**Relazione Finale**

**del docente**

Allegato A – Documento del 15 maggio

|  |  |
| --- | --- |
| **CLASSE** | 5 BET |
| **INDIRIZZO** | TURISMO |
| **ANNO SCOLASTICO** | 2022/2023 |
| **DISCIPLINA** | DISCIPLINE TURISTICHE ED AMMINISTRATIVE |
| **DOCENTE** | INGEGNERI EMANUELE |

**RELAZIONE FINALE DEL DOCENTE**

### Profilo della Classe

*(descrizione della composizione, della partecipazione al dialogo educativo, dell’interesse e dell’impegno dimostrati, delle relazioni interpersonali, ecc.)*

La classe si presenta abbastanza omogenea dal punto di vista didattico e comportamentale, il comportamento non è sempre adeguato e la partecipazione delle lezioni è frammentaria in funzione all’argomento svolto. Le relazioni interpersonali tra gli alunni sono buone anche se influenzate negativamente da un grave incidente accaduto nell’estate 2022 che ha causato momenti di tensione e di sconforto generale. Dal punto di vista didattico lo studio domestico generalmente è sufficiente e l’attenzione in classe frammentaria

### Nodi concettuali fondamentali trattati, argomenti, contenuti e tempi di realizzazione

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Nodi concettuali, argomenti e contenuti | **Periodo** | **Ore** |
| L’azienda, definizione, funzionamento, concetto di bisogno, marketing, idea imprenditoriale, pianificazione, ambiente (fornitori, clienti e competitors) | 1 | 12 |
| Il bilancio, prospetti ed analisi | 1 | 12 |
| Il business plan, contenuto, sezioni ed analisi | 1 | 30 |
| Contabilità gestionale: full costing e direct costing | 1 e 2 | 13 |
| Il budget |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |

I suddetti nodi concettuali fondamentali verranno maggiormente esplicitati analiticamente nel Programma finale del docente.

### Metodologie Didattiche utilizzate

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| □ | Lezioni frontali | □ | Cooperative Learning |
| □ | Lavori di gruppo | □ | Lezioni guidate |
| □ | Classi aperte | □ | Problem solving |
| □ | Attività laboratoriali | □ | Brainstorming |
| □ | Esercitazioni pratiche | □ | Peer tutoring |

### Strumenti e materiali didattici

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 🞪 | Libro di testo | □ | Uscite didattiche |
| □ | Testi didattici di supporto | □ | Sussidi audiovisivi |
| □ | Stampa specialistica | □ | Film - Documentari |
| □ | Scheda predisposta dal docente | □ | Filmati didattici |
| 🞩 | Computer | 🞪 | Presentazioni in PowerPoint |
| □ | Viaggi di istruzione | □ | LIM |
| □ | Incontri con esperti | □ | Formazione esperienziale |
| □ | Altro………………………………….. |  |  |

### Tipologie delle prove di verifica utilizzate

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **PROVE SCRITTE** |  | **PROVE ORALI** |  | **PROVE PRATICHE** |
| 🞪 | Quesiti | 🞪 | Interrogazione |  | ……………………………. |
| 🞪 | Vero / Falso | □ | Intervento | □ | ……………………………. |
| □ | Scelta multipla | □ | Dialogo | □ | ……………………………. |
| □ | Completamento | □ | Discussione | □ | ……………………………. |
| 🞪 | Soluzione di problemi | 🞪 | Presentazione lavoro di gruppo | □ | ……………………………. |
| □ | ……………………………………. | □ | ……………………………….……… | □ | ……………………………. |

