

**I.T.E. A. GALLO
AVERSA**

**PROGRAMMAZIONE
DISCIPLINE ECONOMICO
AZIENDALI**

Anno scolastico 2018/2019

FINALITA'

La scuola per svolgere appieno il suo compito si deve presentare come una comunità educante, accogliente ed esperta, fondata su un patto educativo; una comunità che aiuta i giovani all'esercizio della cittadinanza attiva e responsabile, al rispetto della legalità, all'importanza del bene comune.

Nel rispetto della normativa vigente, i docenti si propongono di fornire allo studente una solida base culturale e, nel contempo, una specializzazione attraverso l'approfondimento, disciplinare e interdisciplinare, che consentano di sviluppare le capacità creative e progettuali, necessarie ad intercettare e presidiare l'innovazione.

Le competenze acquisite dagli studenti nell'intero corso di studi sono configurate a partire dal quadro unitario definito dagli assi culturali dell'obbligo di istruzione, che ne risulta progressivamente potenziato.

Un aspetto di rilievo è costituito dall'educazione all'imprenditorialità, in linea con le indicazioni dell'Unione europea, in quanto le competenze imprenditoriali sono motore dell'innovazione, della competitività e della crescita. La loro acquisizione consente agli studenti di sviluppare una visione orientata al cambiamento, all'iniziativa, alla creatività, alla mobilità geografica e professionale, nonché all'assunzione di comportamenti socialmente responsabili, che li mettono in grado di organizzare il proprio futuro professionale tenendo conto dei processi in atto.

A queste finalità concorre la particolare impostazione data nel quinto anno all'attività didattica che è tesa ad approfondire e arricchire col metodo dei casi e dell'area di progetto i contenuti affrontati nel precedente biennio. Lo svolgimento di differenti casi aziendali riferiti a diversi contesti produttivi e al tessuto economico locale, infatti, consente non solo di favorire l'autonomia scolastica e il radicamento sul territorio, ma anche di stimolare negli studenti autonomia elaborativa, capacità di ricerca, abitudine a produrre in gruppo, uso di strumenti efficaci nel rappresentare e comunicare i risultati del proprio lavoro.

Il forte ancoraggio al territorio e alle esigenze formative che esso esprime, connota la scuola quale avamposto per l'acquisizione e la padronanza di competenze scientifiche e tecnologiche che consentiranno al diplomato tecnico di interpretare, partecipare, gestire e coordinare processi produttivi caratterizzati da innovazioni continue. Gli allievi non solo saranno preparati all'inserimento nel mondo del lavoro o al proseguimento degli studi, ma anche e soprattutto a dare un senso personale alla propria vita, per riuscire a vivere e ad assumere meglio la complessità del mondo. Il docente di "Economia aziendale" concorre a far conseguire allo studente, al termine del percorso quinquennale, i seguenti risultati di apprendimento relativi al profilo educativo, culturale e professionale: analizzare la realtà e i fatti concreti della vita quotidiana ed elaborare generalizzazioni che aiutino a spiegare i comportamenti individuali e collettivi in chiave economica; riconoscere la varietà e lo sviluppo storico delle forme economiche, sociali e istituzionali attraverso le categorie di sintesi fornite dall'economia e dal diritto; riconoscere l'interdipendenza tra fenomeni economici, sociali, istituzionali, culturali e la loro dimensione locale/globale; intervenire nei sistemi aziendali con riferimento a previsione, organizzazione, conduzione e controllo di gestione; 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; intervenire nei sistemi aziendali con riferimento a previsione, organizzazione, conduzione e controllo di gestione; distinguere e valutare i prodotti e i servizi aziendali, effettuando calcoli di convenienza per individuare soluzioni ottimali; agire nel sistema informativo dell'azienda e contribuire sia alla sua innovazione sia al suo adeguamento organizzativo e tecnologico.

PRIMO BIENNIO

1. Conoscenze

Azienda come sistema

Tipologie di aziende e caratteristiche della loro gestione

Elementi del sistema azienda

Combinazione dei fattori produttivi e loro remunerazione
Quadro generale delle funzioni aziendali
Quadro generale della gestione aziendale, delle rilevazioni e degli schemi di bilancio
Settori in cui si articolano le attività economiche
Processi di localizzazione delle aziende
Tipologie di modelli organizzativi
Strumenti di rappresentazione e descrizione dell'organizzazione aziendale
Documenti della compravendita e loro articolazione
Tecniche di calcolo nei documenti della compravendita
Documenti di regolamento degli scambi e loro tipologie
Tecniche di calcolo nei documenti di regolamento degli scambi

2. Abilità

Riconoscere le modalità con cui l'intrapresa diventa impresa
Riconoscere le tipologie di azienda e la struttura elementare che le connota
Riconoscere la funzione economica delle diverse tipologie di aziende incluse le attività no profit
Individuare i vari fattori produttivi differenziandoli per natura e tipo di remunerazione
Riconoscere le varie funzioni aziendali e descriverne le caratteristiche e le correlazioni
Distinguere le finalità delle rilevazioni aziendali e individuare, nelle linee generali, i risultati prodotti dalla gestione attraverso la lettura degli schemi contabili di bilancio Riconoscere i principali settori in cui sono organizzate le attività economiche del proprio territorio
Individuare le esigenze fondamentali che ispirano le scelte nella localizzazione delle aziende
Rappresentare la struttura organizzativa aziendale esaminando casi relativi a semplici e diverse tipologie di imprese
Riconoscere modelli organizzativi di un dato contesto aziendale
Leggere, interpretare ed elaborare i dati dei principali documenti utilizzati negli scambi commerciali
Leggere, interpretare ed elaborare i documenti utilizzati negli scambi commerciali e nel loro regolamento”

3. Competenze

Riconoscere le caratteristiche essenziali del sistema socio economico per orientarsi nel tessuto produttivo del proprio territorio.
Individuare le strategie appropriate per la soluzione dei problemi.
Collocare l'esperienza personale in un sistema di regole fondato sul reciproco riconoscimento dei diritti garantiti dalla Costituzione, a tutela della persona, della collettività e dell'ambiente.

