

I.I.S. Luca Signorelli CORTONA

I.T.E. CORTONA e FOIANO

INDIRIZZO TURISMO

ECONOMIA AZIENDALE

**I Biennio Comune Indirizzi AFM e Turistico**

<b>Competenze</b>	<b>Abilità</b>	<b>Conoscenze</b>	<b>Metodologie</b>	<b>Valutazioni</b>
<p>Riconoscere le caratteristiche essenziali del sistema socio economico per orientarsi nel tessuto produttivo del proprio territorio.</p> <p>Individuare le strategie appropriate per la soluzione di problemi.</p> <p>Collocare l'esperienza personale in un sistema di regole fondato sul reciproco riconoscimento dei diritti garantiti dalla Costituzione, a tutela della persona della collettività e dell'ambiente.</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Riconoscere le modalità con cui l'intrapresa diventa impresa.</li><li>- Riconoscere le tipologie di azienda e la struttura elementare che le connota.</li><li>- Riconoscere la funzione economica delle diverse tipologie di aziende incluse le attività no profit.</li><li>- Individuare i vari fattori produttivi differenziandoli per natura e tipo di remunerazione.</li><li>- Riconoscere le varie funzioni aziendali e descriverne le caratteristiche e le correlazioni.</li><li>- Distinguere le finalità delle rilevazioni aziendali e individuare, nelle linee generali, i risultati prodotti dalla gestione attraverso la lettura degli schemi contabili di bilancio.</li><li>- Riconoscere i principali settori in cui sono organizzate le attività economiche del proprio territorio.</li><li>- Individuare le esigenze fondamentali che ispirano le scelte nella localizzazione delle aziende.</li><li>- Rappresentare la struttura organizzativa aziendale esaminando casi relativi a semplici e diverse tipologie di imprese.</li><li>- Riconoscere modelli organizzativi di un dato contesto aziendale.</li><li>- Leggere, interpretare ed elaborare i dati dei principali documenti utilizzati negli scambi commerciali.</li><li>- Leggere, interpretare ed elaborare i documenti utilizzati negli scambi commerciali e nel loro regolamento.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Azienda come sistema.</li><li>- Tipologie di aziende e caratteristiche della loro gestione.</li><li>- Elementi del sistema azienda.</li><li>- Combinazione dei fattori produttivi e loro remunerazione.</li><li>- Quadro generale delle funzioni aziendali.</li><li>- Quadro generale della gestione aziendale, delle rilevazioni e degli schemi di bilancio.</li><li>- Settori in cui si articolano le attività economiche.</li><li>- Processi di localizzazione delle aziende.</li><li>- Tipologie di modelli organizzativi.</li><li>- Strumenti di rappresentazione e descrizione dell'organizzazione aziendale.</li><li>- Documenti della compravendita e loro articolazione.</li><li>- Tecniche di calcolo nei documenti della compravendita.</li><li>- Documenti di regolamento degli scambi e loro tipologie.</li><li>- Tecniche di calcolo nei documenti di regolamento degli scambi.</li></ul>	<p>Lezione frontale. Lezione dialogata. Esercitazioni tratte dal libro di testo. Analisi di casi. Analisi di documenti. Problem solving. Role Playing. Cooperative learning.</p>	<p>Verifiche orali. Domande a risposta breve. Soluzione di casi. Soluzione di problemi. Esercizi di applicazione. Prove strutturate e semi-strutturate</p>

