PROGRAMMAZIONE DIDATTICA PER LA CLASSE QUARTA E QUINTA

Questa **programmazione didattica** vuole semplicemente fornire uno strumento d'aiuto e riflessione per i docenti di questa disciplina, in quanto non è possibile presentare una programmazione valida per ogni classe senza considerare il proprio territorio, le proprie esigenze, la situazione di partenza degli allievi e l'evoluzione del quadro normativo di riferimento.

Perché la programmazione non si traduca in mero adempimento burocratico, ma in un valido strumento di lavoro, utile al docente per svolgere il proprio lavoro raggiungendo gli obiettivi prefissati, deve essere *flessibile e continuamente adattata e rivista* ogniqualvolta se ne ravveda la necessità, tenendo conto della situazione concreta della classe.

Dal punto di vista metodologico, riteniamo che non si possano dare delle indicazioni precise relativamente ai singoli moduli perché anche in questo caso occorre tener conto del contesto, delle esigenze dei singoli studenti, cioè della loro diversità in termini di stile cognitivo, di stile di apprendimento, di condizioni di sviluppo, di personalità, di capacità intellettive. Il docente deve, quindi, sperimentare metodologie differenti (affiancare alla classica lezione frontale la lezione dialogica, i lavori di gruppo, l'analisi di casi, il role playing, il learning by doing, il laboratorio professionale, la peer education, la simulazione ecc.), avvalendosi anche delle nuove tecnologie in quanto funzionali alle diverse situazioni che si presentano nel corso dello sviluppo del processo di insegnamento-apprendimento.

Occorre osservare che per quanti insegnano in un Istituto professionale, la ricerca e la sperimentazione di nuove metodologie è un tema di scottante attualità, perché ogni giorno ci si trova a fare i conti con importanti cambiamenti che caratterizzano e condizionano l'agire educativo:

- il fatto che gli studenti dedicano sempre meno tempo allo studio a casa;
- una sempre più diffusa demotivazione allo studio e la scarsa efficacia di metodologie tradizionali a stimolare l'apprendimento;
- il cambiamento nella struttura cognitiva degli allievi, che non apprendono più solo in modo sequenziale, ma sempre più spesso in modo simultaneo.

Il nostro ruolo di insegnante, quindi, si trasforma lentamente da semplice trasmettitore di nozioni a guida dei processi di conoscenza degli allievi e ci obbliga a una continua riflessione sul nostro agire educativo, per sviluppare negli studenti un atteggiamento mentale e intellettuale all'apprendimento continuo e la capacità di costruire la propria conoscenza in modo autonomo e consapevole.

Di seguito proponiamo il **piano di lavoro per le classi quarta e quinta** con l'indicazione delle ore necessarie per lo svolgimento del singolo modulo.

Può essere necessario, prima di iniziare il programma del quarto anno, un ripasso dei principali argomenti del terzo anno: il modulo 0 è stato pensato proprio per rispondere a tale esigenza.
Nelle ore di compresenza con Tecnica dei servizi e pratica operativa, in aggiunta a quanto previsto dai programmi ministeriali, è utile continuare le esercitazioni d'agenzia con riferimento in particolare alla vendita di viaggi da catalogo e ai preventivi dei viaggi su richiesta del cliente.

PIANO DI LAVORO PER LA CLASSE QUARTA

MODULO 1 **L'impresa turistica come fattore di sviluppo**	**Durata: 30 ore**

Obiettivi

- Acquisire consapevolezza del ruolo svolto dalle diverse imprese nell'ambito della filiera turistica
- Conoscere le differenti tipologie di aziende turistiche e ricettive
- Comprendere il sistema di erogazione del servizio
- Comprendere gli elementi costitutivi, le modalità operative e i principali aspetti che caratterizzano la gestione delle imprese di viaggi e ricettive
- Orientarsi tra le diverse forme giuridiche di impresa
- Acquisire consapevolezza della relazione tra impresa e ambiente
- Comprendere il ruolo di Internet nella vendita di servizi turistici
- Acquisire consapevolezza dei mutamenti in atto nel settore ricettivo, del turismo organizzato e della distribuzione turistica

