PROGETTO EDUCATIVO-DIDATTICO - DISCIPLINE TURISTICHE E AZIENDALI

CLASSI QUARTE TURISMO

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.

PROGRAMMAZIONE DELLE ATTIVITÀ'

UDA 1	**Le agenzie di viaggio**	
Articolazione dell'apprendimento	Determinazione dei singoli obiettivi formativi	*Conoscenze attese*: • Le attività delle Agenzie di viaggio • Il voucher • I rapporti tra ADV intermediaria e ADV impresa alberghiera • I rapporti tra ADV intermediaria e Tour operator • I rapporti tra ADV intermediaria e clienti • I rapporti tra ADV tour organizer e fornitori • I rapporti tra ADV tour organizer e clienti *Abilità attese*: • Individuare le procedure che caratterizzano la gestione delle aziende turistiche, rappresentandone i processi e i flussi informativi • Riconoscere gli elementi materiali e i servizi che compongono il prodotto turistico • Individuare la documentazione e le procedure per la progettazione e realizzazione di un viaggio

		Competenze attese: • Interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi di gestione e flussi informativi • Individuare e accedere alla normativa civilistica e fiscale con particolare riferimento a quella del settore turistico • Progettare, documentare e presentare servizi o prodotti turistici
UDA 2	**La contabilità delle agenzie di viaggio**	
Articolazione dell'apprendimento	Determinazione dei singoli obiettivi formativi	*Conoscenze attese*: • La contabilità IVA delle agenzie di viaggio • Le scritture di gestione delle agenzie di viaggio • Le scritture di assestamento delle agenzie di viaggio *Abilità attese*: • Gestire le rilevazioni elementari e saperle collocare nei programmi di contabilità integrata *Competenze attese*: • Interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi di gestione e flussi informativi • Gestire il sistema delle rilevazioni aziendali dell'impresa turistica • Individuare e accedere alla normativa civilistica e fiscale con particolare riferimento a quella del settore
UDA 3	**Il bilancio delle imprese turistiche**	
Articolazione dell'apprendimento	Determinazione dei singoli obiettivi formativi	*Conoscenze attese*: • Il bilancio d'esercizio • L'analisi di bilancio • Gli indici dell'analisi patrimoniale, finanziaria ed economica *Abilità attese*: • Leggere ed interpretare il bilancio d'esercizio di un'impresa turistica e i documenti collegati *Competenze attese*: • Interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi di gestione e flussi informativi • Individuare ed accedere alla normativa pubblicistica, civilistica, fiscale, con particolare riferimento a quella del settore turistico

UDA 4	**La comunicazione e il marketing**	
Articolazione dell'apprendimento	Determinazione dei singoli obiettivi formativi	*Conoscenze attese*: • La comunicazione d'impresa • La comunicazione socio-ambientale • La comunicazione di marketing • Il marketing operativo • Il marketing digitale • 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 • Utilizzare codici e tecniche della comunicazione aziendale funzionali ai contesti • 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 il sistema delle comunicazioni e delle relazioni delle imprese turistiche • Individuare ed utilizzare gli strumenti di comunicazione e di team working più appropriati per intervenire nei contesti organizzativi e professionali di riferimento

SAPERI MINIMI

Conoscenze:

- Attività di front e back office nelle agenzie di viaggio
- Rilevazioni elementari tipiche della contabilità delle agenzie di viaggio
- 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
- Concetti base del marketing strategico e del marketing operativo (marketing mix)
- La comunicazione aziendale: processi e finalità
- La comunicazione socio-ambientale
- Elementi basilari del marketing digitale e del marketing relazionale

Abilità:

- Individuare i flussi informativi elementari delle agenzie di viaggio
- 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

OPZIONI METODOLOGICHE E STRUMENTI

Attività didattica

- Lezioni frontali, laboratoriali, partecipate
- Discussioni in classe
- Elaborazione di schemi e/o mappe concettuali
- Problem solving
- Analisi e produzione di documenti
- Esercitazioni pratiche
- Elaborazione e impostazione di esercizi con dati a scelta
- Analisi di casi aziendali
- Approccio pluridisciplinare

Strumenti

- Libro di testo in adozione: G. Campagna, V. Loconsole**, "Mondo turismo 2" Ed. Tramontana**
- Appunti e materiale del docente
- Schemi riassuntivi
- Documenti aziendali
- Digital Board
- Riviste e materiale di settore
- Codice Civile
- Prodotti multimediali
- Ricerche on line
- Piattaforma Google Suite for Education dell'Istituto (Classroom, Drive, Calendar, ecc.) e registro elettronico Spaggiari

ACCERTAMENTO E VALUTAZIONE

Verifiche formative: esercizi, interrogazioni flash, test di vario genere, lavoro di gruppo

Verifiche sommative (numero minimo di prove):

PRIMO PERIODO

- 3 prove di cui almeno una in forma di interrogazione

SECONDO PERIODO

- 4 prove di cui almeno una in forma di interrogazione

Tipologia: prove strutturate o semistrutturate, verifiche orali, domande a risposta aperta, brevi trattazioni, esercizi applicativi, analisi e comprensione di un testo o documento, analisi di casi aziendali, prove progettuali, quesiti scritti con validità orali.
Le prove scritte avranno una durata variabile in relazione alla complessità degli argomenti oggetto di verifica e serviranno a stabilire se sono stati raggiunti gli obiettivi per i quali è stato progettato e realizzato un intervento didattico, fissando per ognuna di esse la prestazione a cui far corrispondere il livello minimo di sufficienza.

La prestazione sarà valutata facendo riferimento ai seguenti parametri:

PROVE ORALI
- conoscenza dell'argomento
- esposizione
- capacità logiche e di collegamento
- applicazione (se richiesta)

PROVE SCRITTE:

a) PARTE ARGOMENTATIVA
- completezza e correttezza delle informazioni
- esposizione e organicità

b) PARTE APPLICATIVA
- correttezza e completezza
- coerenza degli importi.

Nella valutazione finale saranno considerate non solo le conoscenze specifiche, ma anche i progressi dell'alunno, la partecipazione in classe, l'impegno dimostrato e l'interesse per la materia.
La valutazione sarà formulata mediante voto unico nel primo periodo e a fine anno scolastico.
La scala di valori per le singole prove e per la valutazione finale va da **1/10 a 10/10.**

ATTIVITA' DI RECUPERO: ripasso dei concetti fondamentali in classe; esercizi di rinforzo; verifica e controllo in classe del lavoro assegnato per casa; sintesi e schemi riassuntivi; tutoraggio tra pari; lavoro di gruppo. Attivazione di corsi di recupero o sportelli pomeridiani nel 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.