

PROGRAMMA SVOLTO

CLASSE	5 [^] CET
INDIRIZZO	Tecnico Economico Turistico
ANNO SCOLASTICO	2023/2024
DISCIPLINA	Discipline Turistiche ed Aziendali
DOCENTE	Carraro Maria Cristina

PROGRAMMA SVOLTO NELLA CLASSE 5[^] CET

Libro di testo adottato *i Cammisa Matrisciano Discipline Turistiche Aziendali 3 “ Elemond Scuola & Azienda*

COMPETENZE SVILUPPATE	NUCLEI TEMATICI FONDAMENTALI	CONTENUTI
<p>-Identificare e applicare le metodologie e le tecniche della gestione per progetti</p> <p>-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.</p> <p>-Interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi di gestione e flussi informativi</p> <p>-Riconoscere le peculiarità organizzative delle imprese turistiche e contribuire a cercare soluzioni funzionali alle diverse tipologie</p> <p>-Progettare documentare e presentare servizi o prodotti turistici</p>	<p style="text-align: center;">PIANIFICAZIONE , PROGRAMMAZIONE , CONTROLLO E IL BUSINESS PLAN</p> <p>- La Pianificazione strategica - La Programmazione Operativa - Le matrici - Dalla Business idea al Business Plan</p>	<p>UNITA’ 1 : “LA PIANIFICAZIONE STRATEGICA E LA PROGRAMMAZIONE”</p> <ul style="list-style-type: none"> • La gestione Strategica • La Pianificazione strategica • Analisi e comprensione dell’ambiente esterno • La matrice di Porter • La matrice BCG • La programmazione operativa <p>UNITA’ 2: “IL BUSINESS PLAN”</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dalla business idea al progetto imprenditoriale • La struttura del business plan e l’analisi di mercato • L’analisi tecnica/tecnologica e le politiche commerciali e di comunicazione • Il piano di start up • Il preventivo finanziario • Le previsioni di vendita • Il preventivo economico, il ROI e il ROE • Il business plan di un TO

-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

-Riconoscere le peculiarità organizzative delle imprese turistiche e contribuire a cercare soluzioni funzionali alle diverse tipologie

-utilizzare il sistema delle comunicazioni e delle relazioni delle imprese turistiche

-Identificare e applicare le metodologie e le tecniche della gestione per progetti

-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

LA CONTABILITA' ANALITICA E IL BUDGET

- La Contabilità analitica
- La classificazione dei costi
- Il Diagramma di redditività e la Break Even Analysis
- I metodi Full costing e direct costing
- Le configurazioni di costo
- I margini di contribuzione
- Il Budget: funzioni e composizione
- Il Budget di un'Impresa ricettiva
- Il Budget di un Tour Operator

UNITA' 3 : "LA CONTABILITA' DEI COSTI"

- La contabilità analitica
- Analisi dei costi e dei ricavi
- La classificazione dei costi
- I costi fissi
- I costi variabili
- I centri di costo, i costi diretti e indiretti
- Il controllo dei costi con il metodo full costing
- Il controllo dei costi con il metodo direct costing
- Le configurazioni di costo
- La determinazione del prezzo nelle imprese turistiche
- La break even analysis

UNITA' 4: "IL BUDGET"

- Funzioni ed elaborazione del budget
- La stima dei costi e dei ricavi e i budget settoriali
- Budget degli investimenti e dei finanziamenti
- Budget economico generale
- Il budget dei Tour Operator
- Il Budget delle vendite, dei costi ed economico dei settori camere e F&B delle strutture ricettive
- Il controllo di budget e l'analisi degli scostamenti

<p>-Progettare documentare e presentare servizi o prodotti turistici</p> <p>-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</p> <p>-individuare e accedere alla normativa pubblicitaria, civilistica, fiscale con particolare riferimento a quella del settore turistico.</p> <p>-Individuare le caratteristiche del mercato del lavoro e collaborare alla gestione del personale dell'impresa turistica</p>		
<p>-Identificare e applicare le metodologie e le tecniche della gestione per progetti</p> <p>-Redigere relazioni tecniche e documentare le attività individuali e di gruppo relative a situazioni professionali</p> <p>-individuare ed utilizzare gli strumenti di comunicazione e di team working più appropriati per</p>	<p>LA PROGRAMMAZIONE DEI VIAGGI</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le imprese di viaggi e l'attività di programmazione - I viaggi a catalogo - Il marketing mix di un pacchetto - I viaggi Incentive - Gli eventi 	<p>UNITA' 5: "LA PROGRAMMAZIONE DEI VIAGGI E DEGLI EVENTI"</p> <ul style="list-style-type: none"> • La programmazione dei viaggi • La destinazione e la costruzione di un itinerario • Il marketing mix del prodotto viaggio • Il catalogo: strumento di distribuzione e promozione • I prodotti dell'incoming italiano • Gli eventi • La pianificazione di un evento • I viaggi incentive e i viaggi educational

<p>intervenire nei contesti organizzativi e professionali di riferimento</p> <p>-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</p> <p>-Progettare documentare e presentare servizi o prodotti turistici</p> <p>-utilizzare il sistema delle comunicazioni e delle relazioni delle imprese turistiche</p>		
<p>- identificare e applicare le metodologie e le tecniche della gestione per progetti</p> <p>--Redigere relazioni tecniche e documentare le attività individuali e di gruppo relative a situazioni professionali</p> <p>-Riconoscere ed interpretare le tendenze dei mercati locali,</p>	<p>IL MARKETING TERRITORIALE</p> <ul style="list-style-type: none"> - il Marketing territoriale - la Destinazione Turistica - il Prodotto destinazione e il piano di Marketing Territoriale - Gli Eventi e gli educational tour 	<p>UNITA' 6: "L MARKETING TERRITORIALE"</p> <ul style="list-style-type: none"> • I compiti della Pubblica Amministrazione: gestione, promozione e sviluppo sostenibile del territorio • Il marketing turistico pubblico e integrato • Il marketing della destinazione turistica: il prodotto destinazione • Il piano di marketing territoriale : l'analisi SWOT • I flussi turistici e il benchmarking • Il piano di marketing territoriale: il planning • Gli eventi : strumenti di marketing turistico integrato

<p>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</p>		<p>UNITA' 7: "LA COMUNICAZIONE NELL'IMPRESA"</p> <ul style="list-style-type: none"> • Le basi della comunicazione • La comunicazione d'impresa • La comunicazione interna • La comunicazione esterna
<p>-Progettare documentare e presentare servizi o prodotti turistici</p>		
<p>-utilizzare il sistema delle comunicazioni e delle relazioni delle imprese turistiche</p>		

OBIETTIVI SPECIFICI DI APPRENDIMENTO RELATIVI ALLA DISCIPLINA "EDUCAZIONE CIVICA"		
COMPETENZE SVILUPPATE	ARGOMENTI SVOLTI	CONTENUTI E MATERIALI ANALIZZATI
<p>COMPETENZA _____ 6. Cogliere la complessità dei problemi esistenziali, morali, politici, sociali, economici e scientifici e formulare risposte personali argomentate.</p>	<p>Responsabilità Sociale d'Impresa</p>	<ul style="list-style-type: none"> • La Responsabilità sociale d'impresa • Gli stakeholder • Le buone pratiche e il Bilancio Sociale

Piove di Sacco, 8 giugno 2024

I rappresentanti di classe

Il Docente
Carraro Maria Cristina