

**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

<b>CLASSE</b>	5 <sup>^</sup> CET
<b>INDIRIZZO</b>	Tecnico Economico - Turismo
<b>ANNO SCOLASTICO</b>	2024/2025
<b>DISCIPLINA</b>	Discipline Turistiche ed Aziendali
<b>DOCENTE</b>	Carraro M. Cristina

REV	DATA	EMESSO	MDI
01	04.11.2019	RSGQ	11.3.2

# RELAZIONE FINALE DEL DOCENTE

## 1. PROFILO DELLA CLASSE

Ho insegnato DTA in questa classe per l'intero triennio.

Si tratta di una disciplina caratterizzante l'indirizzo che prevede lo sviluppo di un percorso formativo di acquisizione delle competenze sistematico, complesso e continuo. L'obiettivo finale di conoscenze e competenze da raggiungere al termine del triennio risulta difficilmente divisibile nei singoli percorsi delle tre classi e prevede piuttosto una crescita continua e un consolidamento che richiedono quindi un atteggiamento e un'applicazione consapevole e responsabile.

La classe è composta attualmente da 19 alunni. La partecipazione al dialogo educativo ha evidenziato un discreto interesse per le tematiche proposte. Il rapporto tra docente e alunni è sempre stato sereno e collaborativo. Nel corso del triennio tuttavia la maggior parte della classe non ha maturato un approccio allo studio maturo e responsabile per l'acquisizione e il consolidamento di competenze solide, complete e coordinate ma ha invece condotto un lavoro mirato soprattutto all'ottenimento di risultati accettabili nelle singole verifiche. Soprattutto nel quinto anno, quando sarebbe stato necessario un impegno più assiduo ed un metodo più maturo e responsabile, mirato alla preparazione all'esame, al consolidamento e coordinamento delle competenze, la partecipazione in classe si è fatta più passiva e lo studio domestico meno sistematico.

Il profitto finale vede quindi la classe divisa in tre gruppi:

- un esiguo gruppo di alunne particolarmente motivate ha raggiunto risultati e valutazioni buoni, talvolta quasi ottimi, consolidando abilità complete e soddisfacenti;
- un gruppo più numeroso ha raggiunto livelli di competenze di base, per alcuni abbastanza solide ma non approfondite;
- infine alcuni alunni hanno mantenuto fino alla fine del percorso un scarso interesse e un impegno discontinuo. I risultati, di conseguenza, non raggiungono completamente il livello di sufficienza.

## 2. NUCLEI TEMATICI FONDAMENTALI SVOLTI E TEMPI DI REALIZZAZIONE

NUCLEI TEMATICI FONDAMENTALI	Periodo	Ore
<ul style="list-style-type: none"> <li>• PIANIFICAZIONE , PROGRAMMAZIONE , CONTROLLO E IL BUSINESS PLAN               <ul style="list-style-type: none"> <li>- La Pianificazione strategica</li> <li>- La Programmazione Operativa</li> <li>- Le matrici</li> <li>- Dalla Business idea al Business Plan</li> </ul> </li> </ul>	Settembre Ottobre Novembre Dicembre	30
<ul style="list-style-type: none"> <li>• LA CONTABILITA' ANALITICA E IL BUDGET               <ul style="list-style-type: none"> <li>- La Contabilità analitica</li> <li>- La classificazione dei costi</li> <li>- Il Diagramma di redditività e la Break Even Analysis</li> <li>- I metodi Full costing e direct costing</li> <li>- Le configurazioni di costo</li> <li>- I margini di contribuzione</li> <li>- Il Budget: funzioni e composizione</li> <li>- Il Budget di un'Impresa ricettiva</li> <li>- Il Budget di un Tour Operator</li> </ul> </li> </ul>	Gennaio Febbraio Marzo Aprile	30
<ul style="list-style-type: none"> <li>• LA PRPGRAMMAZIONE DEI VIAGGI               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Le imprese di viaggi e l'attività di programmazione</li> <li>- I viaggi a catalogo</li> <li>- Il marketing mix di un pacchetto</li> <li>- I viaggi Incentive</li> <li>- Gli eventi</li> </ul> </li> </ul>	Da Settembre a Maggio	30
<ul style="list-style-type: none"> <li>• IL MARKETING TERRITORIALE               <ul style="list-style-type: none"> <li>- il Marketing territoriale</li> <li>- la Destinazione Turistica</li> <li>- il Prodotto destinazione e il piano di Marketing Territoriale</li> <li>- Gli Eventi</li> </ul> </li> </ul>	Maggio	11

I suddetti nuclei tematici fondamentali verranno esplicitati analiticamente nel Programma finale del docente.

