



ISTITUTO D'ISTRUZIONE SUPERIORE
"GIOVANNI GIOLITTI"



I.T. TECNICO PER IL TURISMO
I.P. SERVIZI PER L'ENOGASTRONOMIA E L'OSPITALITÀ ALBERGHIERA

Via Alassio, 20 - 10126 - TORINO Tel. 0116635203 – 0116963017

COD. MECC.: TOIS04200N C.F.: 80098950019

e-mail: tois04200n@istruzione.it pec: tois04200n@pec.istruzione.it

www.istitutogiolitti.edu.it

A.S. 2021-2022

PIANO di LAVORO del DIPARTIMENTO di Discipline economico aziendali

Classe ☐ Prima ☐ Seconda

Classe ☐ Terza ☒ Quarta ☐ Quinta

☒ **TECNICO PER IL TURISMO**

MODULO A – CONTABILITA' DELLE IMPRESE TURISTICHE

Competenze	Conoscenze	Abilità
Interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi di gestione e flussi informativi	Rilevazioni tipiche della contabilità delle imprese turistiche	Gestire le rilevazioni elementari e saperle collocare nei programmi di contabilità integrata
Gestire il sistema delle rilevazioni aziendali con l'ausilio di programmi di contabilità integrata specifici per le aziende del settore turistico		

MODULO B – BILANCIO DELLE IMPRESE TURISTICHE

Competenze	Conoscenze	Abilità
Gestire il sistema delle rilevazioni aziendali con l'ausilio di programmi di contabilità integrata specifici per le aziende del settore turistico	Bilancio d'esercizio e documenti collegati	Leggere e interpretare il bilancio d'esercizio di un'impresa turistica e i documenti collegati
Individuare e accedere alla normativa civilistica e fiscale con particolare riferimento a quella del settore turistico		

MODULO C – MARKETING DELLE IMPRESE TURISTICHE

Competenze	Conoscenze	Abilità
Contribuire a realizzare piani di marketing con riferimento a specifiche tipologie di imprese o prodotti turistici	Principi e teoria del marketing	Analizzare la domanda turistica e individuare i potenziali target di clienti
Utilizzare gli strumenti di marketing in differenti casi e contesti	Marketing turistico operativo e strategico	Analizzare i punti di contatto tra macro e micro marketing nel settore turistico
	Tecniche, metodologie e strumenti di marketing	Individuar e forme di promozione e commercializzazione adeguate ai diversi mercati sulla base delle risorse disponibili
	Comunicazione con il cliente	Curare la fidelizzazione della clientela nell'ottica della customer care e customer satisfaction

MODULO D – COMUNICAZIONE

Competenze	Conoscenze	Abilità
-------------------	-------------------	----------------

Utilizzare il sistema delle comunicazioni e delle relazioni delle imprese turistiche	Strumenti di comunicazione e interpersonale nei diversi contesti aziendali	Utilizzare codici e tecniche della comunicazione aziendale funzionali ai contesti
Individuare e utilizzare gli strumenti di comunicazione e di team working più appropriati per intervenire nei contesti organizzativi e professionali di riferimento	Comunicazione con il cliente	

Nuclei fondanti

Obiettivi minimi

La contabilità aziendale

Distinguere i valori finanziari e i valori economici.
Analizzare i fatti di gestione nell'aspetto finanziario e nell'aspetto economico.
Redigere semplici situazioni contabili
Saper individuare e registrare le principali scritture di assestamento

Il bilancio delle imprese turistiche

Redigere lo Stato patrimoniale e il Conto economico del bilancio d'esercizio
Saper calcolare gli indicatori di redditività senza la scomposizione del ROI e del ROE, gli indici di composizione patrimoniali e gli indici finanziari (current ratio, quick ratio, autocopertura e copertura immobilizzazioni, leverage)

Marketing delle imprese turistiche

Saper descrivere le finalità del marketing e le particolarità del marketing turistico
Saper spiegare in cosa consiste il marketing mix , distinguendo le diverse politiche di prodotto, di prezzo, di distribuzione e di comunicazione

METODOLOGIA

Gli studenti saranno informati del piano di lavoro, delle finalità dell'insegnamento e del suo significato all'inizio e durante tutto l'anno scolastico; saranno altresì resi noti i criteri di valutazione.

La metodologia si avvarrà delle seguenti modalità/tecniche di interventi:

Lezione frontale , lezione partecipata, problem solving, lavori di gruppo, flipped classroom, esemplificazioni alla lavagna, svolgimento di esercizi, analisi di situazioni/ casi /documenti aziendali, correzione di esercizi assegnati, lettura di articoli tratti dalla stampa specializzata, invio materiale su piattaforma g suite

MATERIALI

A supporto del lavoro, si utilizzeranno:

Libro di testo, calcolatrice, LIM, articoli tratti da quotidiani e riviste, filmati, documenti aziendali, modulistica (il materiale potrà essere inviato anche attraverso piattaforma g suite)

VERIFICHE E CRITERI DI VALUTAZIONE

La tipologia delle verifiche comprenderà:

Interrogazioni orali correzione e controllo esercitazioni svolte a casa, test/questionari, temi/problemi, prove strutturate e semi strutturate, analisi di casi, esercizi, problem solving

Il numero complessivo delle verifiche (scritte / pratiche / orali) sarà di almeno 3 nel primo trimestre e 3 nel pentamestre.

La valutazione intermedia e finale dell'a.s. terrà conto dei livelli di partenza, delle prestazioni scritte/pratiche/orali degli allievi, dell'osservazione sistematica e continua dei loro comportamenti e progressi, di elaborati e compiti svolti a casa, dei risultati delle loro ricerche individuali e di gruppo, del raggiungimento di competenze (di cittadinanza, dell'area generale e di indirizzo).

Il Dipartimento stabilisce di utilizzare le griglie di valutazione d'Istituto

Torino, 22/09/ 2021

Il Coordinatore di Dipartimento

Prof.ssa Andaloro Rosaria