

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 [^] CET
INDIRIZZO	Tecnico Economico - Turismo
ANNO SCOLASTICO	2025/2026
DISCIPLINA	Discipline Turistiche ed Aziendali
DOCENTE	Carraro M. Cristina

REV	DATA	EMESSO	MDI
01	04.11.2019	RSGQ	11.3.2

RELAZIONE FINALE DEL DOCENTE

1. PROFILO DELLA CLASSE

La classe 5^a CET è composta da 20 alunne . Ho insegnato DTA in questa classe per l'intero triennio.

La continuità nell'insegnamento della disciplina mi ha dato la possibilità di proporre un percorso formativo di acquisizione delle conoscenze e delle competenze sistematico e continuo.

La partecipazione al dialogo educativo ha evidenziato, nel corso del triennio, un discreto interesse per le tematiche proposte. Alcune alunne hanno sempre seguito con interesse e impegno e hanno costruito un bagaglio solido e completo di conoscenze e abilità. Per un'altra parte della classe, invece, l'atteggiamento è stato un po' passivo e l'approccio allo studio meno costante e responsabile.

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

- un gruppo di alunne particolarmente motivate ha raggiunto risultati e valutazioni buoni, consolidando abilità nel complesso molto soddisfacenti;

- un gruppo più numeroso ha raggiunto un livello di preparazione sufficiente con competenze di base , per alcune di loro la preparazione è un po' più solida ma non particolarmente approfondita.

2. NUCLEI TEMATICI FONDAMENTALI SVOLTI E TEMPI DI REALIZZAZIONE

NUCLEI TEMATICI FONDAMENTALI	Periodo	Ore
PIANIFICAZIONE , PROGRAMMAZIONE , CONTROLLO E IL BUSINESS PLAN <ul style="list-style-type: none"> ○ La Pianificazione strategica ○ La Programmazione Operativa ○ Le matrici : Porter e BCG ○ Dalla Business idea al Business Plan ○ Funzioni e composizione del Business Plan ○ Il Preventivo Finanziario e il preventivo Economico ○ La verifica delle condizioni di solidità, solvibilità e redditività attraverso l'analisi per indici 	Settembre Ottobre Novembre Dicembre	30
LA CONTABILITA' ANALITICA E IL BUDGET <ul style="list-style-type: none"> ○ 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 ○ Il Calcolo del prezzo del pacchetto ○ I margini di contribuzione ○ Il Budget: funzioni e composizione ○ I Budget settoriali ○ Il budget degli investimenti (cenni) ○ Il Budget di un'Impresa ricettiva ○ Il Budget di un Tour Operator 	Gennaio Febbraio Marzo Aprile	38
LA PRPGRAMMAZIONE DEI VIAGGI <ul style="list-style-type: none"> ○ Le imprese di viaggi e l'attività di programmazione ○ viaggi a catalogo e viaggi a domanda ○ I viaggi a catalogo: scelta della destinazione, dei servizi, itinerario, programma giorno per giorno, tariffazione ○ le diverse tipologie di servizi turistici ○ Il marketing mix di un pacchetto ○ il catalogo come strumento d promozione e di distribuzione ○ I viaggi Incentive ○ Gli eventi 	Da Settembre a Maggio	28
IL MARKETING TERRITORIALE <ul style="list-style-type: none"> ○ il Marketing territoriale ○ la Destinazione Turistica ○ il Prodotto destinazione e il piano di Marketing Territoriale 	Maggio	10

I suddetti nuclei tematici fondamentali verranno completati nel Programma finale del docente con gli argomenti affrontati dopo il 15 maggio.