## 3. METODOLOGIE DIDATTICHE UTILIZZATE

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Lezioni frontali       | <input type="checkbox"/> Cooperative Learning |
| <input type="checkbox"/> Esercitazioni pratiche | <input type="checkbox"/> Lezioni guidate      |
| <input type="checkbox"/> Attività laboratoriali | <input type="checkbox"/> Problem solving      |

## 4. STRUMENTI E MATERIALI DIDATTICI

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Libro di testo                 | <input type="checkbox"/> Formazione esperienziale    |
| <input type="checkbox"/> Testi didattici di supporto    | <input type="checkbox"/> Sussidi audiovisivi         |
| <input type="checkbox"/>                                | <input type="checkbox"/> LIM                         |
| <input type="checkbox"/> Schemi predisposti dal docente | <input type="checkbox"/> Filmati didattici           |
| <input type="checkbox"/> Computer                       | <input type="checkbox"/> Presentazioni in PowerPoint |

## 5. TIPOLOGIE DELLE PROVE DI VERIFICA UTILIZZATE

### PROVE SCRITTE

- Quesiti
- Soluzione di problemi
- Esercizi
- Dati a scelta

### PROVE ORALI

- Interrogazione
- Intervento
- Dialogo
- Discussione

### PROVE PRATICHE

- Esercitazioni in laboratorio
- Presentazioni multimediali
- 
- 

## 6. CONTRIBUTO DELLA MATERIA AL RAGGIUNGIMENTO DEGLI OBIETTIVI SPECIFICI DI APPRENDIMENTO PROPRI DELLA DISCIPLINA "EDUCAZIONE CIVICA"

La Responsabilità Sociale di Impresa e il Bilancio Sociale:

- La Responsabilità Sociale di Impresa
- Gli Stakeholders
- Le buone Pratiche
- Il Bilancio Sociale (cenni)
- Il Valore Aggiunto (calcolo e destinazione )

## 7. RISULTATI RAGGIUNTI

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

CONOSCENZE	ABILITÀ	COMPETENZE
<b>LA PIANIFICAZIONE STRATEGICA E LA PROGRAMMAZIONE</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gli obiettivi strategici dell'impresa</li> <li>• L'analisi dell'ambiente esterno</li> <li>• Scopo e caratteristiche della pianificazione strategica</li> <li>• Le matrici come strumento decisionale</li> <li>• Le caratteristiche della programmazione operativa</li> <li>• Caratteristiche e funzioni del controllo di gestione</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Individuare le opportunità e le minacce presenti nell'ambiente esterno</li> <li>• Individuare le caratteristiche della pianificazione strategica</li> <li>• Individuare le caratteristiche della programmazione operativa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Identificare e applicare le metodologie e le tecniche della gestione per progetti</li> <li>-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.</li> <li>-Interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi di gestione e flussi informativi</li> <li>-Riconoscere le peculiarità organizzative delle imprese turistiche e contribuire a cercare soluzioni funzionali alle diverse tipologie</li> <li>-Progettare documentare e presentare servizi o prodotti turistici</li> </ul>
<b>IL BUSINESS PLAN</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lo sviluppo della business idea</li> <li>• Lo studio di fattibilità e il business plan</li> <li>• Gli elementi e le sezioni del business plan</li> <li>• Il piano di start up</li> <li>• Il preventivo finanziario</li> <li>• Le previsioni di vendita</li> <li>• Il preventivo economico</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Individuare gli elementi necessari per sviluppare una business idea</li> <li>• Determinare i punti di forza e di debolezza di un progetto imprenditoriale non complesso</li> <li>• Redigere il piano di start up</li> <li>• Elaborare il preventivo finanziario</li> <li>• Redigere il preventivo economico e calcolare gli indici di solidità, solvibilità e redditività</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-identificare e applicare le metodologie e le tecniche della gestione per progetti</li> <li>-Redigere relazioni tecniche e documentare le attività individuali e di gruppo relative a situazioni professionali</li> <li>-individuare ed utilizzare gli strumenti di comunicazione e di team working più appropriati per intervenire nei contesti organizzativi e professionali di riferimento</li> <li>-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</li> <li>-Individuare e accedere alla normativa pubblicitaria, civilistica, fiscale con particolare riferimento a quella del settore turistico.</li> </ul>

