

SEDE CENTRALE

Via G. Parini, 10/C - 35028 - Piove di Sacco (PD) Tel. 049-5841692; 049-5841969; 049-9703995
CF e PI: 80024700280 - Codice Meccanografico: PDIS02100V - Codice Univoco Ufficio: UFS6EP
Mail: pdis02100v@istruzione.it - Pec: pdis02100v@pec.istruzione.it

SEDE STACCATA

Via Ortazzi, 11 - 35028 - Piove di Sacco (PD) Tel. 049-5841129

INDIRIZZI DI STUDIO

Istituto Tecnico Economico: AFM, SIA, Turismo - Istituto Tecnico Tecnologico: CAT
Istituto Professionale: Servizi per l'Agricoltura, Servizi per la sanità e l'assistenza sociale



RELAZIONE FINALE DEL DOCENTE

Allegato A – Documento del 15 maggio

CLASSE	5 [^] AET
INDIRIZZO	Tecnico Economico - Turismo
ANNO SCOLASTICO	2022/2023
DISCIPLINA	Discipline Turistiche ed Aziendali
DOCENTE	Carraro M. Cristina

REV	DATA	EMESSO	MDI
01	04.11.2019	RSGQ	11.3.2

RELAZIONE FINALE DEL DOCENTE

1. PROFILO DELLA CLASSE

Ho insegnato DTA in questa classe per l'intero triennio.

Si tratta di una materia caratterizzante l'indirizzo che prevede lo sviluppo di un percorso formativo di acquisizione delle competenze sistematico, complesso e continuo. L'obiettivo finale di conoscenze e competenze da raggiungere al termine del triennio risulta difficilmente divisibile nei singoli percorsi delle tre classi e prevede piuttosto una crescita continua e un consolidamento che richiedono quindi un atteggiamento e un'applicazione consapevole e responsabile.

La classe è composta attualmente da 22 alunni, tutti provenienti dalla stessa sezione e quindi accomunati da uno stesso percorso di studi. La partecipazione al dialogo educativo ha sempre evidenziato attenzione e interesse per le tematiche proposte e il rapporto tra docente e alunni è sempre stato sereno e collaborativo. Nel corso del triennio tuttavia la maggior parte della classe non ha maturato un approccio allo studio maturo e responsabile per l'acquisizione e il consolidamento di competenze solide, complete e coordinate ma ha invece condotto un lavoro mirato soprattutto all'ottenimento di buoni risultati nelle singole verifiche.

Il profitto finale vede la classe divisa in tre gruppi:

- un piccolo gruppo di alunni particolarmente motivati ha raggiunto risultati e valutazioni buoni, talvolta ottimi, consolidando abilità professionali complete e decisamente soddisfacenti
- un gruppo più numeroso ha raggiunto livelli di competenze di base, solide ma non approfondite
- infine pochi alunni hanno manifestato fino alla fine del percorso un impegno discontinuo e di conseguenza i risultati non raggiungono completamente il livello di sufficienza

2. NUCLEI TEMATICI FONDAMENTALI SVOLTI E TEMPI DI REALIZZAZIONE

NUCLEI TEMATICI FONDAMENTALI	Periodo	Ore
Il turismo come fenomeno e come Mercato: le realtà e le tendenze <ul style="list-style-type: none">• L'analisi dei dati quantitativi relativi ai flussi dei turisti nelle destinazioni italiane ed estere e alla capacità ricettiva delle strutture• L'interpretazione dei mutamenti di carattere qualitativo che hanno determinato i "nuovi turismi"• Interazioni tra le analisi del mercato turistico e il sistema informativo aziendale	Da settembre a maggio	15
Ideazione, progettazione e realizzazione dei prodotti turistici <ul style="list-style-type: none">• L'analisi dei bisogni e realizzazione dei prodotti turistici• Le tecniche di tariffazione• L'analisi dei vari modelli di organizzazione aziendale• L'organizzazione e la gestione di eventi collegati all'identità storica, culturale, ambientale, ed enogastronomica del territorio	Novembre Aprile	15
La gestione dell'impresa e l'orientamento al Marketing <ul style="list-style-type: none">• La contabilità per centri di costo: conoscerla e saperla applicare• La struttura del Bilancio delle imprese turistiche. Saper sviluppare semplici analisi per margini e per indici• Analisi e redazione di un "Business Plan"• Il Budget e il controllo di gestione• Il Piano di Marketing e gli strumenti del Marketing Mix	Settembre Ottobre Novembre Dicembre Gennaio Febbraio Marzo	50
Dal Micro prodotto al prodotto Destinazione <ul style="list-style-type: none">• Le reti di rapporti con i soggetti pubblici e privati che operano sul territorio: realizzare un modello di turismo integrato e sostenibile• La promozione del Made in Italy: saper applicare strategie di marketing territoriale• Le opportunità della globalizzazione: strumenti multimediali e nuove tecniche di comunicazione• La gestione del "sistema qualità" e l'innovazione dell'impresa turistica	Aprile Maggio	19

I suddetti nuclei tematici fondamentali verranno esplicitati analiticamente nel Programma finale del docente.

