

**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

<b>CLASSE</b>	5 BET
<b>INDIRIZZO</b>	Turismo
<b>ANNO SCOLASTICO</b>	2023/2024
<b>DISCIPLINA</b>	Discipline turistiche
<b>DOCENTE</b>	Doria Alessandro

REV	DATA	EMESSO	MDI
01	04.11.2019	RSGQ	11.3.2

# RELAZIONE FINALE DEL DOCENTE

## 1. PROFILO DELLA CLASSE

*(descrizione della composizione, della partecipazione al dialogo educativo, dell'interesse e dell'impegno dimostrati, delle relazioni interpersonali, ecc.)*

La classe è composta da 25 alunni di cui 6 maschi. Rispetto al precedente anno si è aggiunta una alunna ripetente, comunque ben inserita nella classe. Lo svolgimento delle lezioni è regolare, la classe sia pur non interamente e non costantemente partecipa allo svolgimento delle lezioni.

Il dialogo educativo è stato costante, dovuto ad un interesse e ad un impegno buono, sia pur non di tutti gli allievi. Alcuni alunni dimostrano ottimi, se non eccellenti, profili di impegno e costanza. La gran parte della classe è però proattiva e propensa al dialogo e alla partecipazione. Le relazioni interpersonali si dimostrano positive

In quest'ultima parte dell'anno, essendo le "discipline turistiche" seconda prova scritta d'esame, si sta invitando costantemente gli alunni e le alunne ad impegnarsi maggiormente per affrontare non solo la prova d'esame ma ad acquisire una visione più ampia e matura di quanto impartito, con continui collegamenti al mondo attuale e all'ambiente lavorativo che potenzialmente dovranno affrontare.

## 2. NODI CONCETTUALI FONDAMENTALI TRATTATI, ARGOMENTI, CONTENUTI E TEMPI DI REALIZZAZIONE

NODI CONCETTUALI, ARGOMENTI E CONTENUTI	Periodo	Ore
La pianificazione strategica e la e la programmazione. Gestire una impresa significa governarla attraverso una serie di decisioni da intraprendere nel breve, medio e lungo periodo. Attuazione di programmi operativi utili che riguardano azienda nel suo complesso o specifiche aree	settembre	8
Il business plan. Contenuti e caratteristiche del BP come documento utile a mettere a fuoco la situazione del mercato, i punti di forza e di debolezza della iniziativa programmata, organizzazione aziendale	Ottobre	17
La contabilità dei costi. La contabilità analitica che esamina i costi che impresa sostiene e i ricavi collegati a ciascun centro di costo	Novembre - dicembre	27
Il budget, quale strumento di programmazione e controllo con cui si fissa il volume delle vendite e conseguentemente si stabiliscono i fattori produttivi necessari e le spese da sostenere	Gennaio - febbraio	21
La programmazione dei viaggi e degli eventi. Il marketing mix. Il catalogo come strumento fondamentale per illustrare l'offerta.	Febbraio - marzo	12
Il marketing territoriale, come equilibrio di un mix di politiche e promozione pubbliche e private che genera il concetto di marketing turistico integrato	Marzo - aprile	14

I suddetti nodi concettuali fondamentali verranno maggiormente esplicitati analiticamente nel Programma finale del docente.

## 3. METODOLOGIE DIDATTICHE UTILIZZATE

- X Lezioni frontali
- X Lavori di gruppo

- Cooperative Learning
- Lezioni guidate

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Classi aperte                     | <input checked="" type="checkbox"/> Problem solving |
| <input type="checkbox"/> Attività laboratoriali            | <input type="checkbox"/> Brainstorming              |
| <input checked="" type="checkbox"/> Esercitazioni pratiche | <input type="checkbox"/> Peer tutoring              |

#### 4. STRUMENTI E MATERIALI DIDATTICI

- |   |  |
|---|--|
| <input checked="" type="checkbox"/> Libro di testo      | <input type="checkbox"/> Uscite didattiche           |
| <input type="checkbox"/> Testi didattici di supporto    | <input type="checkbox"/> Sussidi audiovisivi         |
| <input type="checkbox"/> Stampa specialistica           | <input type="checkbox"/> Film - Documentari          |
| <input type="checkbox"/> Scheda predisposta dal docente | <input type="checkbox"/> Filmati didattici           |
| <input checked="" type="checkbox"/> Computer            | <input type="checkbox"/> Presentazioni in PowerPoint |
| <input type="checkbox"/> Viaggi di istruzione           | <input checked="" type="checkbox"/> LIM              |
| <input type="checkbox"/> Incontri con esperti           | <input type="checkbox"/> Formazione esperienziale    |
| <input type="checkbox"/> Altro.....                     |  |

