

SEDE CENTRALE

Via G. Parini, 10/C - 35028 - Piove di Sacco (PD) Tel. 049-5841692; 049-5841969; 049-9703995
CF e PI: 80024700280 - Codice Meccanografico: PDIS02100V - Codice Univoco Ufficio: UFS6EP
Mail: pdis02100v@istruzione.it - Pec: pdis02100v@pec.istruzione.it

SEDE STACCATA

Via Ortazzi, 11 - 35028 - Piove di Sacco (PD) Tel: 049-5841129

INDIRIZZI DI STUDIO

Istituto Tecnico Economico: AFM, SIA, Turismo - Istituto Tecnico Tecnologico: CAT
Istituto Professionale: Servizi per l'Agricoltura, Servizi per la sanità e l'assistenza sociale

RELAZIONE FINALE DEL DOCENTE

Allegato A – Documento del 15 maggio

CLASSE	5 BET
INDIRIZZO	Turismo
ANNO SCOLASTICO	2024/2025
DISCIPLINA	Discipline turistiche
DOCENTE	Doria Alessandro

RELAZIONE FINALE DEL DOCENTE

1. PROFILO DELLA CLASSE

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

La classe è composta da 23 alunni di cui 1 maschi. Lo svolgimento delle lezioni è regolare, la classe sia pur non interamente e non costantemente partecipa allo svolgimento delle lezioni.

Il dialogo educativo è stato non sempre costante, dovuto ad un interesse e ad un impegno alternato, sia pur non di tutti gli allievi. Alcuni alunni dimostrano ottimi, se non eccellenti, profili di impegno e costanza. Una buona parte della classe è però proattiva e propensa al dialogo e alla partecipazione. Le relazioni interpersonali si dimostrano positive

In quest'ultima parte dell'anno, non essendo le "discipline turistiche" seconda prova scritta d'esame, si sta invitando costantemente gli alunni e le alunne ad impegnarsi maggiormente per affrontare un dialogo volto ad acquisire nozioni di disciplina ma anche una visione più ampia e matura di quanto impartito, con continui collegamenti al mondo attuale e all'ambiente lavorativo che potenzialmente dovranno affrontare.

2. NODI CONCETTUALI FONDAMENTALI TRATTATI, ARGOMENTI, CONTENUTI E TEMPI DI REALIZZAZIONE

NODI CONCETTUALI, ARGOMENTI E CONTENUTI	Periodo	Ore
La pianificazione strategica e la e la programmazione. Gestire una impresa significa governarla attraverso una serie di decisioni da intraprendere nel breve, medio e lungo periodo. Attuazione di programmi operativi utili che riguardano azienda nel suo complesso o specifiche aree	settembre	13
Il business plan. Contenuti e caratteristiche del BP come documento utile a mettere a fuoco la situazione del mercato, i punti di forza e di debolezza della iniziativa programmata, organizzazione aziendale	Ottobre	16
La contabilità dei costi. La contabilità analitica che esamina i costi che impresa sostiene e i ricavi collegati a ciascun centro di costo	Novembre - dicembre	22
Il budget, quale strumento di programmazione e controllo con cui si fissa il volume delle vendite e conseguentemente si stabiliscono i fattori produttivi necessari e le spese da sostenere	Gennaio - febbraio	22
La programmazione dei viaggi e degli eventi. Il marketing mix. Il catalogo come strumento fondamentale per illustrare l'offerta.	Febbraio - marzo	16
Il marketing territoriale, come equilibrio di un mix di politiche e promozione pubbliche e private che genera il concetto di marketing turistico integrato	Marzo - aprile	11

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

3. METODOLOGIE DIDATTICHE UTILIZZATE

- ☒ Lezioni frontali
- ☒ Lavori di gruppo
- ☐ Classi aperte

- ☐ Cooperative Learning
- ☐ Lezioni guidate
- ☒ Problem solving

- | | |
|---|--|
| ☐ Attività laboratoriali | ☐ Brainstorming |
| X Esercitazioni pratiche | ☐ Peer tutoring |

4. STRUMENTI E MATERIALI DIDATTICI

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

5. TIPOLOGIE DELLE PROVE DI VERIFICA UTILIZZATE

- | PROVE SCRITTE | PROVE ORALI | PROVE PRATICHE |
|--------------------------------|---|--------------------------------|
| X Quesiti | ☐ Interrogazione | ☐ |
| X Vero / Falso | ☐ Intervento | ☐ |
| X Scelta multipla | ☐ Dialogo | ☐ |
| X Completamento | ☐ Discussione | ☐ |
| X Soluzione di problemi | ☐ | ☐ |
| ☐ | ☐ | ☐ |

6. CONTRIBUTO DELLA DISCIPLINA AL RAGGIUNGIMENTO DELLE CONOSCENZE E COMPETENZE PROPRIE DI "EDUCAZIONE CIVICA"

Il Consiglio di Classe ha attuato le attività e progetti trasversali inerenti all'insegnamento di "Educazione Civica", ed in particolare si sono affrontate tematiche relative ai mercati finanziari e alle implicazioni legate alle dinamiche inflazionistiche.

