**PROGRAMMAZIONE MODULARE**

Percorso di istruzione: II LIVELLO

1° o 2° 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 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 eapprofondimento 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 1° o 3°**

|  |
| --- |
| **MODULO (UdA) N.1: Titolo RIPASSO PREREQUISITI – Annualità terza** |
| ORE IN PRESENZA: 4 | ORE A DISTANZA: 2 | TOTALE ORE: 6 di cui valide ai fini ASL: … |
| **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, classifi-cazione delle operazioni, determinazione della base imponibile, fatturazione, liquidazione e versamento). |

|  |
| --- |
| **MODULO (UdA) N. 2: Titolo TURISMI E IMPRESE – Annualità terza** |
| ORE IN PRESENZA: 4 | ORE A DISTANZA: 2 | TOTALE ORE: 6 di cui valide ai fini ASL: 1 |
| **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 rischio delle imprese turistiche.• Individuare il ruolo degli operatori pubblici che a sostegno dello sviluppo turistico del territorioturistica.• Riconoscere i fattori che determinano il | • 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. 3: Titolo IMPRESE TURISTICHE – Annualità terza** |
| ORE IN PRESENZA: 21 | ORE A DISTANZA: 6 | TOTALE ORE: 27 di cui valide ai fini ASL: 15 |
| **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 ladocumentazione 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, imprese di trasporto ferroviario (servizio di biglietteria ferroviaria nazionale e modalità di acquisto di un biglietto). |

Data

**Annualità 2° o 4°**

|  |
| --- |
| **MODULO (UdA) N.1: Titolo CONTABILITÀ E BILANCIO DELLE IMPRESE TURISTICHE – Annualità quarta** |
| ORE IN PRESENZA: 24 | ORE A DISTANZA: 6 | TOTALE ORE: 30 di cui valide ai fini ASL: 20 |
| **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 digestione. 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 assestamento, 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.2: Titolo MARKETING DELLE IMPRESE TURISTICHE – Annualità quarta** |
| ORE IN PRESENZA: 6 | ORE A DISTANZA: 3 | TOTALE ORE: 9 di cui valide ai fini ASL: 4 |
| **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 diservizi. Fasi del rapporto azienda/mercato. Tipologie di 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. |

Data