		<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><b>LA CONTABILITA' DEI COSTI</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La contabilità analitica</li> <li>• La classificazione di costi</li> <li>• Costi fissi e costi variabili</li> <li>• I costi speciali, comuni e generali</li> <li>• diretti e indiretti</li> <li>• Il metodo full costing</li> <li>• Le configurazioni di costo nelle imprese turistiche</li> <li>• La determinazione del prezzo nelle imprese turistiche</li> <li>• Il break even point e il diagramma di redditività</li> <li>• Il metodo direct costing e i margini di contribuzione</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Distinguere i costi fissi dai costi variabili</li> <li>• Distinguere i costi diretti e indiretti</li> <li>• Applicare il metodo del full costing per ripartire i costi indiretti</li> <li>• Determinare le diverse configurazioni di costo</li> <li>• Determinare il prezzo di vendita applicando un mark-up</li> <li>• Effettuare la break-even analysis per determinare il punto di pareggio</li> <li>• Calcolare i margini di contribuzione</li> </ul>	<p>-Redigere relazioni tecniche e documentare le attività individuali e di gruppo relative a situazioni professionali</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>-utilizzare il sistema delle comunicazioni e delle relazioni delle imprese turistiche</p>
<p><b>IL BUDGET</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Funzione ed elaborazione dl budget</li> <li>• La stima dei costi e dei ricavi e i budget settoriali</li> <li>• Budget degli investimenti e dei finanziamenti</li> <li>• Budget economico generale</li> <li>• Il budget dei Tour Operator</li> <li>• Il Budget delle vendite, dei costi ed economico dei settori camere e F&amp;B delle strutture ricettive</li> <li>• Il controllo di budget</li> <li>• Gli scostamenti</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Redigere il budget delle vendite e dei costi generali di un'impresa del settore turistico</li> <li>• Comprendere ed esaminare il budget degli investimenti e il budget finanziario di un'impresa turistica</li> <li>• Redigere il budget economico generale di un'impresa turistica</li> <li>• Elaborare il budget economico di un pacchetto turistico di un Tour Operator</li> <li>• Redigere il budget delle camere e il budget del settore F&amp;B di una struttura ricettiva</li> </ul>	<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, 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>-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><b>I VIAGGI ORGANIZZATI, IL CATALOGO, GLI EVENTI</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La programmazione dei viaggi</li> <li>• Il marketing mix del prodotto viaggio</li> <li>• Gli elementi di un catalogo</li> <li>• I prodotti turistici italiani</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Distinguere le diverse parti di un catalogo</li> <li>• Saper utilizzare gli elementi del marketing mix per la costruzione di un viaggio</li> <li>• Redigere preventivi economici di viaggi da catalogo e a domanda</li> <li>• Individuare gli elementi della</li> </ul>	<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 intervenire nei contesti organizzativi e professionali di riferimento</p> <p>-Riconoscere ed interpretare le tendenze dei</p>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• L'evento</li> <li>• La pianificazione dell'evento</li> <li>• La promozione dell'evento</li> <li>• Il viaggio incentive</li> </ul>	<p>pianificazione di un evento</p>	<p>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><b>IL MARKETING TERRITORIALE</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• I compiti della Pubblica Amministrazione</li> <li>• Il marketing turistico pubblico</li> <li>• Il marketing della destinazione turistica</li> <li>• Il piano di marketing strategico turistico</li> <li>• Gli event</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Riconoscere il ruolo svolto dalla Pubblica Amministrazione per lo sviluppo turistico del territorio</li> <li>• Distinguere le attività di promozione territoriale degli operatori pubblici e privati</li> <li>• Riconoscere le fasi di costruzione e le parti di un Piano di Marketing territoriale</li> </ul>	<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 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><b>LA COMUNICAZIONE NELL'IMPRESA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Scopi e tecniche della comunicazione interna di impresa</li> <li>• Scopi e tecniche della comunicazione esterna di impresa</li> <li>• Progettazione e stesura del piano di comunicazione</li> <li>• Forme della comunicazione esterna</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Riconoscere gli obiettivi della comunicazione di impresa</li> <li>• Individuare e selezionare le forme, le strategie e le tecniche di comunicazione aziendale più appropriate nei diversi contesti</li> <li>• Comprendere le caratteristiche di un sito web efficace</li> </ul>	<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 intervenire nei contesti organizzativi e professionali di riferimento</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>-Individuare le caratteristiche del mercato del lavoro e collaborare alla gestione del personale dell'impresa turistica</p> <p>-utilizzare il sistema delle comunicazioni e delle relazioni delle imprese turistiche</p>

I risultati indicati sono stati raggiunti dalla classe con i seguenti livelli :

**Livello base 50%**

**Livello base con lacune 15%**

**Livello Avanzato 35%**

Piove di Sacco, 14 maggio 2025

La Docente  
Carraro Maria Cristina