3. METODOLOGIE DIDATTICHE UTILIZZATE

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Lezioni frontali | <input type="checkbox"/> Cooperative Learning |
| <input type="checkbox"/> Lavori di gruppo | <input type="checkbox"/> Lezioni guidate |
| <input type="checkbox"/> Materiali e consegne per la DaD | <input type="checkbox"/> Problem solving |
| <input type="checkbox"/> Attività laboratoriali | <input type="checkbox"/> Brainstorming |
| <input type="checkbox"/> Esercitazioni pratiche | <input type="checkbox"/> Videolezioni |

4. STRUMENTI E MATERIALI DIDATTICI

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Libro di testo | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> Testi didattici di supporto | <input type="checkbox"/> Sussidi audiovisivi |
| <input type="checkbox"/> Stampa specialistica | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> Scheda predisposta dal docente | <input type="checkbox"/> Filmati didattici |
| <input type="checkbox"/> Computer | <input type="checkbox"/> Presentazioni in PowerPoint |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> LIM |
| <input type="checkbox"/> Incontri con esperti | <input type="checkbox"/> Formazione esperienziale |
| <input type="checkbox"/> | |

5. TIPOLOGIE DELLE PROVE DI VERIFICA UTILIZZATE

PROVE SCRITTE

- Quesiti
-
- Scelta multipla
- Completamento
- Soluzione di problemi
- Dati a scelta

PROVE ORALI

- Interrogazione
- Intervento
- Dialogo
- Discussione
-

PROVE PRATICHE

- Esercitazioni in laboratorio
- Presentazioni multimediali
-
-
-

6. CONTRIBUTO DELLA MATERIA AL RAGGIUNGIMENTO DEGLI OBIETTIVI SPECIFICI DI APPRENDIMENTO PROPRI DELLA DISCIPLINA "EDUCAZIONE CIVICA"

Riflessione sul concetto di Responsabilità Sociale di Impresa e di Bilancio Sociale

7. RISULTATI RAGGIUNTI

In relazione alla programmazione curricolare sono stati conseguiti i seguenti risultati in termini di:

CONOSCENZE	ABILITÀ	COMPETENZE
<p>LA PIANIFICAZIONE STRATEGICA E LA PROGRAMMAZIONE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gli obiettivi strategici dell'impresa • L'analisi dell'ambiente esterno • Scopo e caratteristiche della pianificazione strategica • Le matrici come strumento decisionale • Le caratteristiche della programmazione operativa • Caratteristiche e funzioni del controllo di gestione • La qualità nelle imprese turistiche • I principali indici di efficienza ed efficacia 	<ul style="list-style-type: none"> • Individuare le opportunità e le minacce presenti nell'ambiente esterno • Individuare le caratteristiche della pianificazione strategica • Individuare le caratteristiche della programmazione operativa 	<p>-Identificare e applicare le metodologie e le tecniche della gestione per progetti</p> <p>-Riconoscere ed interpretare le tendenze dei mercati locali, nazionali e globali anche per coglierne le ripercussioni nel contesto turistico e i macro-fenomeni socio-economici globali in termini generali e specifici dell'impresa turistica.</p> <p>-Interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi di gestione e flussi informativi</p> <p>-Riconoscere le peculiarità organizzative delle imprese turistiche e contribuire a cercare soluzioni funzionali alle diverse tipologie</p> <p>-Progettare documentare e presentare servizi o prodotti turistici</p>
<p>LA CONTABILITA' DEI COSTI</p> <ul style="list-style-type: none"> • La contabilità analitica • La differenza tra costi fissi, variabili e semivariabili • Il concetto di centro di costo, i costi diretti e indiretti • Il metodo full costing • Le configurazioni di costo nelle imprese turistiche • La determinazione del prezzo nelle imprese turistiche • Il break even point 	<ul style="list-style-type: none"> • Distinguere i costi fissi dai costi variabili • Calcolare il costo totale, medio e unitario di un prodotto • Distinguere i costi diretti e indiretti • Applicare il metodo del full costing per ripartire i costi indiretti • Determinare le diverse configurazioni di costo • Determinare il prezzo di vendita applicando un mark-up • Effettuare la break-even analysis per determinare il punto di pareggio 	<p>-Redigere relazioni tecniche e documentare le attività individuali e di gruppo relative a situazioni professionali</p> <p>-Interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi di gestione e flussi informativi</p> <p>-Riconoscere le peculiarità organizzative delle imprese turistiche e contribuire a cercare soluzioni funzionali alle diverse tipologie</p> <p>-utilizzare il sistema delle comunicazioni e delle relazioni delle imprese turistiche</p>