#### 5. TIPOLOGIE DELLE PROVE DI VERIFICA UTILIZZATE

- | PROVE SCRITTE   | PROVE ORALI                             | PROVE PRATICHE                 |
|---|---|--------------------------------|
| <input checked="" type="checkbox"/> Quesiti               | <input type="checkbox"/> Interrogazione | <input type="checkbox"/> ..... |
| <input checked="" type="checkbox"/> Vero / Falso          | <input type="checkbox"/> Intervento     | <input type="checkbox"/> ..... |
| <input checked="" type="checkbox"/> Scelta multipla       | <input type="checkbox"/> Dialogo        | <input type="checkbox"/> ..... |
| <input checked="" type="checkbox"/> Completamento         | <input type="checkbox"/> Discussione    | <input type="checkbox"/> ..... |
| <input checked="" type="checkbox"/> Soluzione di problemi | <input type="checkbox"/> .....          | <input type="checkbox"/> ..... |
| <input type="checkbox"/> .....                            | <input type="checkbox"/> .....          | <input type="checkbox"/> ..... |

#### 6. CONTRIBUTO DELLA DISCIPLINA AL RAGGIUNGIMENTO DELLE CONOSCENZE E COMPETENZE PROPRIE DI "EDUCAZIONE CIVICA"

Il Consiglio di Classe ha attuato le attività e progetti trasversali inerenti all'insegnamento di "Educazione Civica", secondo quanto indicato nel "Curricolo verticale di Educazione Civica" d'Istituto. In particolare collegato alla disciplina, si è svolto un percorso pluridisciplinare in materia di lavoro.

#### 7. RISULTATI RAGGIUNTI

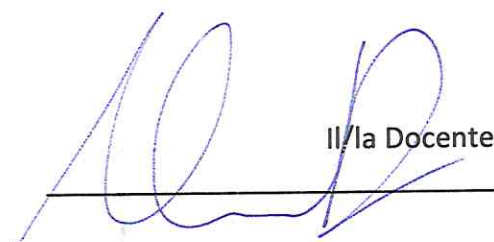
In relazione alla programmazione curricolare sono stati conseguiti i seguenti risultati in termini di:  
(indicare in modo sintetico i risultati conseguiti dalla classe)

