

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		Durata: 30 ore
L'impresa turistica come fattore di sviluppo		
<p>Obiettivi</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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	<p>L'impresa turistica come fattore di sviluppo</p> <p>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</p>	
UD 2	<p>Le imprese ricettive ed alberghiere</p> <p>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</p>	
UD 3	<p>Le imprese di viaggi</p> <p>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</p>	
Prove di verifica		Interrogazioni, domande a risposta breve, relazioni, prove strutturate

MODULO 2		Durata: 24 ore
Organizzazione aziendale		
Obiettivi <ul style="list-style-type: none"> • 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		Durata: 24 ore
Le risorse umane nelle imprese turistiche		
Obiettivi		
<ul style="list-style-type: none"> • 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		Durata: 24 ore
Il patrimonio dell'impresa turistica		
Obiettivi		
<ul style="list-style-type: none"> • 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		Durata: 45 ore
L'aspetto economico della gestione		
Obiettivi <ul style="list-style-type: none"> • 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.

MODULO 11		Durata:
La gestione del front office in hotel		- 25 ore nel quarto anno - 15 ore nel quinto anno
Obiettivi		
<input type="checkbox"/> Cogliere l'importanza del front office <input type="checkbox"/> Comprendere le varie operazioni del front office <input type="checkbox"/> Essere in grado di compilare manualmente la modulistica		
Contenuti – Argomenti		
UD 1	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	
UD 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	
Prove di verifica		Esercizi, domande a risposta breve

PIANO DI LAVORO PER LA CLASSE QUINTA

MODULO 6		Durata: 30 ore
La gestione amministrativa		
Obiettivi <ul style="list-style-type: none"> • 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		Durata: 48 ore
Il sistema di pianificazione e controllo		
Obiettivi		
<ul style="list-style-type: none"> • 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		Durata: 18 ore
La legislazione turistica		
Obiettivi		
<ul style="list-style-type: none"> • 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		Durata: 48 ore
Il marketing turistico		
Obiettivi		
<ul style="list-style-type: none"> • 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		Durata: 20 ore
La gestione finanziaria delle imprese turistiche		
Obiettivi		
<ul style="list-style-type: none"> • 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