



ISTITUTO DI ISTRUZIONE SECONDARIA SUPERIORE STATALE
“FRANCESCO SAVERIO NITTI”
ISTITUTO TECNICO SETTORE ECONOMICO
Liceo delle Scienze Umane con opzione Economico Sociale
LICEO SCIENTIFICO – Liceo Scientifico opzione SCIENZE APPLICATE
Via J.F. Kennedy, 140/142 – 80125 Napoli – Tel. 081.5700343 – Fax 081.5708990 – C.F. 94038280635
Sito web: <http://www.isnitti.gov.it> - e-mail: nais022002@istruzione.it - posta certificata: nais022002@pec.istruzione.it
40° DISTRETTO SCOLASTICO



PROGRAMMAZIONE DIPARTIMENTALE SECONDO BIENNIO

DISCIPLINA DISCIPLINE TURISTICHE AZIENDALI

ANNO SCOLASTICO 2023/2024

INDIRIZZO: TURISTICO

CAPO DIPARTIMENTO PROF.SSA Germana Iannelli

DOCENTI DEL DIPARTIMENTO

PROFF.RI Battaglia Ciro, Nevola Vincenzo, Nuzzo Rita, Panelli Daniela, Pedone Vittorio, Recano Anna,

Tavola di programmazione relativa al primo trimestre classi Terze

Competenze	Abilità/Capacità	Conoscenze	Attività didattica	Strumenti	Tempi
Leggere, riconoscere e interpretare le tendenze locali, nazionali e globali cogliendone le ripercussioni nel contesto turistico.	Riconoscere componenti storiche, sociali e culturali nello sviluppo delle attività turistiche	Interpretare e descrivere il ruolo del turismo nel contesto socio-economico.	Lezione frontale e interattiva. Studio di casi. <i>Problem solving.</i>	Libro di testo LIM Laboratorio IFS	35h didatt. 2/3h prove
UDA EDUCAZ. CIVICA Rispettare l'ambiente, curarlo, conservarlo, migliorarlo assumendo il principio di responsabilità	Sviluppare la consapevolezza della salvaguardia ambientale Collocare l'ambiente e lo sviluppo sostenibile nelle priorità di un cittadino consapevole	Responsabilità sociale d'impresa – attenzione delle attività economico-imprenditoriali alle persone e all'ambiente, in particolare al patrimonio materiale e immateriale culturale: l'importanza della rendicontazione sociale e ambientale	Lezioni frontali e interattive Lavori di gruppo Problem solving	Libro di testo LIM PC - case history	2h

Tavola di programmazione relativa al secondo trimestre classi Terze

Competenze	Abilità/Capacità	Conoscenze	Attività didattica	Strumenti	Tempi
Interpretare nel loro insieme i sistemi aziendali turistici e distinguere tra i vari modelli e peculiarità.	Riconoscere le problematiche significative e i fattori di rischio/opportunità e le possibili soluzioni strategiche	Approfondire le specificità ed i rischi di gestione dell'impresa turistica	Lezione frontale e interattiva. Studio di casi. <i>Problem solving.</i>	Libro di testo LIM Laboratorio IFS <i>Software</i> didattici	30h didatt. 2h prove
Operare nella gestione e produzione di servizi/prodotti turistici	Riconoscere gli elementi materiali ed i servizi che compongono il prodotto turistico. Analizzare la domanda turistica e individuare i target di clienti.	Gestione dell'impresa turistica Componenti del prodotto turistico			30h didatt. 2h prove

Tavola di programmazione relativa al terzo trimestre classi Terze

Competenze	Abilità/Capacità	Conoscenze	Attività didattica	Strumenti	Tempi
Identificare le figure professionali e le peculiarità organizzative delle imprese turistiche.	Individuare e distinguere in un dato contesto le tipologie di operatori turistici e le strutture organizzative.	Ruoli e responsabilità delle professioni turistiche. Identificare nel dettaglio le strutture organizzative	Lezione frontale e interattiva. Studio di casi. Lavori individuali e di gruppo <i>Problem solving</i>	Libro di testo LIM Materiali di studio forniti dal docente	40h didatt. 2h prove

OBIETTIVI MINIMI CLASSI TERZE

Competenze	Abilità/Capacità	Conoscenze	Attività didattica	Strumenti
Individuare i sistemi aziendali turistici e distinguere tra i vari modelli elementari del settore	Conoscere i concetti di turismo e di turista. Definire concisamente la domanda e l'offerta turistica. Individuare le più semplici tipologie di operatori turistici e di strutture organizzative del settore.	Definizione di turismo e di turista. Le principali professioni turistiche. Identificare le più note forme di strutture organizzative del settore.	Lezione frontale e Lavoro individuale con l'ausilio e la collaborazione del docente di sostegno (in caso di alunni BES)	Libro di testo LIM Materiali di studio forniti dal docente

