

PIANO DI LAVORO DIPARTIMENTALE

ANNO SCOLASTICO 2019-2020

DISCIPLINA: DISCIPLINE TURISTICHE E AZIENDALI

Proff. Amodio, C. Boratto e Giacoletto

CLASSE V – SEZIONI: L – M - N

INTRODUZIONE

Al termine dei cinque anni del corso di studi, il Diplomato in **Turismo** dovrà avere competenze specifiche nel comparto delle imprese del settore turistico e competenze generali nel campo dei macrofenomeni economici nazionali ed internazionali, della normativa civilistica e fiscale, dei sistemi aziendali. Interviene nella valorizzazione integrata e sostenibile del patrimonio culturale, artistico, artigianale, enogastronomico, paesaggistico ed ambientale. Integra le competenze dell'ambito professionale specifico con quelle linguistiche e informatiche per operare nel sistema informativo dell'azienda e contribuire sia all'innovazione sia al miglioramento organizzativo e tecnologico dell'impresa turistica inserita nel contesto internazionale.

Sarà in grado di:

- gestire servizi e/o prodotti turistici con particolare attenzione alla valorizzazione del patrimonio paesaggistico, artistico, culturale, artigianale, enogastronomico del territorio;
- collaborare a definire con i soggetti pubblici e privati l'immagine turistica del territorio e i piani di qualificazione per lo sviluppo dell'offerta integrata;
- utilizzare i sistemi informativi, disponibili a livello nazionale e internazionale, per proporre servizi turistici anche innovativi;
- promuovere il turismo integrato avvalendosi delle tecniche di comunicazione multimediale;
- intervenire nella gestione aziendale per gli aspetti organizzativi, amministrativi, contabili e commerciali.

A conclusione del percorso quinquennale, il diplomato nell'indirizzo "Turismo" deve conseguire i seguenti risultati di apprendimento:

- Riconoscere e interpretare:
 - le tendenze dei mercati locali, nazionali, globali anche per coglierne le ripercussioni nel contesto turistico,
 - i macrofenomeni socio-economici globali in termini generali e specifici dell'impresa turistica,
 - i cambiamenti dei sistemi economici nella dimensione diacronica attraverso il confronto tra epoche attraverso il confronto tra aree geografiche e culturali diverse.
- Individuare e accedere alla normativa pubblicitaria, civilistica, fiscale con particolare riferimento a quella del settore turistico.
- 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.
- Comprendere il sistema delle rilevazioni aziendali effettuati con l'ausilio di programmi di contabilità integrata specifici per le aziende del settore Turistico.

I.I.S. "G. CENA"

- Analizzare l'immagine del territorio sia per riconoscere la specificità del suo patrimonio culturale sia per individuare strategie di sviluppo del turismo integrato e sostenibile.
- Contribuire a realizzare piani di marketing con riferimento a specifiche tipologie di imprese o prodotti turistici.
- Progettare, documentare e presentare servizi o prodotti turistici.
- Individuare le caratteristiche del mercato del lavoro e collaborare alla gestione del personale dell'impresa turistica.
- Utilizzare il sistema delle comunicazioni e delle relazioni delle imprese turistiche

Quinto anno, vale a dire il monoennio finale:

Nel corso del quinto anno, verranno affrontati quattro moduli, descritti di seguito, vale a dire:

- prodotti turistici a catalogo e a domanda
- pianificazione strategica e controllo di gestione
- strategie di marketing turistico e nuove tecniche di comunicazione
- risorse umane e gestione delle qualità risorse umane e gestione della qualità

COMPETENZE, ABILITA', CONOSCENZE e TEMPI

La scansione dei moduli didattici avverrà secondo le unità didattiche di seguito dettagliato:

Modulo 1 – PRODOTTI TURISTICI A CATALOGO E A DOMANDA

Competenze disciplinari:

Redigere relazioni e documentare le attività individuali e di gruppo relative a situazioni professionali, Riconoscere e interpretare le tendenze dei mercati locali, nazionali e globali per coglierne le ripercussioni nel contesto turistico e progettare, documentare e presentare servizi o prodotti turistici

Abilità

- Elaborare prodotti turistici a catalogo e a domanda
- Elaborare prodotti turistici a carattere tematico
- Definire il prezzo dei prodotti turistici
- Interpretare le informazioni contenute nei cataloghi
- Programmare, organizzare e gestire eventi.

