PROGETTO EDUCATIVO-DIDATTICO - DISCIPLINE TURISTICHE E AZIENDALI
a.s. 2024 – 2025
CLASSI QUARTE TURISMO

1) FINALITÀ FORMATIVE e COMPETENZE DI CITTADINANZA

In relazione alla programmazione curricolare, tenendo conto della situazione di partenza della classe, degli orientamenti del PTOF, degli accordi presi in sede di Dipartimento di disciplina per i quali il docente si impegna a far acquisire allo studente le seguenti competenze chiave

- **Realizzare un'azione educativa mirata al rispetto della dignità umana, al rispetto dell'ambiente di lavoro, alla collaborazione, alla promozione di ogni persona, anche attraverso la valorizzazione dei propri talenti;**
- **realizzare un'azione educativa mirata alla formazione di un cittadino critico e consapevole per una cittadinanza attiva;**
- **elaborare una professionalità moderna e qualificata, fondata su una solida base culturale e un'adeguata competenza tecnico- scientifica;**
- **aprire la scuola alla realtà esterna, locale, europea e internazionale;**
- **potenziare il sapere formativo, procedurale, operativo;**
- **supportare gli studenti nelle scelte d'indirizzo post-diploma relative alla formazione universitaria e agli sbocchi lavorativi.**

Nella programmazione si evidenziano in rosso gli aspetti che potrebbero non essere trattati in termini di conoscenze e le abilità che potrebbero non essere sviluppate, a seguito delle diverse situazioni che si potranno presentare.

2) PROGRAMMAZIONE DELLE ATTIVITÀ'

UDA 1	**Contabilità delle imprese Turistiche**	
Articolazione dell'apprendimento	Determinazione dei singoli obiettivi formativi	*Conoscenze attese*: ● Le rilevazioni contabili ● Il metodo della partita doppia ● Le operazioni di gestione: acquisti e relativi pagamenti, vendite e relative riscossioni, compensi ai collaboratori dell'impresa, rapporti con le banche, locazione, noleggio, leasing, manutenzioni e riparazioni, liquidazione e versamento dell'IVA *Abilità attese*: ● gestire il sistema delle rilevazioni aziendali *Competenze attese*: ● Interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi di gestione e flussi informativi; ● Gestire il sistema delle rilevazioni aziendali dell'impresa turistica

	Tempi	*Primo periodo*
UDA 2	**Bilancio delle imprese turistiche**	
Articolazione dell'apprendimento	Determinazione dei singoli obiettivi formativi	*Conoscenze attese*: • Le scritture di assestamento: scritture di completamento, scritture di integrazione, scritture di rettifica e scritture di ammortamento • La situazione contabile finale • Il bilancio d'esercizio • L'analisi di bilancio per indici • L'analisi patrimoniale, finanziaria ed economica *Abilità attese*: • Redigere la situazione contabile finale • Redigere il bilancio d'esercizio: Stato patrimoniale e Conto economico • Leggere ed interpretare il bilancio d'esercizio delle aziende turistiche e i documenti collegati *Competenze attese*: • Gestire il sistema delle rilevazioni aziendali dell'impresa turistica; • Individuare ed accedere alla normativa pubblicistica, civilistica, fiscale, con particolare riferimento a quella del settore turistico.
	Tempi	*Primo periodo e secondo periodo*
UDA 3	**Marketing delle imprese turistiche**	
Articolazione dell'apprendimento	Determinazione dei singoli obiettivi formativi	*Conoscenze attese*: • Il marketing: che cos'è? • Principi e teoria del marketing • L'analisi del mercato • La segmentazione e il posizionamento • Le strategie di marketing • Le leve del marketing mix: prodotto, prezzo, posizione e promozione • Il ciclo di vita del prodotto • Il marketing relazionale *Abilità attese*: • Analizzare la domanda turistica e individuare i potenziali target di clienti

		• Analizzare i punti di contatto tra macro e micro marketing nel settore turistico • Utilizzare strumenti di supporto alla programmazione turistica territoriale • Individuare forme di promozione e commercializzazione adeguate ai diversi mercati sulla base delle risorse disponibili • Curare la fidelizzazione della clientela nell'ottica della customer care e customer satisfaction *Competenze attese*: • Contribuire a realizzare piani di marketing con riferimento a specifiche tipologie di imprese o prodotti turistici; • Utilizzare gli strumenti di marketing in differenti casi e contesti.
	Tempi	*Secondo periodo*
UDA 4	**Comunicazione**	
Articolazione dell'apprendimento	Determinazione dei singoli obiettivi formativi	*Conoscenze attese*: • La comunicazione d'impresa • La comunicazione interna d'impresa • La comunicazione esterna d'impresa • La comunicazione non convenzionale *Abilità attese*: • Utilizzare codici e tecniche della comunicazione aziendale funzionali ai contesti *Competenze attese*: • Utilizzare il sistema delle comunicazioni e delle relazioni delle imprese turistiche • Individuare e utilizzare gli strumenti di comunicazione e di team working più appropriati per intervenire nei contesti organizzativi e professionali di riferimento
	Tempi	*Secondo periodo*