## Obiettivi minimi primo biennio

Competenze	Abilità	Conoscenze	Metodologie	Valutazioni
<p>Riconoscere le caratteristiche essenziali del sistema socio economico per orientarsi nel tessuto produttivo del proprio territorio.</p> <p>Individuare le strategie appropriate per la soluzione di semplici problemi.</p> <p>Collocare l'esperienza personale in un sistema di regole fondato sul reciproco riconoscimento dei diritti garantiti dalla Costituzione, a tutela della persona della collettività e dell'ambiente.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Riconoscere le modalità con cui l'intrapresa diventa impresa.</li> <li>- Riconoscere le tipologie di azienda e la struttura elementare che le connota.</li> <li>- Riconoscere la funzione economica delle diverse tipologie di aziende incluse le attività no profit.</li> <li>- Individuare i vari fattori produttivi differenziandoli per natura e tipo di remunerazione.</li> <li>- Riconoscere le varie funzioni aziendali e descriverne le caratteristiche e le correlazioni.</li> <li>- Riconoscere i principali settori in cui sono organizzate le attività economiche del proprio territorio.</li> <li>- Individuare le esigenze fondamentali che ispirano le scelte nella localizzazione delle aziende.</li> <li>- Rappresentare la struttura organizzativa aziendale esaminando casi relativi a semplici e diverse tipologie di imprese.</li> <li>- Riconoscere modelli organizzativi di un dato contesto aziendale.</li> <li>- Leggere, interpretare ed elaborare i dati dei principali documenti utilizzati negli scambi commerciali.</li> <li>- Leggere, interpretare ed elaborare i principali documenti utilizzati negli scambi commerciali e nel loro regolamento.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Azienda come sistema.</li> <li>- Tipologie di aziende e caratteristiche della loro gestione.</li> <li>- Elementi del sistema azienda.</li> <li>- Combinazione dei fattori produttivi e loro remunerazione.</li> <li>- Quadro generale delle funzioni aziendali.</li> <li>- Quadro generale della gestione aziendale, delle rilevazioni e degli schemi di bilancio.</li> <li>- Settori in cui si articolano le attività economiche.</li> <li>- Processi di localizzazione delle aziende.</li> <li>- Tipologie di modelli organizzativi.</li> <li>- Strumenti di rappresentazione e descrizione dell'organizzazione aziendale.</li> <li>- Documenti della compravendita e loro articolazione.</li> <li>- Principali tecniche di calcolo nei documenti della compravendita.</li> <li>- Documenti di regolamento degli scambi e loro tipologie.</li> <li>- Principali tecniche di calcolo nei documenti di regolamento degli scambi.</li> </ul>	<p>Lezione frontale. Lezione dialogata. Esercitazioni tratte dal libro di testo. Analisi di casi. Analisi di documenti. Problem solving. Role Playing. Cooperative learning.</p>	<p>Verifiche orali. Domande a risposta breve. Soluzione di casi. Soluzione di problemi. Esercizi di applicazione. Prove strutturate e semi-strutturate</p>