Conoscenze disciplinari

- Prodotti turistici a catalogo e a domanda
- Il catalogo come strumento di promozione e commercializzazione
- La costruzione dei pacchetti turistici
- Gli eventi

Modulo 2 – PIANIFICAZIONE STRATEGICA E CONTROLLO DI GESTIONE

Competenze disciplinari:

Comprendere le funzioni della pianificazione strategica e del controllo di gestione, le loro caratteristiche, gli strumenti di cui si avvalgono e le loro relazioni, monitorare i processi produttivi e analizzare i dati per ricavarne indici e utilizzare le informazioni per migliorare la pianificazione, lo sviluppo e il controllo dell'impresa turistica

Abilità

- Individuare l'orientamento strategico di fondo, la strategia e la pianificazione di un caso aziendale
- Comprendere l'elaborazione di un *business plan* per un'azienda turistica
- Utilizzare gli strumenti di gestione in un'impresa turistica
- Elaborare un budget di un'azienda turistica ed effettuare l'analisi degli scostamenti

Conoscenze disciplinari

- Orientamento strategico di fondo, obiettivi e strategie aziendali
- Pianificazione strategia e sue fasi; struttura e funzioni del *business plan*
- Controllo di gestione e relativi strumenti

Modulo 3 – STRATEGIE DI MARKETING TURISTICO E NUOVE TECNICHE DI COMUNICAZIONE

Competenze disciplinari:

Utilizzare strategie di marketing e contribuire a realizzare piani di marketing con riferimento a specifiche tipologie di impresa o prodotti turistici o a determinati territori, progettare, documentare e prestare servizi o prodotti turistici, relativi a una specifica azienda o a un territorio, utilizzare il sistema delle comunicazioni e delle relazioni delle imprese turistiche a fini promozionali e di commercializzazione

Abilità:

- Realizzare strategie di marketing per la promozione del prodotto e dell'immagine turistica del territorio
- Utilizzare strumenti multimediali e nuove tecniche di comunicazione per la promozione dell'immagine turistica del territorio e della commercializzazione del servizio
- Elaborare un piano di marketing aziendale o territoriale in funzione dalle politiche economiche e finanziarie adottate per la *governance* del settore

Conoscenze disciplinari:

- Strategie di marketing
- Marketing territoriale e della destinazione
- Piano di marketing aziendale e territoriale

I.I.S. "G. CENA"

- Pianificazione di marketing territoriale e politiche di qualificazione e sviluppo dell'offerta turistica

Modulo 4 – RISORSE UMANE E GESTIONE DELLA QUALITÀ

Competenze disciplinari:

Redigere relazioni e documentare le attività individuali e di gruppo relative a situazioni professionali, riconoscere e interpretare le tendenze dei mercati locali, nazionali e globali per coglierne le ripercussioni nel contesto turistico, individuare le caratteristiche del mercato del lavoro ed operare nella gestione del personale dell'impresa turistica

Abilità:

- Simulare test e colloqui di selezione del personale
- Utilizzare procedure per lo sviluppo e la gestione del sistema di qualità nelle imprese turistiche

Conoscenze disciplinari:

- Tecniche di selezione del personale
- Curriculum europeo
- Qualità nelle imprese turistiche.

ASPETTI GENERALI

COMPETENZE TRASVERSALI

- Relazionarsi
- Utilizzare metodologie di ricerca e sintesi
- Comprendere problematiche tipiche dell'impresa turistiche
- Acquisire capacità di adattamento, di rinnovamento e di flessibilità

METODI

- Lezione interattiva
- Lavoro di gruppo
- Lezione dialogata
- Analisi di casi aziendali
- *Problem solving*

STRUMENTI

- Libro di testo: Campagna – Loconsole, "Scelta Turismo più", Tramontana, vol. 3
- Documenti originari
- Articoli di giornale / riviste specializzate

VERIFICHE

I.I.S. "G. CENA"

Le prove saranno effettuate per la verifica della conoscenza, della comprensione e dell'applicazione.

Si prevede di effettuare un congruo numero di verifiche per ogni quadrimestre, ma la valutazione di fine periodo viene espressa con un unico voto.

Nel corso dell'anno scolastico verranno effettuate apposite simulazioni per l'esame di stato.

VALUTAZIONE

Le valutazioni, nel rispetto del PTOF, sono effettuate in utilizzando una griglia con base 100, poi trasformati in decimi, compresi fra 1 e 10.

Gli alunni in difficoltà verranno sostenuti durante l'attività curricolare, somministrando successivamente prove di recupero

Ai fini della valutazione finale dell'allievo concorreranno i seguenti elementi:

- impegno
- progresso nell'apprendimento
- partecipazione all'attività didattica
- livello della classe

Ivrea, 29 ottobre 2019