PER L'ATTIVITA' DI PCTO E PER IL NUMERO DI ORE RELATIVO (PRESUMIBILMENTE H 50 PER LA DISCIPLINA) SI RIMANDA ALLA PROGRAMMAZIONE DEL COORDINATORE DELLE SINGOLE CLASSI

Data 12/09/2023

Il Capo Dipartimento

Tavola di programmazione relativa al primo trimestre classi Quarte

Competenze	Abilità/Capacità	Conoscenze	Attività didattiche	Strumenti	Tempi
<ul style="list-style-type: none"> Individuare e utilizzare gli strumenti di comunicazione e di <i>team working</i> più appropriati per intervenire nei contesti organizzativi e professionali di riferimento. Utilizzare il sistema delle comunicazioni e delle relazioni delle imprese turistiche. Strumenti di comunicazione interpersonale nei diversi contesti aziendali. Utilizzare codici e tecniche della comunicazione aziendale funzionali ai contest 	<ul style="list-style-type: none"> Interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi di gestione e flussi informativi. Rilevazioni tipiche della contabilità delle imprese turistiche. Individuare le procedure che caratterizzano la gestione delle aziende turistiche, rappresentarne i processi e i flussi informativi. Gestire le rilevazioni elementari e saperle collocare nei programmi di contabilità integrata 	<ul style="list-style-type: none"> Il front office, comunicazione on line, il back office. scritture elementari tipiche. equilibri aziendali. il patrimonio. principali rilevazioni contabili. 	<p>Lezione frontale</p> <p>Lezione partecipata</p> <p>Esercitazioni guidate</p> <p>Esercitazioni in laboratorio informatico</p> <p>Verifiche orali</p> <p>Compito in classe</p> <p>Test strutturati e/o semi strutturati</p>	<p>Libro di testo</p> <p>Documenti aziendali</p> <p>Codice del Consumo</p> <p>Codice Civile</p> <p>Laboratorio IFS</p> <p>LIM</p>	<p>n. 20 h didattica n. 2 h prove</p> <hr/> <p>n. 20 h didattica n. 2 h prove</p>

Tavola di programmazione relativa al secondo trimestre classi Quarte

Competenze	Abilità/Capacità	Conoscenze	Attività didattiche	Strumenti	Tempi
<p>Individuare e accedere alla normativa civilistica e fiscale con particolare riferimento alle attività turistiche.</p> <p>Gestire il sistema delle rilevazioni aziendali con l'ausilio di programmi di contabilità integrata specifici per le aziende del settore turistico.</p>	<p>Redigere relazioni tecniche e documentare le attività individuali e di gruppo relative a situazioni professionali.</p> <p>Individuare e accedere alla normativa, civilistica, e fiscale, con particolare riferimento a quella del settore turistico.</p> <p>Bilancio d'esercizio e documenti collegati.</p> <p>Leggere e interpretare il bilancio di esercizio di un'impresa turistica e i documenti collegati.</p>	<p>Le fasi di formazione del Bilancio d'esercizio.</p> <p>Struttura, contenuto, criteri di valutazione del Bilancio.</p> <p>Il Bilancio d'esercizio nelle imprese turistiche.</p> <p>Riclassificazione del bilancio ed analisi di bilancio.</p> <p>Principali indici.</p>	<p>Lezione frontale</p> <p>Lezione partecipata</p> <p>Esercitazioni guidate</p> <p>Esercitazioni in laboratorio informatico</p> <p>Verifiche orali</p> <p>Compito in classe</p> <p>Test strutturati e/o semi strutturati</p>	<p>Libro di testo</p> <p>Documenti aziendali</p> <p>Codice del Consumo</p> <p>Codice Civile</p> <p>Laboratorio IFS</p> <p>LIM</p>	<p>n. 30 h didattica</p> <p>n. 2 h prove</p> <hr/> <p>n. 20 h didattica</p> <p>n. 2 h prove</p>

Tavola di programmazione relativa al terzo trimestre classi Quarte

Competenze	Abilità/Capacità	Conoscenze	Attività didattiche	Strumenti	Tempi
<ul style="list-style-type: none"> Inquadrare l'attività di marketing nel ciclo di vita dell'azienda. Interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi e flussi informativi. Contribuire a realizzare piani di marketing con riferimento a specifiche tipologie di imprese o prodotti turistici 	<ul style="list-style-type: none"> Descrivere le caratteristiche del marketing "turistico", individuare le problematiche relative al marketing strategico. Descrivere le caratteristiche del marketing mix. Analizzare la domanda turistica e individuare le forme di promozione e commercializzazione adeguate. Individuare forme di promozione e commercializzazione adeguate ai diversi mercati sulla base delle risorse disponibili. Utilizzare strumenti di supporto alla programmazione turistica territoriale. Curare la fidelizzazione della clientela nell'ottica della <i>customer care e customer satisfaction</i>. 	<ul style="list-style-type: none"> Il marketing "turistico" Il marketing strategico: sistema informativo, ricerche di mercato, strategie, segmentazione e posizionamento. Il marketing mix: politica del prodotto, del prezzo e della distribuzione. Comunicazione con il cliente. Strumenti di comunicazione interpersonale nei diversi contesti aziendali. Codici e tecniche della comunicazione aziendale funzionali ai contesti. 	<p>Lezione frontale Lezione partecipata Esercitazioni guidate Esercitazioni in laboratorio informatico Verifiche orali Compito in classe Test strutturati e/o semi strutturati</p>	<p>Libro di testo Documenti aziendali Codice del Consumo Codice Civile Laboratorio IFS LIM</p>	<p>n. 15 h didattica</p> <hr/> <p>n. 15 h didattica n. 2 h prove</p> <hr/> <p>n. 15 h didattica n. 2 h prove</p>