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 | PROVE ORALI | PROVE PRATICHE |
|--|---|---|
| <input type="checkbox"/> Quesiti | <input type="checkbox"/> Interrogazione | <input type="checkbox"/> Esercitazioni in laboratorio |
| <input type="checkbox"/> Soluzione di problemi | <input type="checkbox"/> Intervento | <input type="checkbox"/> Presentazioni multimediali |
| <input type="checkbox"/> Esercizi | <input type="checkbox"/> Dialogo | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> Dati a scelta | <input type="checkbox"/> Discussione | <input type="checkbox"/> |

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
<p>LA PIANIFICAZIONE STRATEGICA E LA PROGRAMMAZIONE</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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 	<ul style="list-style-type: none"> • Individuare le opportunità e le minacce presenti nell'ambiente esterno • Individuare le caratteristiche della pianificazione strategica • Individuare le caratteristiche della programmazione operativa 	<ul style="list-style-type: none"> -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 -Riconoscere le peculiarità organizzative delle imprese turistiche e contribuire a cercare soluzioni funzionali alle diverse tipologie -Progettare documentare e presentare servizi o prodotti turistici

<ul style="list-style-type: none"> • Caratteristiche e funzioni del controllo di gestione 		
<p>IL BUSINESS PLAN</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lo sviluppo della business idea • Lo studio di fattibilità e il business plan • Gli elementi e le sezioni del business plan • Il piano di start up • Il preventivo finanziario • Le previsioni di vendita • Il preventivo economico 	<ul style="list-style-type: none"> • Individuare gli elementi necessari per sviluppare una business idea • Determinare i punti di forza e di debolezza di un progetto imprenditoriale non complesso • Redigere il piano di start up • Elaborare il preventivo finanziario • Redigere il preventivo economico e calcolare gli indici di solidità, solvibilità e redditività 	<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>-Individuare e accedere alla normativa pubblicistica, 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>-Progettare documentare e presentare servizi o prodotti turistici</p>
<p>LA CONTABILITA' DEI COSTI</p> <ul style="list-style-type: none"> • La contabilità analitica • La classificazione di costi • Costi fissi e costi variabili • I costi speciali, comuni e generali • diretti e indiretti • Il metodo full costing • Le configurazioni di costo nelle imprese turistiche • La determinazione del prezzo nelle imprese turistiche • Il break even point e il diagramma di redditività • Il metodo direct costing e i margini di contribuzione 	<ul style="list-style-type: none"> • Distinguere i costi fissi dai costi variabili • Distinguere i costi diretti e indiretti • Applicare il metodo del full costing per ripartire i costi 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 • Calcolare i margini di contribuzione 	<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>IL BUDGET</p> <ul style="list-style-type: none"> • Funzione ed elaborazione dl 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 	<ul style="list-style-type: none"> • Redigere il budget delle vendite e dei costi generali di un'impresa del settore turistico • Comprendere ed esaminare il budget degli investimenti e il budget finanziario di un'impresa turistica • Redigere il budget economico generale di 	<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</p>

<p>Operator</p> <ul style="list-style-type: none"> • Il Budget delle vendite, dei costi ed economico dei settori camere e F&B delle strutture ricettive • Il controllo di budget • Gli scostamenti 	<p>un'impresa turistica</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elaborare il budget economico di un pacchetto turistico di un Tour Operator • Redigere il budget delle camere e il budget del settore F&B di una struttura ricettiva 	<p>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>I VIAGGI ORGANIZZATI, IL CATALOGO, GLI EVENTI</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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 • Il viaggio incentive 	<ul style="list-style-type: none"> • Distinguere le diverse parti di un catalogo • Saper utilizzare gli elementi del marketing mix per la costruzione di un viaggio • Redigere preventivi economici di viaggi da catalogo e a domanda • Individuare gli elementi della pianificazione di un evento 	<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>IL MARKETING TERRITORIALE</p> <ul style="list-style-type: none"> • I compiti della Pubblica Amministrazione • Il marketing turistico pubblico e privato • Il marketing della destinazione turistica • Il piano di marketing e il prodotto destinazione 	<ul style="list-style-type: none"> • Riconoscere il ruolo svolto dalla Pubblica Amministrazione per lo sviluppo turistico del territorio • Distinguere le attività di promozione territoriale degli operatori pubblici e privati • Riconoscere le fasi di costruzione e le parti di un Piano di Marketing territoriale 	<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>

Piove di Sacco, 12 maggio 2026

La Docente
Carraro Maria Cristina