## II Biennio Indirizzo Turismo

Competenze	Abilità	Conoscenze	Metodologie	Valutazioni
<p>Riconoscere e interpretare:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- le tendenze dei mercati locali, nazionali e globali anche per coglierne le ripercussioni nel contesto turistico;</li> <li>- i macrofenomeni socio-economici globali in termini generali e specifici dell'impresa turistica.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Riconoscere le componenti storiche, sociali e culturali che concorrono allo sviluppo integrale del turismo</li> <li>- Riconoscere le tendenze dei mercati e le problematiche di localizzazione di un'azienda turistica.</li> <li>- Individuare compiti, azioni e piani di intervento dei soggetti pubblici che operano nel settore turistico.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ruolo del turismo nel contesto storico, sociale ed economico.</li> <li>- Mercato turistico.</li> <li>- Soggetti pubblici che intervengono nell'attività turistica.</li> </ul>	<p>Lezione frontale. Lezione dialogata. Esercitazioni tratte dal libro di testo. Analisi di casi. Analisi di documenti.</p>	<p>Verifiche orali. Domande a risposta breve. Soluzione di casi. Soluzione di problemi. Esercizi di applicazione.</p>
<p>Riconoscere e interpretare:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- le tendenze dei mercati locali, nazionali e globali anche per coglierne le ripercussioni nel contesto turistico;</li> <li>- i macrofenomeni socio-economici globali in termini generali e specifici dell'impresa turistica.</li> </ul> <p>Riconoscere le peculiarità organizzative delle imprese turistiche e contribuire a cercare soluzioni funzionali alle diverse tipologie.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Riconoscere i fattori che determinano il rischio imprenditoriale e individuare possibili strategie di attenuazione del rischio.</li> <li>- Distinguere le strutture organizzative e riconoscere le problematiche significative e ricorrenti del settore.</li> <li>- Identificare i ruoli e le responsabilità delle diverse funzioni aziendali nell'impresa turistica.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Specificità e rischi di gestione delle imprese turistiche.</li> <li>- Ruoli e responsabilità nelle professioni turistiche.</li> </ul>	<p>Problem solving. Role Playing. Cooperative learning.</p>	<p>Prove strutturate e semi-strutturate</p>
<p>Interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi di gestione e flussi informativi. Individuare e accedere alla normativa pubblicistica, civilistica, fiscale, con particolare riferimento a quella del settore turistico.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Individuare le procedure che caratterizzano la gestione delle aziende turistiche, rappresentandone i processi e i flussi informativi.</li> <li>- Riconoscere gli elementi materiali e i servizi che compongono il prodotto turistico.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gestione delle imprese ricettive.</li> <li>- Componenti del prodotto turistico.</li> </ul>		
<p>Interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi di gestione e flussi informativi. Individuare e accedere alla normativa pubblicistica, civilistica, fiscale, con particolare riferimento a quella del settore turistico.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Individuare le procedure che caratterizzano la gestione delle aziende turistiche, rappresentandone i processi ed i flussi informativi.</li> <li>- Riconoscere gli elementi materiali e i servizi che compongono il prodotto turistico.</li> <li>- Individuare la documentazione e le procedure per la progettazione e realizzazione di un viaggio.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gestione delle agenzie di viaggio.</li> <li>- Componenti del prodotto turistico.</li> </ul>		

<p>Interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi di gestione e flussi informativi.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Individuare le procedure che caratterizzano la gestione delle aziende turistiche, rappresentandone i processi ed i flussi informativi</li> <li>- Riconoscere gli elementi materiali e i servizi che compongono il prodotto turistico.</li> <li>- Individuare la documentazione e le procedure per la progettazione e realizzazione di un viaggio.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gestione delle imprese di trasporto.</li> <li>- Componenti del prodotto turistico.</li> </ul>		
<p>Interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi di gestione e flussi informativi. Gestire il sistema delle rilevazioni aziendali con l'ausilio di programmi di contabilità integrata specifici per le aziende del settore turistico.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gestire le rilevazioni elementari e saperle collocare nei programmi di contabilità integrata.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Rilevazioni tipiche della contabilità delle imprese turistiche.</li> </ul>		
<p>Gestire il sistema delle rilevazioni aziendali con l'ausilio di programmi di contabilità integrata specifici per le aziende del settore turistico. Individuare e accedere alla normativa pubblicistica, civilistica, fiscale, con particolare riferimento a quella del settore turistico.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Leggere e interpretare il bilancio di esercizio di un'impresa turistica e i documenti collegati.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bilancio d'esercizio e documenti collegati.</li> </ul>		
<p>Contribuire a realizzare piani di marketing con riferimento a specifiche tipologie di imprese o prodotti turistici. Utilizzare gli strumenti di marketing in differenti casi e contesti.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Analizzare la domanda turistica e individuare i potenziali target di clienti.</li> <li>- Analizzare i punti di contatto tra macro e micro marketing nel settore turistico.</li> <li>- Utilizzare strumenti di supporto alla programmazione turistica territoriale.</li> <li>- Individuare forme di promozione e commercializzazione adeguate ai diversi mercati sulla base delle risorse disponibili.</li> <li>- Curare la fidelizzazione della clientela nell'ottica della customer care e customer satisfaction.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Principi e teoria del marketing.</li> <li>- Marketing turistico operativo e strategico.</li> <li>- Tecniche, metodologie e strumenti di marketing.</li> <li>- Comunicazione con il cliente.</li> </ul>		
<p>Utilizzare il sistema delle comunicazioni e delle relazioni delle imprese turistiche. Individuare e utilizzare gli strumenti di comunicazione e di team working più appropriati per intervenire nei contesti organizzativi e professionali di riferimento.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Utilizzare codici e tecniche della comunicazione aziendale funzionale ai contesti.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Strumenti di comunicazione interpersonale nei diversi contesti aziendali.</li> <li>- Comunicazione con il cliente.</li> </ul>		