<p>IL PIANO DI MARKETING</p> <ul style="list-style-type: none"> • La forma del piano di marketing • La SWOT analysis • Le fasi dell'analisi della situazione esterna • L'analisi della situazione interna • La definizione delle tattiche di marketing • Il controllo di marketing 	<ul style="list-style-type: none"> • Individuare le opportunità e le minacce provenienti dall'ambiente esterno • Individuare i punti di forza e di debolezza dell'ambiente interno • Effettuare l'analisi SWOT • Individuare gli elementi necessari per sviluppare un piano di marketing • Segmentare il mercato in base agli obiettivi • Analizzare l'ambiente politico, economico e sociale in cui opera l'impresa turistica • Individuare i concorrenti di mercato • Elaborare il marketing mix • Redigere un semplice piano di marketing 	<p>-Identificare e applicare le metodologie e le tecniche della gestione per progetti</p> <p>-individuare ed utilizzare gli strumenti di comunicazione e di team working più appropriati per intervenire nei contesti organizzativi e professionali di riferimento</p> <p>-Contribuire a realizzare piani di marketing con riferimento a specifiche tipologie di imprese o prodotti turistici</p> <p>-Progettare, documentare e presentare servizi o prodotti turistici</p>
<p>IL BUDGET</p> <ul style="list-style-type: none"> • Funzione ed elaborazione di budget • La stima dei costi e dei ricavi e il budget settoriale • Budget degli investimenti e dei finanziamenti • Budget economico generale • Il budget dei Tour Operator • Il Budget delle vendite, dei costi ed economico dei settori camere e F&B delle strutture ricettive • Il controllo di budget • Gli scostamenti globali ed elementari 	<ul style="list-style-type: none"> • Redigere il budget delle vendite e dei costi generali di un'impresa del settore turistico • Comprendere ed esaminare il budget degli investimenti e il budget finanziario di un'impresa turistica • Redigere il budget economico generale di un'impresa turistica • Elaborare il budget economico di un pacchetto turistico di un Tour Operator • Redigere il budget delle camere e il budget del settore F&B di una struttura ricettiva 	<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>-Riconoscere ed interpretare le tendenze dei mercati locali, nazionali e globali anche per coglierne le ripercussioni nel contesto turistico e i macro-fenomeni socio-economici globali in termini generali e specifici dell'impresa turistica</p> <p>-individuare e accedere alla normativa pubblicitaria, civilistica, fiscale con particolare riferimento a quella del settore turistico.</p> <p>-Interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi di gestione e flussi informativi</p> <p>-Riconoscere le peculiarità organizzative delle imprese turistiche e contribuire a cercare soluzioni funzionali alle diverse tipologie</p>

<p>IL BUSINESS PLAN</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lo sviluppo della business idea • Lo studio di fattibilità e il business plan • Gli elementi del business plan • Il piano di start up • Il preventivo finanziario • Le previsioni di vendita • Il preventivo economico 	<ul style="list-style-type: none"> • Individuare gli elementi necessari per sviluppare una business idea • Determinare i punti di forza e di debolezza di un progetto imprenditoriale non complesso • Redigere il piano di start up • Elaborare il preventivo finanziario • Redigere il preventivo economico e calcolare gli indici di redditività 	<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>-individuare ed utilizzare gli strumenti di comunicazione e di team working più appropriati per intervenire nei contesti organizzativi e professionali di riferimento</p> <p>-Riconoscere ed interpretare le tendenze dei mercati locali, nazionali e globali anche per coglierne le ripercussioni nel contesto turistico e i macro-fenomeni socio-economici globali in termini generali e specifici dell'impresa turistica</p> <p>-Individuare e accedere alla normativa pubblicitaria, civilistica, fiscale con particolare riferimento a quella del settore turistico.</p> <p>-Interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi di gestione e flussi informativi</p> <p>-Riconoscere le peculiarità organizzative delle imprese turistiche e contribuire a cercare soluzioni funzionali alle diverse tipologie</p> <p>-Progettare, documentare e presentare servizi o prodotti turistici</p>
<p>I VIAGGI ORGANIZZATI, IL CATALOGO, GLI EVENTI</p> <ul style="list-style-type: none"> • La programmazione dei viaggi • Il marketing mix del prodotto viaggio • Gli elementi di un catalogo • I prodotti turistici italiani 	<ul style="list-style-type: none"> • Distinguere le diverse parti di un catalogo • Saper utilizzare gli elementi del marketing mix per la costruzione di un viaggio • Redigere preventivi economici a costi netti e lordi di viaggi da catalogo e a domanda 	<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>-individuare ed utilizzare gli</p>

