

**PIANI DI STUDIO DI ISTITUTO – SECONDO CICLO  
ISTITUTO COMPRENSIVO DI PRIMIERO**

Corso: Turistico    Disciplina: Discipline Turistico ed Aziendali - Secondo Biennio/5° anno del secondo ciclo

**CONOSCENZE e ABILITÀ da promuovere nel Secondo BIENNIO/ 5° anno, attraverso le attività di insegnamento della programmazione annuale,  
in vista dell'acquisizione delle COMPETENZE previste al termine del Secondo BIENNIO SUPERIORE**

**PREMESSA:**

La disciplina “Discipline turistiche e aziendali” concorre a far conseguire allo studente al termine del percorso quinquennale i seguenti risultati di apprendimento relativi al profilo educativo, culturale e professionale: utilizzare le reti e gli strumenti informatici nelle attività di studio, ricerca e approfondimento disciplinare; agire nel sistema informativo dell'azienda e contribuire sia alla sua innovazione sia al suo adeguamento organizzativo e tecnologico; padroneggiare l'uso di strumenti tecnologici con particolare attenzione alla sicurezza nei luoghi di vita e di lavoro, alla tutela della persona, dell'ambiente e del territorio; saper interpretare il proprio autonomo ruolo nel lavoro di gruppo; utilizzare gli strumenti di marketing in differenti casi e contesti; distinguere e valutare i prodotti e i servizi aziendali, effettuando calcoli di convenienza per individuare soluzioni ottimali.

**COMPETENZE al termine del SECONDO BIENNIO E QUINTO ANNO SUPERIORE**

Riferimento alle competenze dei Piani di Studio Provinciali

Riconoscere ed interpretare:

- le tendenze dei mercati locali, nazionali e globali anche per coglierne le ripercussioni nel contesto turistico;
- i macrofenomeni socio-economici globali in termini generali e specifici dell'impresa turistica;
- individuare e accedere alla normativa pubblicitaria, civilistica, fiscale con particolare riferimento a quella del settore turistico;
- interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi di gestione e flussi informativi;
- riconoscere le peculiarità organizzative delle imprese turistiche e contribuire a cercare soluzioni funzionali alle diverse tipologie;
- contribuire a realizzare piani di marketing con riferimento a specifiche tipologie di imprese o prodotti turistici;

- 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;

### Articolazione delle conoscenze e abilità

<b>CONOSCENZE al termine del SECONDO BIENNIO E QUINTO ANNO SUPERIORE</b>	<b>ABILITA' al termine del SECONDO BIENNIO E QUINTO ANNO SUPERIORE</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ruolo del turismo nel contesto storico sociale ed economico.</li> <li>• Mercato turistico.</li> <li>• Specificità e rischi di gestione delle imprese turistiche.</li> <li>• Soggetti pubblici che intervengono nell'attività turistica.</li> <li>• Gestione dell'impresa turistica.</li> <li>• Componenti del prodotto turistico.</li> <li>• Ruoli e responsabilità nelle professioni turistiche.</li> <li>• Rilevazioni tipiche della contabilità delle imprese turistiche.</li> <li>• Bilancio d'esercizio e documenti collegati.</li> <li>• Principi e teoria del marketing.</li> <li>• Marketing turistico: operativo e strategico.</li> <li>• Tecniche, metodologie e strumenti di marketing.</li> <li>• Strumenti di comunicazione interpersonale nei diversi contesti aziendali.</li> <li>• Comunicazione con il cliente.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Riconoscere le componenti storiche, sociali e culturali che concorrono allo sviluppo integrato del turismo.</li> <li>• Riconoscere le tendenze dei mercati e le problematiche di localizzazione di un'azienda turistica.</li> <li>• Distinguere le strutture organizzative e riconoscere le problematiche significative e ricorrenti del settore.</li> <li>• Riconoscere i fattori che determinano il rischio imprenditoriale ed individuare possibili strategie di attenuazione del rischio.</li> <li>• Individuare compiti, azioni e piani di intervento dei soggetti pubblici che operano nel settore turistico.</li> <li>• Individuare le procedure che caratterizzano la gestione delle aziende turistiche, rappresentarne i processi e i flussi informativi.</li> <li>• Riconoscere gli elementi materiali e i servizi che compongono il prodotto turistico.</li> <li>• Individuare la documentazione e le procedure per la progettazione e realizzazione di un viaggio.</li> <li>• Identificare i ruoli e le responsabilità delle diverse funzioni aziendali nell'impresa turistica.</li> <li>• Gestire le rilevazioni elementari.</li> <li>• Leggere e interpretare il bilancio di esercizio di un'impresa turistica e i documenti collegati.</li> </ul>

### **Quinto Anno**

- Prodotti turistici: a catalogo e a domanda.
- Il catalogo come strumento di promo-commercializzazione.
- Tecniche di organizzazione per eventi.
- Strategia aziendale e pianificazione strategica.
- Tecniche di controllo e monitoraggio dei processi.
- Qualità nelle imprese turistiche.
- Struttura e funzioni del business plan.
- Reporting ed analisi degli scostamenti.
- Marketing territoriale e politiche di sviluppo sostenibile dell'Ente Pubblico.
- Strategie di marketing anche elettronico e customer relationship management.
- Struttura del piano di marketing.
- Piano di qualificazione e sviluppo dell'offerta.
- Tecniche di selezione del personale e curriculum europeo.

- Analizzare la domanda turistica ed individuare i potenziali target di clienti.
- Individuare forme di promozione e commercializzazione adeguate ai diversi mercati sulla base delle risorse disponibili.
- Utilizzare strumenti di supporto alla programmazione turistica territoriale.
- Utilizzare codici e tecniche della comunicazione aziendale funzionali ai contesti.
- Curare la fidelizzazione della clientela nell'ottica della customer care e customer satisfaction

### **Quinto Anno**

- Elaborare prodotti turistici, anche a carattere tematico, e il relativo prezzo con riferimento al territorio ed alle sue caratteristiche.
- Interpretare le informazioni contenute sui cataloghi.
- Utilizzare tecniche e strumenti per la programmazione, l'organizzazione, la gestione di eventi e relative attività di sistema.
- Individuare mission, vision, strategia e pianificazione di un caso aziendale dato.
- Monitorare i processi produttivi e analizzare i dati per ricavarne indici.
- Utilizzare procedure per lo sviluppo e la gestione del sistema di qualità nelle imprese turistiche.
- Elaborare business plan.
- Utilizzare le informazioni per migliorare la pianificazione, lo sviluppo e il controllo dell'impresa turistica.
- Rielaborare il piano aziendale a seguito del confronto con esperti di settore.
- Utilizzare strategie di marketing per la promozione del prodotto e dell'immagine turistica del territorio in Italia e all'Estero.
- Utilizzare strumenti multimediali e nuove tecniche di comunicazione per la promozione dell'immagine turistica del territorio e la

commercializzazione del servizio.

- Elaborare un piano di marketing territoriale in funzione delle politiche economiche e finanziarie poste in essere per la governance del settore.
- Redigere il curriculum vitae europeo e simulare test e colloqui di selezione, anche in lingua straniera.
- Realizzare casi aziendali in collaborazione con il territorio.