## Obiettivi minimi secondo biennio

Competenze	Abilità	Conoscenze	Metodologie	Valutazioni
<p>Riconoscere e interpretare:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- le principali tendenze dei mercati locali, nazionali e globali anche per coglierne le ripercussioni nel contesto turistico;</li> <li>- i macrofenomeni socio-economici globali in termini generali e specifici dell'impresa turistica.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Riconoscere le principali componenti storiche, sociali e culturali che concorrono allo sviluppo integrale del turismo</li> <li>- Riconoscere le principali tendenze dei mercati e le principali problematiche di localizzazione di un'azienda turistica.</li> <li>- Individuare compiti, azioni e piani di intervento dei soggetti pubblici che operano nel settore turistico.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ruolo del turismo nel contesto storico, sociale ed economico.</li> <li>- Mercato turistico.</li> <li>- Soggetti pubblici che intervengono nell'attività turistica.</li> </ul>	<p>Lezione frontale. Lezione dialogata. Esercitazioni tratte dal libro di testo. Analisi di casi. Analisi di documenti.</p>	<p>Verifiche orali. Domande a risposta breve. Soluzione di casi. Soluzione di problemi. Esercizi di applicazione.</p>
<p>Riconoscere e interpretare:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- le principali tendenze dei mercati locali, nazionali e globali anche per coglierne le ripercussioni nel contesto turistico;</li> <li>- i macrofenomeni socio-economici globali in termini generali e specifici dell'impresa turistica.</li> </ul> <p>Riconoscere le principali peculiarità organizzative delle imprese turistiche e contribuire a cercare semplici soluzioni funzionali alle diverse tipologie.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Riconoscere i fattori che determinano il rischio imprenditoriale e individuare semplici strategie di attenuazione del rischio.</li> <li>- Distinguere le strutture organizzative e riconoscere le principali problematiche significative e ricorrenti del settore.</li> <li>- Identificare i ruoli e le responsabilità delle diverse funzioni aziendali nell'impresa turistica.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Specificità e rischi di gestione delle imprese turistiche.</li> <li>- Ruoli e responsabilità nelle professioni turistiche.</li> </ul>	<p>Problem solving. Role Playing. Cooperative learning.</p>	<p>Prove strutturate e semi-strutturate</p>
<p>Comprendere i sistemi aziendali meno complessi, nei loro modelli, processi di gestione e flussi informativi. Orientarsi tra la normativa pubblicistica, civilistica e fiscale di settore.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Individuare le principali procedure che caratterizzano la gestione delle aziende turistiche, rappresentandone i processi e i flussi informativi.</li> <li>- Riconoscere i principali elementi materiali e servizi che compongono il prodotto turistico.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gestione delle imprese ricettive.</li> <li>- Principali componenti del prodotto turistico.</li> </ul>		
<p>Comprendere i sistemi aziendali meno complessi, nei loro modelli, processi di gestione e flussi informativi. Orientarsi tra la normativa pubblicistica, civilistica e fiscale di settore.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Individuare le principali procedure che caratterizzano la gestione delle aziende turistiche, rappresentandone i processi ed i flussi informativi.</li> <li>- Riconoscere i principali elementi materiali e servizi che compongono il prodotto turistico.</li> <li>- Individuare la documentazione e le procedure per la progettazione e realizzazione di un viaggio.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gestione delle agenzie di viaggio.</li> <li>- Principali componenti del prodotto turistico.</li> </ul>		

