategie di marketing anche elettronico e customer relationship management • Marketing territoriale e della destinazione • Politiche di sviluppo sostenibile dell'Ente Pubblico • 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 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 governance del settore

REV.	DATA	EMESSO DA	MDI
00	21.04.2016	RSQ	11.5

<ul style="list-style-type: none"> • Individuare le caratteristiche del mercato del lavoro e collaborare alla gestione del personale dell'impresa turistica • Utilizzare procedure per la gestione del sistema di qualità nelle imprese turistiche 	<ul style="list-style-type: none"> • Politica del personale • Tecniche di selezione del personale e formazione • La ricerca attiva del lavoro: Il curriculum europeo • La gestione della qualità • Figure professionali preposte 	<ul style="list-style-type: none"> • Redigere il curriculum vitae europeo e simulare test e colloqui di selezione, anche in lingua straniera. • Gestire la Qualità nelle imprese turistiche
<ul style="list-style-type: none"> • Saper interpretare il proprio autonomo ruolo nel lavoro di gruppo 		<ul style="list-style-type: none"> • Analizzare e commentare casi aziendali collegati al proprio territorio

COMPETENZE CHIAVE PER L'APPRENDIMENTO PERMANENTE

2. X La comunicazione nella madrelingua;
3. X La comunicazione in lingue straniere;
4. X La competenza matematica e le competenze di base in campo scientifico e tecnologico;
5. X La competenza digitale;
6. X Imparare ad imparare;
7. X Le competenze sociali e civiche;
8. X Senso di iniziativa e di imprenditorialità;
9. X Consapevolezza ed espressioni culturali.

RUOLO SPECIFICO DELLA DISCIPLINA NEL LORO RAGGIUNGIMENTO

Il ruolo della disciplina per il raggiungimento delle competenze chiave si è svolta 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
- lavori personali che hanno favorito il corretto uso di terminologie o tecniche acquisite
- lezioni frontali aperte: da una idea base è stato stimolato l'intervento della classe alla costruzione del caso e da questo alla estrapolazione di generalizzazioni (dal caso all'idea)
- lezioni con esperti
- utilizzo di strumenti tratti dalla realtà per favorire l'interazione costante col mondo esterno
- Attività laboratoriali

Contenuti disciplinari e tempi di realizzazione esposti per *Moduli*

MODULI	CONOSCENZE/CONTENUTI	ABILITA'	TEMPI
PIANIFICAZIONE STRATEGICA E CONTROLLO DI GESTIONE	<ul style="list-style-type: none"> • Strategia aziendale e pianificazione strategica • Struttura e funzioni del Business Plan • Il controllo di gestione • La contabilità gestionale • Classificazioni dei costi e configurazioni di costo 	<ul style="list-style-type: none"> • Individuare mission, vision, strategia e pianificazione di un caso aziendale dato • Monitorare i processi produttivi e analizzare i dati per ricavarne indici • Elaborare business plan • Utilizzare le informazioni per migliorare la pianificazione, lo 	Settembre/di cembre

REV.	DATA	EMESSO DA	MDI
00	21.04.2016	RSQ	11.5

	<ul style="list-style-type: none"> • Break even analysis <p>La programmazione, il budget e il controllo budgetario</p>	sviluppo e il controllo dell'impresa turistica	
PRODOTTI TURISTICI A CATALOGO E A DOMANDA	<ul style="list-style-type: none"> • I mercati e i prodotti turistici: a catalogo e a domanda • Il catalogo come strumento di promozione e commercializzazione • I prezzi dei pacchetti turistici • Tecniche di organizzazione per viaggi ed eventi 	<ul style="list-style-type: none"> • Elaborare prodotti turistici, anche a carattere tematico e il relativo prezzo con riferimento al territorio e alle sue caratteristiche • Interpretare le informazioni contenute sui cataloghi • Utilizzare tecniche e strumenti per la programmazione e l'organizzazione di eventi 	Dicembre/ aprile
STRATEGIE DI MARKETING TURISTICO E NUOVE TECNICHE DI COMUNICAZIONE	<ul style="list-style-type: none"> • Strategie di marketing anche elettronico e customer relationship management • Marketing territoriale e della destinazione • Politiche di sviluppo sostenibile dell'Ente Pubblico • 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 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 governance del settore 	Gennaio / aprile
GESTIONE DELLA QUALITA'	<ul style="list-style-type: none"> • La gestione della qualità • Figure professionali preposte 	<ul style="list-style-type: none"> • Gestire la Qualità nelle imprese turistiche 	Aprile/ maggio

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 l'analisi di casi e 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.

MATERIALI DIDATTICI

Il libro di testo adottato per la classe quinta indirizzo Turistico è stato: " Turismo: prodotti, imprese, professioni" per il quinto anno di G. Batarra e C. Sabatini Ed. Tramontana.

Il testo si è rivelato poco adatto a supportare l'attività in classe e a casa, e non è stato un riferimento adeguato alle necessità didattiche. Per questo, ad integrazione del testo, si è ricorso alla lettura di articoli tratti da quotidiani, sussidi audiovisivi, presentazioni PPT e la navigazione in alcuni siti Internet di settore, che hanno fatto sì che la trattazione teorica fosse quanto più possibile riferita alla realtà.

REV.	DATA	EMESSO DA	MDI
00	21.04.2016	RSQ	11.5

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 seconda prova d'esame.

Il Docente

Prof. Massimo Marcellan

Piove di Sacco, 15 maggio 2017

REV.	DATA	EMESSO DA	MDI
00	21.04.2016	RSQ	11.5