Contenuti – Argomenti	
UD 1	**L'impresa turistica come fattore di sviluppo** Il concetto di azienda e di impresa La classificazione delle aziende La scelta della forma giuridica Le società di persone Le società di capitali Le imprese turistiche
UD 2	**Le imprese ricettive ed alberghiere** Le imprese ricettive Il contratto d'albergo e il deposito d'albergo L'albergo Le caratteristiche della gestione alberghiera Le tipologie di alberghi Le forme di offerta alberghiera
UD 3	**Le imprese di viaggi** Le agenzie di viaggi Le agenzie di viaggi dettaglianti La gestione delle agenzie di viaggi dettaglianti I problemi e le tendenze dell'intermediazione turistica Il tour operator Il mercato del turismo organizzato in Europa e in Italia Il pacchetto turistico organizzato
Prove di verifica	Interrogazioni, domande a risposta breve, relazioni, prove strutturate

MODULO 2 **Organizzazione aziendale**	**Durata: 24 ore**

Obiettivi

- Acquisire gli strumenti concettuali per una lettura di base delle organizzazioni
- Cogliere il percorso evolutivo degli studi organizzativi
- Acquisire gli elementi di base necessari per una semplice lettura delle strutture organizzative
- Comprendere le caratteristiche delle diverse tipologie di strutture organizzative
- Sapersi orientare nelle organizzazioni tipiche delle imprese turistiche
- Conoscere le altre variabili organizzative: sistemi operativi, cultura e stile di direzione
- Acquisire consapevolezza dell'importanza di un sistema qualità per la moderna conduzione delle imprese

Contenuti – Argomenti	
UD 1	**Organizzazioni e teorie organizzative** Le organizzazioni La divisione del lavoro e il coordinamento Le teorie classiche Le teorie motivazionali Le teorie contingenti Le teorie dell'azione organizzativa La teoria dei costi di transazione
UD 2	**Le variabili organizzative** La struttura organizzativa Le tipologie di strutture organizzative I sistemi operativi, la cultura e lo stile di direzione
UD 3	**Qualità nei servizi e norme ISO 9000** Il concetto di qualità Il modello ServQual La qualità e le norme ISO 9000
Prove di verifica	Interrogazioni, domande a risposta breve, relazioni, prove strutturate

MODULO 3 **Le risorse umane nelle imprese turistiche**	**Durata: 24 ore**

Obiettivi

- Comprendere l'importanza della gestione delle risorse umane nelle imprese turistiche
- Acquisire familiarità con strumenti e tecniche della gestione delle risorse umane
- Conoscere i contratti di lavoro e le loro caratteristiche

Contenuti – Argomenti	
UD 1	**Le risorse umane** La gestione delle risorse umane Il modello delle competenze La pianificazione del personale
UD 2	**Le tecniche di gestione** Il reclutamento del personale La selezione del personale L'ingresso in azienda La formazione La valutazione delle risorse umane Il sistema premiante
UD 3	**La riforma del mercato del lavoro** La legge Biagi La nuova disciplina dei contratti di lavoro a contenuto formativo Le tipologie contrattuali a flessibili e a orario ridotto Tipologie contrattuali a progetto e occasionali La somministrazione di lavoro
Prove di verifica	Interrogazioni, domande a risposta breve, relazioni, prove strutturate

MODULO 4 **Il patrimonio dell'impresa turistica**	**Durata: 24 ore**

Obiettivi

- Comprendere il concetto di patrimonio
- Analizzare e rappresentare il patrimonio nel suo aspetto quantitativo e qualitativo
- Effettuare semplici valutazioni degli investimenti e dei finanziamenti aziendali
- Comprendere il concetto di inventario e le sue classificazioni
- Individuare i tratti caratteristici dell'inventario delle imprese turistiche

Contenuti – Argomenti	
UD 1	**Il capitale** Investimenti e finanziamenti Il patrimonio Il patrimonio sotto l'aspetto qualitativo Il patrimonio sotto l'aspetto quantitativo La valutazione degli elementi del patrimonio I criteri di valutazione dei valori finanziari I criteri di valutazione dei valori economici
UD 2	**L'inventario** Il concetto di inventario L'inventario delle imprese turistiche
Prove di verifica	Interrogazioni, domande a risposta breve, relazioni, esercizi, prove strutturate

