PROGRAMMAZIONE MODULARE

Percorso di istruzione: II LIVELLO - II PERIODO Classe 3/4 SET

Disciplina: **Discipline turistiche e aziendali**

Testi adottati: Campagna-Loconsole, Scelta turismo 1, Tramontana
Campagna-Loconsole, Scelta turismo 2, Tramontana

Curricolo composto da N. Moduli o UdA: 5

COMPETENZE trasversali 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

MODULO (UdA) N. 0: Titolo RIPASSO PREREQUISITI		
ORE IN PRESENZA: 4	ORE A DISTANZA: 2	TOTALE ORE: 6
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	• **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, classifi-cazione delle operazioni, determinazione della base imponibile,	

applicando le norme IVA di base.	fatturazione, liquidazione e versamento).

MODULO (UdA) N. 1: Titolo TURISMI E IMPRESE		
ORE IN PRESENZA: 4	ORE A DISTANZA: 2	TOTALE ORE: 6
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 che 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. • **Il mercato turistico.** Nozioni, caratteristiche, analisi e indicatori della domanda e dell'offerta turistiche. Le imprese turistiche: classificazione e specificità gestionali. Soggetti pubblici che intervengono nell'attività turistica. Ruoli e responsabilità nelle professioni turistiche (cenni).	

MODULO (UdA) N. 2: Titolo IMPRESE TURISTICHE		
ORE IN PRESENZA: 18	ORE A DISTANZA: 9	TOTALE ORE: 27
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,	• **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, imprese di trasporto	

rappresentandone i processi e i flussi informativi.	ferroviario (servizio di biglietteria ferroviaria nazionale e modalità di acquisto di un biglietto).

MODULO (UdA) N. 3: Titolo CONTABILITÀ E BILANCIO DELLE IMPRESE TURISTICHE		
ORE IN PRESENZA: 20	ORE A DISTANZA: 9	TOTALE ORE: 29
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 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 registra-zione in partita doppia sul libro giornale e nei conti di mastro. Le situazioni contabili. Manifestazione finanziaria e competenza economica. Determinazione del risultato economico di periodo e rappresentazione del patrimonio di funzionamento. Scritture di assesta-mento, epilogo e chiusura. Redazione del bilancio. • **Patrimonio, reddito e bilancio d'esercizio.** Scritture e obblighi contabili. Cenni sulla valutazione degli elementi del patrimonio: principi di redazione del bilancio e criteri di valutazione. 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. 4: Titolo: MARKETING DELLE IMPRESE TURISTICHE		
ORE IN PRESENZA: 6	ORE A DISTANZA: 3	TOTALE ORE: 9
ABILITA'	**CONOSCENZE**	
• Analizzare la domanda turistica ed individuare i potenziali target di clienti. • Individuare le leve di marketing che l'azienda	• **Il sistema e le analisi di marketing.** Nozione di marketing. Il marketing nelle imprese di servizi. Fasi del rapporto azienda/mercato. Tipologie di	

può gestire. • Analizzare e confrontare i principali aspetti di una campagna di comunicazione.	ricerca di mercato. • **Il marketing strategico.** Attività proprie del marketing strategico. Segmentazione del mercato. Posizionamento. • **Il marketing operativo.** Leve del marketing mix: prodotto, prezzo, posizione, promozione. Ciclo di vita del prodotto. Comunicazione di marketing.