Comprendere i sistemi aziendali meno complessi, nei loro modelli, processi di gestione e flussi informativi.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Individuare le procedure che caratterizzano la gestione delle aziende turistiche, rappresentandone i processi ed i flussi informativi</li> <li>- Riconoscere i principali elementi materiali e servizi che compongono il prodotto turistico.</li> <li>- Individuare la documentazione e le procedure per la progettazione e realizzazione di un viaggio.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gestione delle imprese di trasporto.</li> <li>- Principali componenti del prodotto turistico.</li> </ul>		
Comprendere i sistemi aziendali meno complessi, nei loro modelli, processi di gestione e flussi informativi. Gestire il sistema delle principali rilevazioni aziendali.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gestire le principali rilevazioni elementari.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Rilevazioni tipiche della contabilità delle imprese turistiche.</li> </ul>		
Gestire il sistema delle principali rilevazioni aziendali. Orientarsi tra la normativa pubblicistica, civilistica e fiscale di settore.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Leggere e interpretare semplici bilanci di esercizio di un'impresa turistica e i documenti collegati.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bilancio d'esercizio e documenti collegati.</li> </ul>		
Contribuire a realizzare semplici piani di marketing con riferimento a specifiche tipologie di imprese o prodotti turistici. Utilizzare i principali strumenti di marketing in differenti casi e contesti.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Analizzare la domanda turistica e individuare i potenziali target di clienti.</li> <li>- Analizzare i punti di contatto essenziali tra macro e micro marketing nel settore turistico.</li> <li>- Individuare forme di promozione e commercializzazione adeguate da utilizzare in semplici contesti.</li> <li>- Curare la fidelizzazione della clientela.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Principi e teoria del marketing.</li> <li>- Marketing turistico operativo e strategico.</li> <li>- Tecniche, metodologie e strumenti di marketing.</li> <li>- Comunicazione con il cliente.</li> </ul>		
Utilizzare il sistema delle comunicazioni e delle relazioni delle imprese turistiche. Individuare e utilizzare in modo appropriato i principali strumenti di comunicazione e di team working.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Utilizzare codici e tecniche della comunicazione aziendale funzionale a semplici contesti.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Strumenti di comunicazione interpersonale nei diversi contesti aziendali.</li> <li>- Comunicazione con il cliente.</li> </ul>		

## 5 Anno Indirizzo Turismo

Competenze	Abilità	Conoscenze	Metodologie	Valutazioni
<p>Riconoscere e interpretare:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- le tendenze dei mercati locali, nazionali e globali anche per coglierne le ripercussioni nel contesto turistico.</li> </ul> <p>Identificare e applicare le metodologie e le tecniche della gestione per progetti.</p> <p>Redigere relazioni tecniche e documentare le attività individuali e di gruppo relative a situazioni professionali.</p> <p>Progettare, documentare e presentare servizi o prodotti turistici.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Elaborare prodotti turistici a catalogo, a domanda, a carattere tematico, e definirne il relativo prezzo, con riferimento al territorio ed alle sue caratteristiche.</li> <li>- Interpretare le informazioni contenute sui cataloghi.</li> <li>- Utilizzare tecniche e strumenti per la programmazione, l'organizzazione, la gestione di eventi e relative attività di sistema.</li> <li>- Utilizzare il lessico e fraseologia di settore anche in lingua inglese.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Prodotti turistici: a catalogo e a domanda.</li> <li>- Il catalogo come strumento di promo-commercializzazione.</li> <li>- La costruzione dei pacchetti turistici.</li> <li>- I prezzi dei viaggi organizzati.</li> <li>- Tecniche di organizzazione per eventi.</li> <li>- Lessico e fraseologia di settore anche in lingua inglese.</li> </ul>	<p>Lezione frontale.</p> <p>Lezione dialogata.</p> <p>Esercitazioni tratte dal libro di testo.</p> <p>Analisi di casi.</p> <p>Analisi di documenti.</p> <p>Problem solving.</p> <p>Role Playing.</p> <p>Cooperative learning.</p>	<p>Verifiche orali.</p> <p>Domande a risposta breve.</p> <p>Soluzione di casi.</p> <p>Soluzione di problemi.</p> <p>Esercizi di applicazione.</p> <p>Esercizi con dati a scelta.</p> <p>Prove strutturate e semi-strutturate</p>
<p>Comprendere le funzioni della pianificazione strategica e del controllo di gestione, le loro caratteristiche, gli strumenti di cui si avvalgono e le loro relazioni.</p> <p>Monitorare i processi produttivi e analizzare i dati per ricavarne indici.</p> <p>Utilizzare le informazioni per migliorare la pianificazione, lo sviluppo e il controllo dell'impresa turistica.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Individuare l'orientamento strategico di fondo (mission, vision), la strategia e la pianificazione di un caso aziendale.</li> <li>- Elaborare un business plan di un'azienda turistica.</li> <li>- Utilizzare gli strumenti del controllo di gestione in un'impresa turistica.</li> <li>- Elaborare un budget di un'azienda turistica ed effettuare l'analisi degli scostamenti.</li> <li>- Utilizzare il lessico e fraseologia di settore anche in lingua inglese.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Orientamento strategico di fondo, obiettivi e strategie aziendali.</li> <li>- Pianificazione strategica e sue fasi; struttura e funzioni del business plan.</li> <li>- Controllo di gestione e relativi strumenti.</li> <li>- Il budget</li> <li>- Reporting ed analisi degli scostamenti.</li> <li>- Lessico e fraseologia di settore anche in lingua inglese.</li> </ul>		