SAPERI MINIMI

Conoscenze:

- Attività di front e back office nelle imprese di viaggio
- Rilevazioni elementari tipiche della contabilità delle imprese turistiche
- Il patrimonio e il reddito delle imprese turistiche
- La gestione e la sua influenza su reddito e patrimonio
- Elementi basilari del Bilancio d'esercizio
- La riclassificazione semplice del bilancio d'esercizio e i principali indici di bilancio
- Definizione, tipologie e fasi del marketing con particolare riferimento al settore turistico
- Elementi basilari del marketing strategico ed operativo (prodotto, prezzo e distribuzione).
- La comunicazione aziendale: processi e finalità

- La comunicazione interna
- La comunicazione esterna

Abilità:

- Individuare i flussi informativi elementari delle imprese turistiche
- Individuare la documentazione basilare e le procedure per la progettazione e la realizzazione di un viaggio
- Gestire le rilevazioni elementari semplici e saperle collocare nel sistema informative
- Compilare uno Stato patrimoniale e Conto economico elementari
- Redigere un semplice Bilancio d'esercizio nel rispetto delle norme del Codice civile e dei principi contabili
- Riclassificare con schemi sintetici lo Stato patrimoniale e il Conto economico e calcolare i principali indici di bilancio
- Riconoscere le diverse tipologie di marketing attuate in diversi contesti
- Distinguere le fasi basilari del processo di marketing, i loro scopi e aspetti specifici
- Riconoscere gli strumenti e le finalità basilari degli strumenti del marketing

DIDATTICA IN PRESENZA

OPZIONI METODOLOGICHE E STRUMENTI

I vari argomenti del programma saranno svolti facendo ricorso a diverse metodologie per sviluppare negli studenti abilità e competenze diverse in funzione degli obiettivi fissati:

- la lezione frontale e dialogata nei momenti introduttivi e di raccordo tra le varie unità didattiche;
- il problem solving per sviluppare le capacità logiche;
- le esercitazioni individuali guidate dal docente e le esercitazioni e/o lavoro di gruppo allo scopo di consolidare le conoscenze acquisite.

Oltre al libro di testo, si adotteranno, quando necessario, i seguenti strumenti: fotocopie e appunti, diapositive PPS, LIM/Digital board,laboratori di informatica con accesso a Internet, Codice civile e articoli di giornali.
Il libro di testo adottato è il seguente: **"Scelta Turismo *up* 2"** volume per la classe quarta / Campagna e Loconsole / Ed. Tramontana.

ACCERTAMENTO E VALUTAZIONE

La valutazione intermedia (primo periodo) e finale (secondo periodo), oltre al profitto, terrà conto del metodo di studio, della partecipazione all'attività didattica, dell'impegno, del progresso rispetto alla situazione di partenza, del livello della classe e delle particolari situazioni personali dell'alunno.
Il profitto sarà accertato con verifiche sommative di tipologia diversa, come indicato nel piano del Consiglio di classe: colloquio, domanda breve del docente, test a risposta chiusa, compilazione di documenti contabili, report questionario.
Il numero minimo di verifiche sommative per periodo sarà quello individuato dal Dipartimento.
Verranno svolte anche verifiche formative utilizzando le stesse tipologie per valutare il processo di apprendimento degli studenti.

Verifiche formative: esercizi, interrogazioni flash, test di vario genere.

Verifiche sommative:
Primo periodo:
- **2** verifiche scritte
- **2** verifiche orali

Secondo periodo
-**3** verifiche scritte
-**2** verifiche orali

Eventuale recupero: Ripasso dei concetti fondamentali in classe, esercizi di rinforzo, controllo e correzione in classe del lavoro assegnato per casa, sintesi e schemi riassuntivi, tutor tra pari, lavoro di gruppo. Corso di recupero pomeridiano o "sportello" in caso di evidenti difficoltà.

DIDATTICA DIGITALE INTEGRATA (qualora autorizzata dal Consiglio di classe)

METODOLOGIA E STRUMENTI

Metodologie educativo-didattiche nelle attività a distanza:

- materiali e strumenti digitali di studio: libro di testo parte digitale, power point, video prodotti dall'insegnante o opportunamente selezionati dal web, materiali didattici ragionati accompagnati da spiegazioni mirate, schemi;
- gestione dell'interazione, anche emozionale, con gli alunni**:** videolezioni in differita o in diretta, audio lezione differita o in diretta, WhatsApp, se necessario e soltanto di supporto al mantenimento dei contatti e del coordinamento con gli studenti;
- piattaforme e strumenti/canali di comunicazione: piattaforma Google Suite for Education dell'Istituto (posta istituzionale, Meet, Classroom, Drive, Calendar, ….), Portale Classeviva e Piattaforma Spaggiari Scuola e Territorio, sito istituzionale dell'Istituto "Sansovino-Obici", WhatsApp.