

## PROGRAMMA SVOLTO CLASSI 5<sup>^</sup>

<b>CLASSE</b>	5
<b>INDIRIZZO</b>	BET
<b>ANNO SCOLASTICO</b>	2024/2025
<b>DISCIPLINA</b>	DISCIPLINE TURISTICHE
<b>DOCENTE</b>	DORIA ALESSANDRO

## PROGRAMMA SVOLTO NELLA CLASSE 5 CET

**Libro di testo adottato:** discipline turistiche aziendali 2 biennio libro 3 di Cammisa, Matriciano

**Altri materiali utilizzati:** (testi, contributi multimediali, materiale predisposto dal docente, ecc.)

COMPETENZE SVILUPPATE	NODI CONCETTUALI FONDAMENTALI	CONTENUTI
COMPETENZA Interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi di gestione e flussi	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	<p>I processo decisionale.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ La matrice BCG.</li> <li>■ Le caratteristiche della programmazione operativa.</li> <li>■ Caratteristiche e funzioni del controllo di gestione.</li> <li>■ La qualità nelle imprese turistiche.</li> <li>■ I principali indici di efficienza ed efficacia.</li> </ul>
COMPETENZA 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.	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	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Business idea e progetto imprenditoriale</li> <li>■ ■ Business plan: caratteristiche e struttura.</li> <li>■ analisi economico e finanziaria.</li> </ul>
COMPETENZA Identificare e applicare le metodologie e le tecniche della gestione per progetti.	La contabilità dei costi. La contabilità analitica che esamina i costi che impresa sostiene e i ricavi collegati a ciascun centro di costo	<p>La differenza tra costi fissi, variabili e semivariabili.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Il costo totale e il costo medio unitario.</li> <li>■ La differenza tra costo unitario fisso e variabile.</li> <li>■ Il concetto di centro di costo, i costi diretti e indiretti.</li> <li>■ Il metodo del full costing.</li> <li>■ Le configurazioni di costo nelle imprese turistiche.</li> <li>■ La determinazione del prezzo nelle imprese turistiche.</li> <li>■ Il direct costing.</li> <li>■ Il break-even point..</li> </ul>

<p>COMPETENZA Interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi di gestione e flussi informativi</p>	<p>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</p>	<p>Funzione ed elaborazione del budget.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ I costi standard.</li> <li>■ Il budget degli investimenti e dei finanziamenti.</li> <li>■ Il budget economico generale.</li> <li>■ ■ Il budget dei costi operativi non distribuiti.</li> <li>■ Il controllo di budget.</li> <li>■ L'analisi degli scostamenti globali ed elementari.</li> </ul>
<p>COMPETENZA Progettare e presentare servizi o prodotti turistici</p>	<p>La programmazione dei viaggi e degli eventi. Il marketing mix. Il catalogo come strumento fondamentale per illustrare l'offerta.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ La normativa europea sui viaggi organizzati.</li> <li>■ La programmazione dei viaggi.</li> <li>■ Il marketing mix del prodotto viaggio.</li> <li>■ La pianificazione di un evento.</li> </ul>
<p>COMPETENZA Contribuire a realizzare piani di marketing con riferimento a specifiche tipologie di imprese o prodotti turistici. Progettare, documentare e presentare servizi o prodotti turistici.</p>	<p>Il marketing territoriale, come equilibrio di un mix di politiche e promozione pubbliche e private che genera il concetto di marketing turistico integrato</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Il marketing turistico pubblico e integrato.</li> <li>■ Il marketing della destinazione turistica.</li> <li>■ Il benchmarking.</li> <li>■ Il piano di marketing strategico turistico.</li> <li>■ Gli eventi come elementi di sviluppo territoriale.</li> </ul>

Le competenze specifiche della disciplina \_\_\_\_\_ sono così declinate:

**COMPETENZA 1:** .....

**COMPETENZA 2:** .....

**COMPETENZA 3:** .....

Piove di Sacco, .....

Il/La Docente \_\_\_\_\_

I rappresentanti degli studenti

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_