MODULO 5 **L'aspetto economico della gestione**	**Durata: 45 ore**

Obiettivi

- Comprendere il concetto di gestione aziendale
- Acquisire consapevolezza dell'utilità dell'analisi dei costi per un'impresa turistica
- Conoscere le principali classificazioni dei costi
- Saper utilizzare lo strumento del break even point
- Conoscere e saper calcolare le varie configurazioni di costo
- Comprendere la logica di determinazione dei costi con il metodo del full costing e del direct costing
- Essere in grado di applicare il metodi del full costing e del direct costing nelle imprese turistiche

Contenuti – Argomenti	
UD 1	**L'analisi dei costi e dei ricavi** La gestione aziendale I ricavi e i costi La classificazione dei costi Il break even point
UD 2	**I metodi di calcolo dei costi** Le configurazioni di costo Full costing e direct costing
Prove di verifica	Interrogazioni, domande a risposta breve, relazioni, esercizi, prove strutturate

Il modulo relativo alla *gestione del front office in hotel* viene iniziato nel quarto anno e continuato nel quinto anno così come previsto dal Programma ministeriale.

<table>
<tr><td colspan="2">MODULO 11
La gestione del front office in hotel</td><td>Durata:
- 25 ore nel quarto anno
- 15 ore nel quinto anno</td></tr>
<tr><td colspan="3">Obiettivi
□ Cogliere l’importanza del front office
□ Comprendere le varie operazioni del front office
□ Essere in grado di compilare manualmente la modulistica</td></tr>
<tr><td colspan="3">Contenuti – Argomenti</td></tr>
<tr><td>UD 1</td><td colspan="2">Ciclo cliente e fasi ante e check in
Il front office
Il ciclo cliente e le sue fasi
Le attività del front office in fase ante
Le attività del front office in fase check in</td></tr>
<tr><td>UD 2</td><td colspan="2">Fasi live in e check out
Le attività di front office in fase live in
Le attività di front office in fase check out</td></tr>
<tr><td colspan="2">Prove di verifica</td><td>Esercizi, domande a risposta breve</td></tr>
</table>

MODULO 6 **La gestione amministrativa**	**Durata: 30 ore**

Obiettivi

- Conoscere la normativa sulle rilevazioni contabili e sul bilancio d'esercizio
- Analizzare un piano dei conti di un'impresa turistica
- Acquisire consapevolezza della funzione informativa del bilancio d'esercizio
- Conoscere il contenuto dello Stato patrimoniale, del Conto economico, della Nota integrativa e delle relazioni che accompagnano il bilancio d'esercizio
- Acquisire capacità di affrontare una prima lettura del bilancio d'esercizio attraverso la determinazione di alcuni indici
- Effettuare semplici analisi di bilancio mediante la costruzione di opportuni indici
- Conoscere la normativa fiscale sulle principali imposte

Contenuti – Argomenti	
UD 1	**Le rilevazioni contabili** Il sistema informativo aziendale Le rilevazioni aziendali I registri obbligatori e facoltativi Le rilevazioni contabili delle imprese turistiche Il conto La contabilità generale
UD 2	**Il bilancio d'esercizio** La funzione del bilancio d'esercizio La struttura del bilancio d'esercizio La revisione e la certificazione L'approvazione del bilancio Il bilancio in forma abbreviata Il bilancio consolidato
UD 3	**L'analisi di bilancio** L'interpretazione del bilancio e l'analisi di bilancio per indici Gli indici di composizione Gli indici finanziari e patrimoniali Gli indici di redditività
UD 4	**Le imposte** Il sistema tributario italiano Le imposte dirette Le imposte indirette Le imposte locali
Prove di verifica	Interrogazioni, domande a risposta breve, relazioni, esercizi, prove strutturate

MODULO 7 **Il sistema di pianificazione e controllo**	**Durata: 48 ore**

Obiettivi

- Acquisire consapevolezza dell'importanza di una gestione basata su un'attenta programmazione sia in fase di avvio sia durante lo svolgimento della gestione
- Comprendere il concetto di pianificazione strategica e le fasi in cui si articola
- Capire la logica con cui viene elaborato il budget
- Essere in grado di redigere semplici budget di imprese turistiche
- Essere in grado di analizzare gli scostamenti tra risultati programmati e quelli effettivamente conseguiti
- Comprendere e saper applicare le tecniche di programmazione e controllo budgetario