COMPETENZE	CONOSCENZE	ABILITÀ
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi di gestione e flussi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Il processo decisionale.</li> <li>■ La matrice BCG.</li> <li>■ Le caratteristiche della programmazione operativa.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Individuare le opportunità e le minacce presenti nell'ambiente esterno.</li> <li>■ Individuare le caratteristiche della pianificazione strategica.</li> <li>■ Individuare le caratteristiche della programmazione operativa.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Caratteristiche e funzioni del controllo di gestione.</li> <li>■ La qualità nelle imprese turistiche.</li> <li>■ I principali indici di efficienza ed efficacia.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Costruire semplici matrici BCG.</li> <li>■ Individuare i parametri di qualità nelle imprese turistiche.</li> <li>■ Calcolare indici di efficienza e di efficacia.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Riconoscere e interpretare le tendenze dei mercati locali, nazionali e globali anche per coglierne le ripercussioni nel contesto turistico.</li> <li>■ Progettare e presentare servizi o prodotti turistici.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Caratteristiche del business plan.</li> <li>■ Il preventivo finanziario.</li> <li>■ Le previsioni di vendita.</li> <li>■ Il preventivo economico.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Individuare gli elementi necessari per sviluppare una business idea.</li> <li>■ Redigere il preventivo economico e calcolare gli indici di redditività.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Identificare e applicare le metodologie e le tecniche della gestione per progetti.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>La differenza tra costi fissi, variabili e semivariabili.</li> <li>■ Il costo totale e il costo medio unitario.</li> <li>■ La differenza tra costo unitario fisso e variabile.</li> <li>■ Il concetto di centro di costo, i costi diretti e indiretti.</li> <li>■ Il metodo del full costing.</li> <li>■ Le configurazioni di costo nelle imprese turistiche.</li> <li>■ La determinazione del prezzo nelle imprese turistiche.</li> <li>■ Il direct costing.</li> <li>■ Il break-even point.</li> <li>■ Il revenue management.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Distinguere i costi fissi dai costi variabili.</li> <li>■ Calcolare il costo totale, medio e unitario di un prodotto.</li> <li>■ Distinguere i costi diretti e indiretti.</li> <li>■ Applicare i metodi di ripartizione dei costi indiretti.</li> <li>■ Determinare le diverse configurazioni di costo.</li> <li>■ Determinare il prezzo di vendita di un viaggio organizzato e di un soggiorno alberghiero.</li> <li>■ Effettuare la break-even analysis per determinare il punto di pareggio.</li> <li>■ Saper calcolare il revenue management.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi di gestione e flussi informativi.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Funzione ed elaborazione del budget.</li> <li>■ I costi standard.</li> <li>■ Il budget degli investimenti e dei finanziamenti.</li> <li>■ Il budget economico generale.</li> <li>■ I budget di settore dei Tour operator.</li> <li>■ Il budget delle vendite, dei costi ed economico dei settori camere e F&amp;B delle strutture ricettive.</li> <li>■ Il budget dei costi operativi non distribuiti.</li> <li>■ Il controllo di budget.</li> <li>■ L'analisi degli scostamenti globali ed elementari.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Redigere semplici budget degli investimenti e dei finanziamenti di un'impresa turistica.</li> <li>■ Redigere il budget delle vendite, di produzione, dei costi commerciali ed economico di prodotto di un Tour operator.</li> <li>■ Calcolare e analizzare gli scostamenti globali e gli scostamenti elementari</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Progettare e presentare servizi o prodotti turistici.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ La normativa europea sui viaggi organizzati.</li> <li>■ La programmazione dei viaggi.</li> <li>■ Il marketing mix del prodotto viaggio.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Individuare gli aspetti salienti della normativa europea.</li> <li>■ Saper comparare e valutare cataloghi con le stesse destinazioni.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ La pianificazione di un evento.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Saper utilizzare gli elementi del marketing mix per la costruzione di un viaggio.</li> <li>■ Redigere preventivi economici a costi netti e lordi di viaggi da catalogo e a domanda.</li> <li>■ Realizzare un evento.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Contribuire a realizzare piani di marketing con riferimento a specifiche tipologie di imprese o prodotti turistici.</li> <li>■ Progettare, documentare e presentare servizi o prodotti turistici.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Il marketing turistico pubblico e integrato.</li> <li>■ Il marketing della destinazione turistica.</li> <li>■ Il benchmarking.</li> <li>■ Il piano di marketing strategico turistico.</li> <li>■ Gli eventi come elementi di sviluppo territoriale.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Analizzare un piano di marketing strategico turistico pubblico</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Riconoscere le peculiarità organizzative delle imprese turistiche e contribuire a cercare soluzioni funzionali alle diverse tipologie.</li> <li>■ Contribuire a realizzare piani di marketing con riferimento a specifiche tipologie di imprese e prodotti turistici.</li> <li>■ Progettare, documentare e presentare servizi o prodotti turistici.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Il concetto di comunicazione.</li> <li>■ Gli elementi del processo comunicativo.</li> <li>■ Il linguaggio verbale, paraverbale e non verbale.</li> <li>■ Caratteristiche della comunicazione di impresa.</li> <li>■ Scopi e tecniche della comunicazione interna di impresa.</li> <li>■ Scopi e forme della comunicazione esterna di impresa.</li> <li>■ Progettazione e stesura del piano di comunicazione</li> <li>■ Il rapporto diretto con il cliente.</li> <li>■ La valenza comunicativa del punto vendita.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Individuare gli elementi della comunicazione.</li> <li>■ Interpretare il linguaggio verbale, paraverbale e non verbale.</li> <li>■ Riconoscere gli obiettivi della comunicazione di impresa.</li> <li>■ Individuare gli strumenti della comunicazione esterna di impresa.</li> <li>■ Saper gestire il rapporto con il cliente nell'ottica della customer satisfaction.</li> <li>■ Riconoscere gli elementi di comunicazione del punto vendita.</li> </ul>

Piove di Sacco, 14/5/2024

  
 Il/la Docente