<ul style="list-style-type: none"> • L'evento • La pianificazione dell'evento • La promozione dell'evento • Il viaggio incentive 	<ul style="list-style-type: none"> • Individuare gli elementi della pianificazione di un evento 	<p>strumenti di comunicazione e di team working più appropriati per intervenire nei contesti organizzativi e professionali di riferimento</p> <p>-Riconoscere ed interpretare le tendenze dei mercati locali, nazionali e globali anche per coglierne le ripercussioni nel contesto turistico e i macro-fenomeni socio-economici globali in termini generali e specifici dell'impresa turistica</p> <p>-Progettare documentare e presentare servizi o prodotti turistici</p> <p>-utilizzare il sistema delle comunicazioni e delle relazioni delle imprese turistiche</p>
<p>IL MARKETING TERRITORIALE</p> <ul style="list-style-type: none"> • I compiti della Pubblica Amministrazione • Il marketing turistico pubblico • Il marketing della destinazione turistica • Il piano di marketing strategico turistico • Gli eventi e gli educational tour 	<ul style="list-style-type: none"> • Riconoscere il ruolo svolto dalla pubblica Amministrazione per lo sviluppo turistico del territorio • Distinguere le attività di promozione territoriale degli operatori pubblici e privati • Riconoscere le opportunità di collaborazione fra la Pubblica Amministrazione e le imprese private nel settore turistico 	<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>-individuare ed utilizzare gli strumenti di comunicazione e di team working più appropriati per intervenire nei contesti organizzativi e professionali di riferimento</p> <p>-Riconoscere ed interpretare le tendenze dei mercati locali, nazionali e globali anche per coglierne le ripercussioni nel contesto turistico e i macro-fenomeni socio-economici globali in termini generali e specifici dell'impresa turistica</p> <p>-Progettare documentare e presentare servizi o prodotti turistici</p> <p>-utilizzare il sistema delle comunicazioni e delle relazioni delle imprese turistiche</p>

<p>LA COMUNICAZIONE NELL'IMPRESA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Scopi e tecniche della comunicazione interna di impresa • Scopi e tecniche della comunicazione esterna di impresa • Progettazione e stesura del piano di comunicazione • Forme della comunicazione esterna • La comunicazione come strumento di promozione personale durante la ricerca del lavoro 	<ul style="list-style-type: none"> • Riconoscere gli obiettivi della comunicazione di impresa • Individuare e selezionare le forme, le strategie e le tecniche di comunicazione aziendale più appropriate nei diversi contesti • Comprendere le caratteristiche di un sito web efficace 	<ul style="list-style-type: none"> - identificare e applicare le metodologie e le tecniche della gestione per progetti -Redigere relazioni tecniche e documentare le attività individuali e di gruppo relative a situazioni professionali -individuare ed utilizzare gli strumenti di comunicazione e di team working più appropriati per intervenire nei contesti organizzativi e professionali di riferimento -Riconoscere le peculiarità organizzative delle imprese turistiche e contribuire a cercare soluzioni funzionali alle diverse tipologie -Progettare, documentare e presentare servizi o prodotti turistici -Individuare le caratteristiche del mercato del lavoro e collaborare alla gestione del personale dell'impresa turistica -utilizzare il sistema delle comunicazioni e delle relazioni delle imprese turistiche
--	--	---

I risultati indicati sono stati raggiunti dalla classe con i seguenti livelli :

Livello base 50%

Livello base con lacune 20%

Livello Avanzato 30%

Piove di Sacco, 15 maggio 2023

La Docente
Carraro Maria Cristina