7. RISULTATI RAGGIUNTI

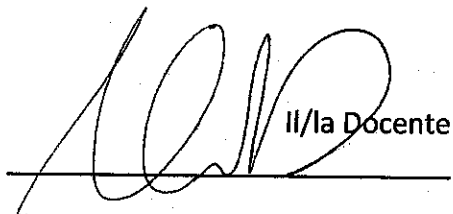
In relazione alla programmazione curricolare sono stati conseguiti i seguenti risultati in termini di:
(indicare in modo sintetico i risultati conseguiti dalla classe)

COMPETENZE	CONOSCENZE	ABILITÀ
Interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi di gestione e flussi	- Il processo decisionale. - La matrice BCG. - 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. - Costruire semplici matrici BCG.

	■ I principali indici di efficienza ed efficacia.	■ Individuare i parametri di qualità nelle imprese turistiche. ■ Calcolare indici di efficienza e di efficacia.
■ Riconoscere e interpretare le tendenze dei mercati locali, nazionali e globali anche per coglierne le ripercussioni nel contesto turistico. ■ Progettare e presentare servizi o prodotti turistici.	■ Caratteristiche del business plan. ■ Il preventivo finanziario. ■ Le previsioni di vendita. ■ Il preventivo economico.	- Individuare gli elementi necessari per sviluppare una business idea. ■ Redigere il preventivo economico e calcolare gli indici di redditività.
■ Identificare e applicare le metodologie e le tecniche della gestione per progetti.	- La differenza tra costi fissi, variabili e semivariabili. ■ Il costo totale e il costo medio unitario. ■ La differenza tra costo unitario fisso e variabile. ■ Il concetto di centro di costo, i costi diretti e indiretti. ■ Il metodo del full costing. ■ Le configurazioni di costo nelle imprese turistiche. ■ La determinazione del prezzo nelle imprese turistiche. ■ Il direct costing. ■ Il break-even point. ■ Il revenue mangement.	■ Distinguere i costi fissi dai costi variabili. ■ Calcolare il costo totale, medio e unitario di un prodotto. ■ Distinguere i costi diretti e indiretti. ■ Applicare i metodi di ripartizione dei costi indiretti. ■ Determinare le diverse configurazioni di costo. ■ Determinare il prezzo di vendita di un viaggio organizzato e di un soggiorno alberghiero. ■ Effettuare la break-even analysis per determinare il punto di pareggio. ■ Saper calcolare il revenue mangement.
Interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi di gestione e flussi informativi.	- Funzione ed elaborazione del budget. ■ I costi standard. ■ Il budget degli investimenti e dei finanziamenti. ■ Il budget economico generale. ■ I budget di settore dei Tour operator. ■ Il budget delle vendite, dei costi ed economico dei settori camere e F&B delle strutture ricettive. ■ Il budget dei costi operativi non distribuiti. ■ Il controllo di budget. ■ L'analisi degli scostamenti globali ed elementari.	■ Redigere semplici budget degli investimenti e dei finanziamenti di un'impresa turistica. ■ Redigere il budget delle vendite, di produzione, dei costi commerciali ed economico di prodotto di un Tour operator. ■ Calcolare e analizzare gli scostamenti globali e gli scostamenti elementari
■ Progettare e presentare servizi o prodotti turistici.	■ La normativa europea sui viaggi organizzati. ■ La programmazione dei viaggi. ■ Il marketing mix del prodotto viaggio. ■ La pianificazione di un evento.	■ Individuare gli aspetti salienti della normativa europea. ■ Saper comparare e valutare cataloghi con le stesse destinazioni.

		■ 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. ■ Realizzare un evento.
■ Contribuire a realizzare piani di marketing con riferimento a specifiche tipologie di imprese o prodotti turistici. ■ Progettare, documentare e presentare servizi o prodotti turistici.	■ Il marketing turistico pubblico e integrato. ■ Il marketing della destinazione turistica. ■ Il benchmarking. ■ Il piano di marketing strategico turistico. ■ Gli eventi come elementi di sviluppo territoriale.	■ Analizzare un piano di marketing strategico turistico pubblico

Piove di Sacco, 14/5/2025


Il/la Docente