

PROGRAMMA SVOLTO

CLASSE	4 [^] AET
INDIRIZZO	Turismo
ANNO SCOLASTICO	2019/2020
DISCIPLINA	Discipline Turistiche ed Aziendali
DOCENTE	Carraro Maria Cristina

PROGRAMMA SVOLTO NELLA CLASSE 4^A AET

Libro di testo adottato *Agusani Cammisa Matrisciano Discipline Turistiche Aziendali 2 “Gestione e Marketing” Elemond Scuola & Azienda*

COMPETENZE SVILUPPATE	MODULI/UNITÀ	CONTENUTI
<p><i>-Individuare e accedere alla normativa pubblicistica, civilistica, fiscale con particolare riferimento a quella del settore turistico.</i></p> <p><i>-Interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi di gestione e flussi informativi</i></p> <p><i>-Riconoscere le peculiarità organizzative delle imprese turistiche e contribuire a cercare soluzioni funzionali alle diverse tipologie</i></p>	<p>UNITA' 1: “L’IMPRESA E LE SOCIETA”</p>	<ul style="list-style-type: none"> • La forma giuridica delle imprese • I caratteri distintivi delle diverse forme di società • Le società cooperative • Elementi da considerare per la scelta della forma giuridica di un’impresa turistica
<p><i>-Redigere relazioni tecniche e documentare le attività individuali e di gruppo relative a situazioni professionali</i></p> <p><i>-Individuare e accedere alla normativa pubblicistica, civilistica, fiscale con particolare riferimento a quella del settore turistico.</i></p> <p><i>-Interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi di gestione e flussi informativi</i></p> <p><i>-Riconoscere le peculiarità organizzative delle imprese turistiche e contribuire a</i></p>	<p>UNITA' 2 : “LE RISORSE UMANE E IL RAPPORTO DI LAVORO”</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ruolo delle risorse umane in azienda • Reclutamento, selezione, assunzione e formazione del personale • Principali contratti di lavoro e livelli retributivi nel settore turistico • Principali voci della busta paga, Irpef e ritenute fiscali, straordinari e scatti di anzianità • I rapporti con l’INPS, oneri sociali e ritenute previdenziali

<p><i>cercare soluzioni funzionali alle diverse tipologie</i></p> <p><i>-Individuare le caratteristiche del mercato del lavoro e collaborare alla gestione del personale dell'impresa turistica</i></p>		
<p><i>-Redigere relazioni tecniche e documentare le attività individuali e di gruppo relative a situazioni professionali</i></p> <p><i>-Individuare e accedere alla normativa pubblicistica, civilistica, fiscale con particolare riferimento a quella del settore turistico.</i></p> <p><i>-Interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi di gestione e flussi informativi</i></p> <p><i>-Riconoscere le peculiarità organizzative delle imprese turistiche e contribuire a cercare soluzioni funzionali alle diverse tipologie</i></p> <p><i>-Gestire il sistema delle rilevazioni aziendali con l'ausilio di programmi di contabilità integrata specifici per le aziende del settore turistico</i></p>	<p>UNITA' 3 : "LE RISORSE UMANE E IL RAPPORTO DI LAVORO"</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Principali operazioni di gestione • Il Patrimonio e la sua struttura • Criteri di valutazione dei beni patrimoniali • L'inventario • Analisi economico finanziaria delle operazioni di gestione • Determinazione del reddito d'esercizio e competenza economica dei costi e dei ricavi • Operazioni di completamento e rettifica
<p><i>-Redigere relazioni tecniche e documentare le attività individuali e di gruppo relative a situazioni professionali</i></p> <p><i>-Individuare e accedere alla normativa pubblicistica, civilistica, fiscale con particolare riferimento a quella del settore turistico.</i></p>	<p>UNITA' 5 : "LA CONTABILITA' GENERALE DELLE IMPRESE TURISTICHE"</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Il sistema informativo contabile • Fatti esterni di gestione e loro rilevazione • Contabilità generale: scopi, rilevazioni e strumenti • Conti finanziari ed economici • Il metodo della Partita Doppia • Annotazioni sul libro giornale e sul libro mastro • Analisi delle scritture dei fatti esterni di gestione