### Contributo della disciplina al raggiungimento delle conoscenze e competenze proprie di “Educazione Civica”

La disciplina non è stata interessata dalle ore di educazione civica

### Risultati raggiunti

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

*(indicare in modo sintetico i risultati conseguiti dalla classe)*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **CONOSCENZE** | **ABILITÀ** | **COMPETENZE** |
| **Identificare e applicare le metodologie e le tecniche della gestione per progetti**    **Riconoscere ed interpretare le tendenze dei mercati locali, nazionali e globali anche per coglierne le ripercussioni nel contesto turistico e i macro-fenomeni socio-economici globali in termini generali e specifici dell’impresa turistica.**  **Interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi di gestione e flussi informativi** | * Gli obiettivi strategici dell’impresa * L’analisi dell’ambiente esterno * Scopo e caratteristiche della pianificazione strategica * Le matrici come strumento decisionale * Le caratteristiche della programmazione operativa * Caratteristiche e funzioni del controllo di gestione * La qualità nelle imprese turistiche | * Individuare le opportunità e le minacce presenti nell’ambiente esterno * Individuare le caratteristiche della pianificazione strategica * Individuare le caratteristiche della programmazione operativa |
| **Riconoscere ed interpretare le tendenze dei mercati locali, nazionali e globali anche per coglierne le ripercussioni nel contesto turistico e i macro-fenomeni socio-economici globali in termini generali e specifici dell’impresa turistica.**  **Redigere relazioni tecniche e documentare le attività individuali e di gruppo relative a situazioni professionali**  **Interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi di gestione e flussi informativi**  **utilizzare il sistema delle comunicazioni e delle relazioni delle imprese turistiche** | * La contabilità analitica * La differenza tra costi fissi, variabili e semivariabili * Il concetto di centro di costo, i costi diretti e indiretti * I metodi full costing e direct costing * Le configurazioni di costo nelle imprese turistiche * La determinazione del prezzo nelle imprese turistiche * Il break even point | * Distinguere i costi fissi dai costi variabili * Calcolare il costo totale, medio e unitario di un prodotto * Distinguere i costi diretti e indiretti * Determinare le diverse configurazioni di costo * Determinare il prezzo di vendita applicando un mark-up * Effettuare la break-even analysis per determinare il punto di pareggio |
| **Riconoscere ed interpretare le tendenze dei mercati locali, nazionali e globali anche per coglierne le ripercussioni nel contesto turistico e i macro-fenomeni socio-economici globali in termini generali e specifici dell’impresa turistica.**  **Individuare ed 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** | * La forma del piano di marketing * La SWOT analysis * Le fasi dell’analisi della situazione esterna * L’analisi della situazione interna * La definizione delle tattiche di marketing | * Individuare le opportunità e le minacce provenienti dall’ambiente esterno * Individuare i punti di forza e di debolezza dell’ambiente interno * Effettuare l’analisi SWOT * Individuare gli elementi necessari per sviluppare un piano di marketing * Elaborare il marketing mix |
| **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**  **Redigere relazioni tecniche e documentare le attività individuali e di gruppo relative a situazioni professionali**  **Riconoscere ed interpretare le tendenze dei mercati locali, nazionali e globali anche per coglierne le ripercussioni nel contesto turistico e i macro-fenomeni 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** | * Funzione ed elaborazione dl budget * Il budget dei Tour Operator * Il Budget delle vendite, dei costi ed economico dei settori camere e F&B delle strutture ricettive | * Redigere il budget delle vendite e dei costi generali di un’impresa del settore turistico |
| **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 ed utilizzare gli strumenti di comunicazione e di team working più appropriati per intervenire nei contesti organizzativi e professionali di riferimento**  **Riconoscere ed interpretare le tendenze dei mercati locali, nazionali e globali anche per coglierne le ripercussioni nel contesto turistico e i macro-fenomeni 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** | * La programmazione dei viaggi * Il marketing mix del prodotto viaggio * Gli elementi di un catalogo * I prodotti turistici italiani * L’evento * La pianificazione dell’evento * La promozione dell’evento | * Distinguere le diverse parti di un catalogo * Saper utilizzare gli elementi del marketing mix per la costruzione di un viaggio * Redigere preventivi economici a costi netti e lordi di viaggi da catalogo e a domanda |
| **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 ed utilizzare gli strumenti di comunicazione e di team working più appropriati per intervenire nei contesti organizzativi e professionali di riferimento**  **Riconoscere le peculiarità organizzative delle imprese turistiche e contribuire a cercare soluzioni funzionali alle diverse tipologie**  **Progettare documentare  e presentare servizi o prodotti turistici**  **Individuare le caratteristiche del mercato del lavoro e collaborare alla gestione del personale dell’impresa turistica**  **Utilizzare il sistema delle comunicazioni e delle relazioni delle imprese turistiche** | * Scopi e tecniche della comunicazione interna di impresa * Scopi e tecniche della comunicazione esterna di * Forme della comunicazione esterna * La comunicazione come strumento di promozione personale durante la ricerca del lavoro | * Riconoscere gli obiettivi della comunicazione di impresa * Individuare e selezionare le forme, le strategie e le tecniche di comunicazione aziendale più appropriate nei diversi contesti |
|  |  |  |

Piove di Sacco, \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Il/la Docente

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_