<p>Utilizzare strategie di marketing e contribuire a realizzare piani di marketing con riferimento a specifiche tipologie di imprese o prodotti turistici o a determinati territori. Utilizzare gli strumenti di marketing in differenti casi e contesti. Progettare, documentare e presentare servizi o prodotti turistici, relativi a una specifica azienda o a un territorio. Utilizzare il sistema delle comunicazioni e delle relazioni delle imprese turistiche ai fini promozionali e di commercializzazione.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizzare strategie di marketing per la promozione del prodotto e dell'immagine turistica del territorio.</li> <li>- Utilizzare strumenti multimediali e nuove tecniche di comunicazione per la promozione dell'immagine turistica del territorio e la commercializzazione del servizio.</li> <li>- Elaborare un piano di marketing aziendale o territoriale in funzione delle politiche economiche e finanziarie adottate per la governance del settore.</li> <li>- Utilizzare il lessico e fraseologia di settore anche in lingua inglese.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Strategie di marketing.</li> <li>- Marketing territoriale e della destinazione.</li> <li>- Piano di marketing aziendale e territoriale.</li> <li>- Pianificazione di marketing territoriale e politiche di qualificazione e sviluppo dell'offerta turistica.</li> <li>- Lessico e fraseologia di settore anche in lingua inglese.</li> </ul>		
<p>Redigere relazioni e documentare le attività individuali e di gruppo relative a situazioni professionali. Riconoscere e interpretare le tendenze dei mercati locali, nazionali e globali per coglierne le ripercussioni nel contesto turistico. Individuare le caratteristiche del mercato del lavoro e collaborare alla gestione del personale dell'impresa turistica.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Redigere il curriculum vitae europeo.</li> <li>- Simulare test e colloqui di selezione, anche in lingua straniera.</li> <li>- Utilizzare procedure per lo sviluppo e la gestione del sistema di qualità nelle imprese turistiche.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tecniche di selezione del personale.</li> <li>- Curriculum europeo.</li> <li>- Qualità nelle imprese turistiche.</li> <li>- Lessico e fraseologia di settore anche in lingua inglese.</li> </ul>		

