

PROGRAMMA SVOLTO

CLASSE	5 [^] AET
INDIRIZZO	Tecnico Economico Turistico
ANNO SCOLASTICO	2024/2025
DISCIPLINA	Discipline Turistiche ed Aziendali
DOCENTE	Carraro Maria Cristina

PROGRAMMA SVOLTO NELLA CLASSE 5^A AET

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

COMPETENZE SVILUPPATE	NUCLEI TEMATICI FONDAMENTALI	CONTENUTI
-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	PIANIFICAZIONE , PROGRAMMAZIONE , CONTROLLO E IL BUSINESS PLAN - La Pianificazione strategica - La Programmazione Operativa - Le matrici - Dalla Business idea al Business Plan	UNITA' 1 : “LA PIANIFICAZIONE STRATEGICA E LA PROGRAMMAZIONE” • La gestione Strategica • La Pianificazione strategica • Analisi e comprensione dell'ambiente esterno • La matrice di Porter • La matrice BCG • La programmazione operativa UNITA' 2: “IL BUSINESS PLAN” • 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
---	--	--

-Progettare documentare e presentare servizi o prodotti turistici -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 e accedere alla normativa pubblicitaria, civilistica, fiscale con particolare riferimento a quella del settore turistico. -Individuare le caratteristiche del mercato del lavoro e collaborare alla gestione del personale dell'impresa turistica		
-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	LA PROGRAMMAZIONE DEI VIAGGI - Le imprese di viaggi e l'attività di programmazione - I viaggi a catalogo - Il marketing mix di un pacchetto - I viaggi Incentive - Gli eventi	UNITA' 5: "LA PROGRAMMAZIONE DEI VIAGGI E DEGLI EVENTI" • 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

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		
- 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 -Riconoscere ed interpretare le tendenze dei mercati locali,	IL MARKETING TERRITORIALE - il Marketing territoriale - la Destinazione Turistica - il Prodotto destinazione e il piano di Marketing Territoriale - Gli Eventi e gli educational tour	UNITA' 6: "L MARKETING TERRITORIALE" • 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

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		UNITA' 7: "LA COMUNICAZIONE NELL'IMPRESA" • Le basi della comunicazione • La comunicazione d'impresa • La comunicazione interna • La comunicazione esterna
--	--	---

OBIETTIVI SPECIFICI DI APPRENDIMENTO RELATIVI ALLA DISCIPLINA "EDUCAZIONE CIVICA"		
COMPETENZE SVILUPPATE	ARGOMENTI SVOLTI	CONTENUTI E MATERIALI ANALIZZATI
Cogliere la complessità dei problemi esistenziali, morali, politici, sociali, economici e scientifici e formulare risposte personali argomentate.	Responsabilità Sociale d'Impresa	• La Responsabilità sociale d'impresa • Gli stakeholder • Le buone pratiche e il Bilancio Sociale • Il Valore Aggiunto

NUCLEI CONCETTUALI	COMPETENZE	OBIETTIVI DI APPRENDIMENTO
SVILUPPO ECONOMICO E SOSTENIBILITA'	5	a

Piove di Sacco, 6 giugno 2025

I rappresentanti di classe

Il Docente
Carraro Maria Cristina