**PROGRAMMAZIONE MODULARE DI “ DISCIPLINE TURISTICHE ED AZIENDALI “ PER LE CLASSI QUINTE DELL’INDIRIZZO TECNICO – TURISTICO.**

|  |
| --- |
| **MODULO INIZIALE: PIANO DI INTEGRAZIONE DEGLI APPRENDIMENTI.** **Competenze.**L’alunno dovrà consolidare le proprie conoscenze nell’ambito dell’analisi di bilancio di tipo economico – patrimoniale e sapere come si costruisce un piano di marketing aziendale.**Abilità e/o obiettivi.**L’alunno dovrà:* saper calcolare i principali indici di bilancio economico – patrimoniali e valutarne i risultati prospettici;
* saper costruire un piano di marketing per il lancio di un nuovo prodotto/servizio di una Adv o di un T. O.

**Conoscenze e/o contenuti.**Indici di bilancio: R.o.i. e R.o.e. ( consolidamento );Il marketing nel turismo. **TEMPI:** SETTEMBRE/ OTTOBRE |

|  |
| --- |
| **MODULO A: PRODOTTI TURISTICI A CATALOGO E A DOMANDA.** |
| **CONTENUTI** | **COMPETENZE** | **CONOSCENZE** | **ABILITÀ** | **TEMPI** |
| 1. I mercati ed i prodotti turistici;
2. i prezzi dei pacchetti turistici;
3. l’organizzazione di viaggi ed eventi.

  | * Prodotti turistici a catalogo e a domanda;
* il catalogo come strumento di promo – commercializzazione;
* tecniche di organizzazione per eventi.
 | * Individuare prodotti turistici, anche a carattere tematico e il relative prezzo con riferimento al territorio ed alle sue caratteristiche;
* interpretare le informazioni contenute nei cataloghi;
* utilizzare tecniche e strumenti per la programmazio-ne, l’organizzazione e la gestione di eventi con le relative attività di sistema.
 | * Padroneggiare l’uso di strumenti tecnologici con particolare attenzione alla tutela della persona, dell’ambiente e del territorio;
* riconoscere ed interpretare le tendenze dei mercati locali, nazionali e globali, anche per coglierne le ripercussioni nel contesto turistico;
* progettare, documentare e presentare servizi o prodotti turistici.

  |   OTTOBRE  NOVEMB. |

|  |
| --- |
| **MODULO B: PIANIFICAZIONE STRATEGICA E CONTROLLO DI GESTIONE.** |
| **CONTENUTI** | **COMPETENZE** | **CONOSCENZE** | **ABILITÀ** | **TEMPI** |
| 1. La strategia aziendale e la pianificazione strategica;
2. il controllo di gestione;
3. la programmazione, il budget ed il controllo budgetario.
 | * Strategia aziendale e pianificazione strategica;
* tecniche di controllo e monitoraggio dei processi;
* struttura e funzione del business plan;
* reporting ed analisi degli scostamenti.
 | * Individuare mission, vision, strategia e pianificazione di un caso aziendale dato:
* monitorare i processi produttivi ed analizzare i dati per ricavarne indici;
* elaborare business plan;
* utilizzare le informazioni per migliorare la pianificazione, lo sviluppo ed il controllo dell’impresa turistica;
* rielaborare il piano aziendale a seguito del confronto con esperti di settore.
 | * utilizzare le reti e gli strumenti informatici nelle attività di studio, ricerca ed approfondimento disciplinare;
* distinguere e valutare i prodotti ed i servizi aziendali, effettuando calcoli di convenienza, per individuare soluzioni ottime;
* identificare ed 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;
* 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.
 | DICEMBREGENNAIO FEBBRAIO  |
|  **MODULO DI RECUPERO DELLE CARENZE FORMATIVE**  |  **FEBBRAIO** |

|  |
| --- |
| **MODULO C: STRATEGIE DI MARKETING TURISTICO E NUOVE TECNICHE DI COMUNICAZIONE.** |
| **CONTENUTI** | **COMPETENZE** | **CONOSCENZE** | **ABILITÀ** | **TEMPI** |
| 1. Le strategie di marketing;
2. il marketing territoriale e della destinazione;
3. il piano di marketing.
 | * Marketing territoriale e politiche di sviluppo sostenibile dell’Ente Pubblico;
* strategie di marketing anche elettronico e customer relationship management;
* struttura del piano di marketing;
* piano di qualificazione e sviluppo dell’offerta.
 | * Utilizzare strategie di marketing per la promozione del prodotto e dell’immagine turistica del territorio in Italia e all’Estero;
* utilizzare strumenti multimediali e nuove tecniche di comunicazione per la promozione dell’immagine turistica del territorio e la commercializzazione del servizio;
* elaborare un piano di marketing territoriale in funzione delle politiche economiche e finanziarie poste in essere per la governance del settore.
 | * Agire nel sistema informativo dell’azienda e contribuire sia alla sua innovazione sia al suo adeguamento organizzativo e tecnologico;
* utilizzare gli strumenti di marketing in differenti casi e contesti;
* 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.
 |  MARZO APRILE MAGGIO  |

|  |
| --- |
| **MODULO D: RISORSE UMANE E GESTIONE DELLA QUALITA’.** |
| **CONTENUTI** | **COMPETENZE** | **CONOSCENZE** | **ABILITÀ** | **TEMPI** |
| 1. La politica del personale;
2. la ricerca attiva del lavoro e la qualità.
 | * Tecniche di selezione del personale e curriculum europeo.
 | * Redigere il curriculum vitae europeo e simulare test e colloqui di selezione;
* qualità nelle imprese turistiche.
 | * Individuare le caratteristiche del mercato del lavoro e collaborare alla gestione del personale dell’impresa turistica;
* utilizzare procedure per lo sviluppo e la gestione del sistema di qualità nelle imprese turistiche.
 |  MAGGIOFINE ANNO SCOLASTICO |