## Obiettivi minimi quinto anno

Competenze	Abilità	Conoscenze	Metodologie	Valutazioni
<p>Riconoscere e interpretare:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- le principali tendenze dei mercati locali, nazionali e globali anche per coglierne le ripercussioni nel contesto turistico.</li> </ul> <p>Redigere semplici relazioni tecniche e documentare le attività individuali e di gruppo relative a situazioni professionali.</p> <p>Progettare, documentare e presentare semplici servizi o prodotti turistici.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Elaborare semplici prodotti turistici a catalogo, a domanda, a carattere tematico, e definirne il relativo prezzo, con riferimento al territorio ed alle sue caratteristiche.</li> <li>- Saper leggere le informazioni contenute sui cataloghi.</li> <li>- Utilizzare tecniche per la programmazione, l'organizzazione, la gestione di semplici eventi.</li> <li>- Utilizzare il lessico e fraseologia essenziale di settore anche in lingua inglese.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Prodotti turistici: a catalogo e a domanda.</li> <li>- Il catalogo come strumento di promo-commercializzazione.</li> <li>- La costruzione di semplici pacchetti turistici.</li> <li>- I prezzi dei viaggi organizzati.</li> <li>- Tecniche di organizzazione per eventi.</li> <li>- Lessico e fraseologia essenziale di settore anche in lingua inglese.</li> </ul>	<p>Lezione frontale. Lezione dialogata. Esercitazioni tratte dal libro di testo. Analisi di casi. Analisi di documenti. Problem solving. Role Playing. Cooperative learning.</p>	<p>Verifiche orali. Domande a risposta breve. Soluzione di casi. Soluzione di problemi. Esercizi di applicazione. Esercizi con dati a scelta. Prove</p>



<p>Comprendere le principali funzioni della pianificazione strategica e del controllo di gestione, le loro caratteristiche, gli strumenti di cui si avvalgono e le loro relazioni. Monitorare semplici processi produttivi e analizzare i dati per ricavarne gli indici essenziali.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Individuare l'orientamento strategico di fondo (mission, vision), la strategia e la pianificazione di un semplice caso aziendale.</li> <li>- Elaborare un semplice business plan di un'azienda turistica.</li> <li>- Elaborare un semplice budget di un'azienda turistica ed effettuare l'analisi degli scostamenti.</li> <li>- Utilizzare il lessico e fraseologia essenziale di settore anche in lingua inglese.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Orientamento strategico di fondo, obiettivi e strategie aziendali.</li> <li>- Pianificazione strategica e sue fasi; struttura e funzioni del business plan.</li> <li>- Controllo di gestione e relativi strumenti.</li> <li>- Il budget</li> <li>- Reporting ed analisi degli scostamenti.</li> <li>- Lessico e fraseologia essenziale di settore anche in lingua inglese.</li> </ul>		strutturate e semi-strutturate
<p>Utilizzare le principali strategie di marketing e contribuire a realizzare semplici piani di marketing. Utilizzare gli strumenti di marketing in differenti casi e contesti. Progettare, documentare e presentare semplici servizi o prodotti turistici, relativi a una specifica azienda o a un territorio. Utilizzare il sistema delle comunicazioni e delle relazioni delle imprese turistiche ai fini promozionali e di commercializzazione.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Utilizzare le principali strategie di marketing per la promozione del prodotto e dell'immagine turistica del territorio.</li> <li>- Utilizzare strumenti multimediali e nuove tecniche di comunicazione per la promozione dell'immagine turistica del territorio e la commercializzazione del servizio.</li> <li>- Elaborare un semplice piano di marketing aziendale o territoriale in un dato contesto.</li> <li>- Utilizzare il lessico e fraseologia essenziale di settore anche in lingua inglese.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Strategie di marketing.</li> <li>- Marketing territoriale e della destinazione.</li> <li>- Piano di marketing aziendale e territoriale.</li> <li>- Pianificazione di marketing territoriale e politiche di qualificazione e sviluppo dell'offerta turistica.</li> <li>- Lessico e fraseologia essenziale di settore anche in lingua inglese.</li> </ul>		
<p>Redigere semplici relazioni e documentare le attività individuali e di gruppo relative a situazioni professionali. Riconoscere e interpretare le principali tendenze dei mercati locali, nazionali e globali per coglierne le ripercussioni nel contesto turistico.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Redigere il curriculum vitae europeo.</li> <li>- Simulare test e colloqui di selezione, anche in lingua straniera.</li> <li>- Riconoscere le procedure utilizzate nella gestione del sistema di qualità nelle imprese turistiche</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tecniche di selezione del personale.</li> <li>- Curriculum europeo.</li> <li>- Qualità nelle imprese turistiche.</li> <li>- Lessico e fraseologia essenziale di settore anche in lingua inglese.</li> </ul>		