Tavola di programmazione di competenza disciplinare relativa al percorso di PCTO			Classi quarte		
Competenze	Abilità	Conoscenze	Attività didattiche	Strumenti	Tempi
<ul style="list-style-type: none"> • Leggere, riconoscere e interpretare: le tendenze dei mercati locali, nazionali, globali, cogliendo- ne le ripercussioni nel conte- sto 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 e nella dimensione sin- cronica attraverso il confronto tra le aree geografiche e culturali • Leggere ed interpretare il sistema azienda, nei suoi modelli, processi di gestione e flussi in- formativi. • Gestire gli aspetti organizzativi delle imprese turistiche e 	<ul style="list-style-type: none"> • Analizzare un mercato turistico (la propria città o provincia o regione): individuando le risorse turistiche presenti e la loro trasformazione in prodotti turistici offerti; individuando i flussi turistici e classificandoli , in base a precisi criteri, nelle diverse tipologie. Comunicazione dei contenuti. Interpretazione delle informazioni economico-turistiche. Commentare le informazioni elaborate. • Individuare i principi fondamentali dell'organizzazione aziendale. Correlate con le diverse strutture organizzative e con l'attività svolta dall'impresa. Identificare i diversi processi 	<ul style="list-style-type: none"> • Il ruolo del turismo nell'economia. Interventi privati e pubblici. Il mercato turistico. La domanda turistica. L'offerta turistica. Turismo in rapporto alle località e alle rispettive risorse. Turismo integrato. • Teoria e principi di organizzazione aziendale. Modelli organizzativi riferiti alle dimensioni, alle procedure, ai processi decisionali e alla divisione del lavoro. • Le imprese di trasporto terre- stri: caratteristiche generali ed evoluzione. Le diverse strutture organizzative. I processi produttivi nelle diverse tipologie. 	<p>Esercitazioni guidate</p> <p>Esercitazioni in laboratorio informatico</p> <p>Ambienti di simulazione</p> <p>Stage in azienda</p> <p>Tirocini formativi</p> <p>Partecipazione attiva ad eventi di settore</p>	<p>Libro di testo</p> <p>Documenti aziendali</p> <p>Codice del Consumo</p> <p>Codice Civile</p> <p>Laboratorio IFS</p> <p>LIM</p> <p>Aziende turistiche ospitanti</p>	<p>12/15 h Curricolari</p> <p>Monte ore da definire per le attività pomeridiane</p>

<p>cercare soluzioni riferite alle diverse tipologie.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Operare nel sistema delle rilevazioni aziendali, utilizzando gli strumenti operativi e concettuali in generale e con riferimento specifico alle imprese turistiche. 	<p>e le dinamiche organizzative.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ricerca di vettori, tariffe ferroviarie nazionali, marittime e stradali. • Leggere, interpretare ed elaborare i dati dei principali documenti utilizzati negli scambi commerciali e nel loro regolamento. 	<ul style="list-style-type: none"> • I documenti della compravendita e del relativo regolamento. <p>Principi della contabilità e della normativa tributaria.</p>			
---	---	---	--	--	--

OBIETTIVI MINIMI CLASSI QUARTE

Competenze	Abilità/Capacità	Conoscenze	Attività didattica	Strumenti
Strumenti di comunicazione nei contesti aziendali. Prospetto di Patrimonio L'attività di marketing	Interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli Descrivere le caratteristiche del marketing "turistico" Normativa essenziale, civilistica e fiscale, con particolare riferimento a quella del settore turistico	Il front office, comunicazione on line, il back office. il patrimonio. Il Bilancio d'esercizio nelle imprese turistiche. Il marketing "turistico"	Lezione frontale e Lavoro individuale con l'ausilio e la collaborazione del docente di sostegno (in caso di alunni BES)	Libro di testo LIM Materiali di studio forniti dal docente

PER L'ATTIVITA' DI PCTO E PER IL NUMERO DI ORE RELATIVO (PRESUMIBILMENTE H 50 PER LA DISCIPLINA) SI RIMANDA ALLA PROGRAMMAZIONE DEL COORDINATORE DELLE SINGOLE CLASSI

Data 12/09/2023

Il Capo Dipartimento