Contenuti – Argomenti	
UD 1	**La gestione strategica** Il concetto di strategia La pianificazione strategica
UD 2	**Il budget** Il budget come strumento di programmazione Le tipologie di budget I budget settoriali dell'impresa alberghiera Il budget nelle imprese di viaggi Il sistema del budget nei tour operator Il budgetary control
UD 3	**L'avvio di una nuova impresa** Il business plan La parte descrittiva del business plan L'analisi del mercato e di altri fattori La strategia di marketing e l'organizzazione delle attività I numeri del business plan
Prove di verifica	Interrogazioni, domande a risposta breve, relazioni, esercizi, prove strutturate

MODULO 8 **La legislazione turistica**	**Durata: 18 ore**

Obiettivi

- Conoscere l'organizzazione turistica pubblica e la normativa per la tutela del turista
- Comprendere l'importanza del sistema HACCP

Contenuti – Argomenti	
UD 1	**La normativa turistica nazionale** Gli interventi legislativi L'organizzazione turistica pubblica Le novità per i turisti e per le imprese Altri enti pubblici che intervengono nel settore turistico
UD 2	**La normativa a tutela del viaggiatore** Il contratto di viaggio I regolamenti dell'Unione Europea a tutela del passeggero
UD 3	**La normativa sulla sicurezza e sull'igiene** La normativa sulla sicurezza in azienda Le misure antincendio negli alberghi Il sistema HACCP
Prove di verifica	Interrogazioni, domande a risposta breve, relazioni, prove strutturate

MODULO 9 **Il marketing turistico**	**Durata: 48 ore**

Obiettivi

- Acquisire consapevolezza dell'importanza del marketing nelle imprese turistiche
- Cogliere le caratteristiche peculiari del marketing turistico
- Distinguere le strategie di marketing caratterizzanti l'impresa turistica
- Comprendere le attività specifiche che l'adozione di un approccio di marketing comporta per l'impresa turistica
- Analizzare il comportamento d'acquisto del turista
- Comprendere il concetto di segmentazione e posizionamento
- Acquisire consapevolezza degli elementi del marketing-mix che caratterizzano un'impresa turistica
- Comprendere il modello del ciclo di vita del prodotto e le possibili strategie da attuare nelle varie fasi
- Comprendere i fattori che influenzano il prezzo del prodotto
- Saper determinare il prezzo dei prodotti turistici
- Comprendere le politiche distributive delle imprese turistiche
- Comprendere il processo di comunicazione
- Acquisire consapevolezza degli strumenti attraverso i quali le imprese turistiche comunicano con i molteplici soggetti con i quali interagiscono

Contenuti – Argomenti	
UD 1	**Il marketing e il mercato turistico** Il marketing Il marketing nel turismo Le ricerche di marketing
UD 2	**Il marketing strategico** L'analisi della domanda Il comportamento d'acquisto del turista La segmentazione del mercato Il posizionamento del prodotto Il piano di marketing
UD 3	**Il marketing operativo** Il marketing mix Il prodotto Il prezzo La distribuzione del prodotto turistico
UD 4	**Il marketing-mix: la comunicazione** La comunicazione nelle imprese turistiche Le fasi dello sviluppo di una comunicazione efficace La pubblicità Le pubbliche relazioni La promozione delle vendite La vendita personale e il direct marketing Le forme della comunicazione delle imprese turistiche
Prove di verifica	Interrogazioni, domande a risposta breve, relazioni, prove strutturate

MODULO 10 **La gestione finanziaria delle imprese turistiche**	**Durata: 20 ore**

Obiettivi

- Conoscere le principali forme di finanziamento a cui può accedere un'impresa turistica
- Saper scegliere la forma di finanziamento più idonea
- Conoscere i principali finanziamenti bancari
- Conoscere il contratto di leasing e di factoring

Contenuti – Argomenti	
UD 1	**Le fonti di finanziamento** I finanziamenti I finanziamenti interni I finanziamenti esterni I mutui passivi Il credito ordinario I prestiti obbligazionari I finanziamenti pubblici
UD 2	**Il factoring e il leasing** Il factoring Il leasing Le diverse forme di leasing La scelta fra leasing e acquisto
Prove di verifica	Interrogazioni, domande a risposta breve, relazioni, prove strutturate