<p><i>-Interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi di gestione e flussi informativi</i></p> <p><i>-Riconoscere le peculiarità organizzative delle imprese turistiche e contribuire a cercare soluzioni funzionali alle diverse tipologie</i></p> <p><i>-Gestire il sistema delle rilevazioni aziendali con l'ausilio di programmi di contabilità integrata specifici per le aziende del settore turistico</i></p>		
<p><i>-Individuare e accedere alla normativa pubblicistica, civilistica, fiscale con particolare riferimento a quella del settore turistico.</i></p> <p><i>-Interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi di gestione e flussi informativi</i></p> <p><i>-Riconoscere le peculiarità organizzative delle imprese turistiche e contribuire a cercare soluzioni funzionali alle diverse tipologie</i></p> <p><i>-Gestire il sistema delle rilevazioni aziendali con l'ausilio di programmi di contabilità integrata specifici per le aziende del settore turistico</i></p>	<p>UNITA' 6 : "OPERAZIONI DI ASSESTAMENTO E DI CHIUSURA DEI CONTI"</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Il principio della competenza economica e le operazioni di assestamento • Completamento, integrazione, rettifica e ammortamento • Il riepilogo dei costi e dei ricavi d'esercizio • La chiusura dei conti e il patrimonio di funzionamento
<p><i>-Individuare e accedere alla normativa pubblicistica, civilistica, fiscale con particolare riferimento a quella del settore turistico.</i></p> <p><i>-Interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi di gestione e flussi informativi</i></p>	<p>UNITA' 7 : "IL BILANCIO D'ESERCIZIO E L'ANALISI PER INDICI"</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Il bilancio d'esercizio: suo valore informativo e articolazione • Formazione dello Stato Patrimoniale e del Conto Economico

<p><i>-Riconoscere le peculiarità organizzative delle imprese turistiche e contribuire a cercare soluzioni funzionali alle diverse tipologie</i></p> <p><i>-Gestire il sistema delle rilevazioni aziendali con l'ausilio di programmi di contabilità integrata specifici per le aziende del settore turistico</i></p>		
---	--	--

- Il docente dichiara che, a causa della sospensione forzata dalle lezioni, non ha svolto alcuni moduli/unità/nuclei fondamentali e predispone il seguente Piano di integrazione degli apprendimenti

PIANO DI INTEGRAZIONE DEGLI APPRENDIMENTI

Indicare di seguito i Moduli/Unità/Nuclei di apprendimento, con i relativi obiettivi e contenuti non svolti rispetto alla programmazione iniziale e che sono necessari per il successivo anno scolastico, da sviluppare nell'ambito del Piano di integrazione degli apprendimenti. Indicare anche i metodi e gli strumenti necessari per l'efficace recupero degli apprendimenti.

MODULI/UNITÀ/NUCLEI DI	OBIETTIVI DI APPRENDIMENTO	CONTENUTI	METODI E STRUMENTI
UNITA' 8 : "IL MARKETING"	<ul style="list-style-type: none"> • Riconoscere gli elementi del marketing delle imprese di servizi • Individuare elementi significativi di una ricerca di marketing • Individuare la strategia di targeting più idonea per un servizio o prodotto turistico • Saper collocare un prodotto in una mappa di posizionamento • Saper individuare strategie di marketing mix e di web marketing mix 	<ul style="list-style-type: none"> • Processo operativo del marketing management • Contenuti di una ricerca di marketing • Segmentazione del mercato, targeting e posizionamento di un prodotto • Marketing mix e web marketing mix 	<input type="checkbox"/> Lezioni frontali (<i>in presenza o a distanza</i>) <input type="checkbox"/> Attività di laboratorio
UNITA' 9: "LA COMUNICAZIONE"	<ul style="list-style-type: none"> • Individuare gli elementi della comunicazione • Interpretare il linguaggio verbale, paraverbale e non verbale • Individuare gli strumenti della comunicazione esterna d'impresa • Saper gestire il cliente in un'ottica di customer satisfaction • Riconoscere gli elementi della comunicazione del punto vendita 	<ul style="list-style-type: none"> • Concetto di comunicazione ed elementi del processo comunicativo • Linguaggio verbale, paraverbale e non verbale • Strumenti della comunicazione di impresa • Il rapporto diretto con il cliente Valenza comunicativa del punto vendita	