**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 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 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 territorio  turistica.  • 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 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, 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 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 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 di  servizi. 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