PROGRAMMAZIONE PREVENTIVA

Percorso di istruzione: II LIVELLO

2° PERIODO Indirizzo: SET Classe 3^ e 4^

Disciplina: Discipline turistiche e aziendali

Testi adottati: **Scelta Turismo up 1** (per la classe terza)
ISBN cartaceo + digitale: 9788823370197
ISBN solo digitale: 9788823370340
Autori: Campagna-Loconsole ─ Editore: Tramontana

Testi adottati: **Scelta Turismo up 2** (per la classe quarta)
ISBN cartaceo + digitale: 9788823370203
ISBN solo digitale: 9788823370357
Autori: Campagna-Loconsole ─ Editore: Tramontana

Curricolo composto da N. Moduli o UdA: 5

COMPETENZE traversali e disciplinari
• Utilizzare gli strumenti culturali e metodologici acquisiti per porsi con atteggiamento razionale, critico e responsabile di fronte alla realtà, ai suoi fenomeni e ai suoi problemi, anche ai fini dell'apprendimento permanente • Utilizzare le reti e gli strumenti informatici nell'attività di studio, ricerca e approfondimento disciplinare • Interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi di gestione e flussi informativi • Riconoscere ed interpretare: a) le tendenze dei mercati locali, nazionali e globali anche per coglierne le ripercussioni nel contesto turistico; b) i macrofenomeni socio- economici globali in termini generali e specifici dell'impresa turistica

Annualità 3°

MODULO (UdA) N.1: Titolo RIPASSO PREREQUISITI **Annualità terza**	
ABILITA'	**CONOSCENZE**
• Riconoscere la funzione economica delle diverse aziende. • Classificare le aziende secondo vari criteri • Esaminare le relazioni tra l'azienda e l'ambiente esterno. • Individuare le varie fasi del ciclo della vendita. • Riconoscere gli elementi e le principali clausole del contratto di vendita. • Classificare le operazioni ai fini IVA. • Compilare la fattura e calcolare gli importi applicando le norme IVA di base.	**Aziende e imprese.** Istituti e aziende. La classificazione delle aziende. Il sistema impresa e le relazioni con l'esterno. Caratteristiche dei servizi. Settori dell'attività economica. Tipologie di aziende nel canale di distribuzione. **Compravendita, IVA e fatturazione.** Caratteristiche fondamentali del contratto di vendita (nozione, obblighi dei contraenti, fasi, elementi). La normativa IVA (caratteri e presupposti dell'imposta, classificazione delle operazioni, determinazione della base imponibile, fatturazione, liquidazione e versamento).

MODULO (UdA) N. 2: Titolo TURISMI E IMPRESE **Annualità terza**	
ABILITA'	**CONOSCENZE**
• Distinguere i diversi tipi di turismo • Riconoscere le componenti storiche, sociali e culturali che concorrono allo sviluppo integrato del turismo • Riconoscere le tendenze dei mercati e le problematiche di localizzazione di un'azienda turistica • Riconoscere i fattori che determinano il rischio delle imprese turistiche • Individuare il ruolo degli operatori pubblici a sostegno dello sviluppo turistico del territorio	**Nozioni generali sul turismo.** Elementi e classificazioni del turismo. Ruolo del turismo nel contesto storico, socio-culturale, ambientale ed economico (E.C.). **Il mercato turistico.** Nozioni, caratteristiche, analisi e indicatori della domanda e dell'offerta turistiche. Le imprese turistiche: classificazione e specificità gestionali.

MODULO (UdA) N. 3: Titolo IMPRESE TURISTICHE **Annualità terza**	
ABILITA'	**CONOSCENZE**
• Riconoscere gli elementi materiali e i servizi che compongono il prodotto turistico • Analizzare le caratteristiche delle diverse agenzie di viaggio • Riconoscere nella distribuzione turistica le diverse agenzie di viaggio in rapporto agli altri operatori con riferimento all'attività svolta e ai servizi offerti • Redigere e/o compilare la documentazione e la modulistica tipica delle agenzie di viaggio • Individuare le procedure che caratterizzano la gestione delle aziende turistiche, rappresentandone i processi e i flussi informativi	**Imprese di viaggi.** Componenti del prodotto turistico. Attività svolte e servizi offerti dalle agenzie di viaggio. Tipologie e specificità della distribuzione turistica. Rapporti delle agenzie di viaggio con gli altri operatori turistici. Documenti delle agenzie di viaggio e normativa IVA. Intermediazione di un servizio turistico singolo. Intermediazione di un pacchetto turistico. **Altre imprese turistiche.** Imprese ricettive: tipologie di strutture e loro classificazione, il ciclo cliente e i relativi documenti. Imprese di trasporto: classificazioni, principali caratteristiche gestionali e rapporti con le agenzie di viaggio delle imprese di trasporto ferroviario, aereo, marittimo e su strada.

Annualità 4°

MODULO (UdA) N. 4: Titolo CONTABILITÀ E BILANCIO DELLE IMPRESE TURISTICHE **Annualità quarta**	
ABILITA'	**CONOSCENZE**
• Classificare le operazioni di gestione secondo diversi criteri • Analizzare i fatti di gestione nell'aspetto finanziario e nell'aspetto economico • Rilevare in P.D. i principali fatti di gestione e le principali scritture di assestamento • Determinare il reddito d'esercizio e il patrimonio di funzionamento • Redigere la situazione contabile finale • Distinguere gli obblighi in materia di redazione del bilancio imposti ai diversi tipi di aziende in relazione alla forma giuridica, alle dimensioni e all'attività svolta	**I principi della contabilità generale.** La gestione e le classificazioni delle operazioni di gestione. L'analisi del fatto di gestione. Il metodo della partita doppia applicato al sistema del patrimonio e del risultato economico. Il conto e il piano dei conti. La registrazione in partita doppia sul libro giornale e nei conti di mastro. Le situazioni contabili. **Patrimonio, reddito e bilancio d'esercizio.** Manifestazione finanziaria e competenza economica. Determinazione del risultato economico di periodo e rappresentazione del patrimonio di funzionamento. Scritture di assestamento e redazione del bilancio. Forma e contenuto del bilancio d'esercizio di un'impresa individuale. Prospetti contabili del bilancio d'esercizio delle società di capitali chiuse.

MODULO (UdA) N. 5: Titolo MARKETING DELLE IMPRESE TURISTICHE **Annualità quarta**	
ABILITA'	**CONOSCENZE**
• Analizzare la domanda turistica ed individuare i potenziali target di clienti • Individuare le leve di marketing che l'azienda può gestire • Analizzare e confrontare i principali aspetti di una campagna di comunicazione	**Il sistema e le analisi di marketing.** Nozione di marketing. Il marketing nelle imprese di servizi. Fasi del rapporto azienda/mercato. **Il marketing strategico.** Attività proprie del marketing strategico. Segmentazione del mercato. Individuazione del mercato obiettivo. Posizionamento. **Il marketing operativo.** Leve del marketing mix. Comunicazione di marketing (E.C.).

Data 15.09.25