METODOLOGIE:

- Lezione frontale
- Approccio laboratoriale con lavoro singolo e di gruppo
- Lezione partecipata

STRUMENTI:

- Testo in adozione
- LIM
- Internet
- Software (foglio elettronico)

- Approfondimenti

VERIFICHE:

Formative e/o Sommative

- Prove non strutturate, Prove strutturate,
- Esercizi di applicazione

VALUTAZIONE

- Si fa riferimento alle Griglie di Misurazione/ Valutazione inserite nel PTOF
-

ELEMENTI DI CUI SI TERRÀ CONTO NELLA VALUTAZIONE:

- Della Progressione rispetto ai livelli di partenza in rapporto alle capacità del singolo
- Del percorso di apprendimento relativamente alle conoscenze acquisite, alle abilità raggiunte e alle competenze conseguite.
- Degli elementi non cognitivi, cioè partecipazione, impegno, metodo di studio, interesse, attenzione, assiduità nella frequenza, rispetto delle persone e delle cose della Scuola
-

CONTENUTI SCANDITI PER TRIMESTRE E PENTAMESTRE

CLASSI PRIME

Primo trimestre: gli strumenti operativi. Le tipologie di aziende.

Pentamestre: il contratto di compravendita. L'Imposta sul Valore Aggiunto, i documenti della compravendita: DDT, fattura immediata e fattura differita.

CLASSI SECONDE

Primo trimestre: la gestione aziendale ed i suoi aspetti. Fonti di finanziamento e forme di investimento. Patrimonio e reddito d'esercizio.

Pentamestre: il bilancio; interesse e montante; sconto e valore attuale; scadenza comune stabilita e scadenza adeguata, assegni bancari e circolari; bonifici; servizi bancari di incasso elettronico; carte di debito e di credito; le cambiali.

OBIETTIVI MINIMI PER IL GIUDIZIO SOSPESO:

Classi prime:

Calcoli percentuali.
I riparti proporzionali.
L'azienda.

I documenti della compravendita: la fattura

Classi seconde:

L'interesse formule: dirette ed inverse, il montante.

Lo sconto: formule dirette e inverse.

Assegni e cambiali.

Le operazioni di gestione.

Patrimonio e Reddito.

SECONDO BIENNIO (AFM RIM SIA)

1 Competenze

- Redigere e interpretare i documenti aziendali interagendo con il sistema di archiviazione;
- Utilizzare metodi, strumenti, tecniche contabili per la corretta rilevazione dei fenomeni gestionali;
- Collocare i fenomeni aziendali nella dinamica del sistema economico - giuridico corrente
- Comunicare efficacemente con linguaggi tecnici;
- Riconoscere i diversi modelli organizzativi aziendali;
- Operare per competenze, per obiettivi e per progetti;
- Individuare strategie risolutive ricercando e assumendo le opportune informazioni e valutare l'efficacia delle soluzioni adottate
- Individuare gli interventi necessari alle eventuali azioni correttive

2 Conoscenze

Strumenti e modalità di rappresentazione e comunicazione dei fenomeni economici.

Strategie aziendali di localizzazione, delocalizzazione e globalizzazione dell'azienda

Il fabbisogno finanziario nelle diverse forme giuridiche dell'impresa.

Teoria e principi di organizzazione aziendale.

Strumenti di rappresentazione, descrizione e documentazione delle procedure e dei flussi aziendali.

Regole e tecniche di contabilità generale.

Aspetti finanziari ed economici delle diverse aree della gestione aziendale.

Caratteristiche del mercato del lavoro.

Politiche, strategie, amministrazione nella gestione delle risorse umane.

Normative e tecniche di redazione del sistema di bilancio in relazione alla forma giuridica e alla tipologia di azienda.

Principi teoria e tecnica del marketing.

Analisi e politiche di mercato.

Leve di marketing e loro utilizzo nella politica organizzativa e gestionale della rete di vendita.

Struttura del piano di marketing.

Soggetti, mercati prodotti e organi del sistema finanziario.

Calcoli connessi ai principali contratti finanziari.

Caratteristiche gestionali delle imprese dell'area finanziaria.

Aspetti tecnici, economici, giuridici fiscali e contabili delle operazioni di intermediazione finanziaria bancaria e relativa documentazione.

Banche e principali operazioni attive e passive.
Principi di responsabilità sociale dell'impresa.
Bilancio sociale e ambientale.
Lessico e fraseologia di settore anche in lingua inglese.

3 Abilità

Rappresentare e documentare procedure e flussi informativi.
Riconoscere l'assetto strutturale di un'impresa attraverso l'analisi dei suoi organigrammi e funzionigrammi.
Raffrontare tipologie diverse di rapporti di lavoro ed indicare i criteri di scelta in relazione ad economicità, efficienza, contesto sociale e territoriale.
Calcolare la remunerazione del lavoro in relazione alla tipologia contrattuale e redigere i connessi documenti amministrativi.
Redigere il curriculum vitae europeo.
Individuare le fonti e analizzare i contenuti dei principi contabili.
Redigere la contabilità utilizzando programmi applicativi integrati.
Individuare e analizzare sotto il profilo strategico, finanziario ed economico le operazioni delle aree gestionali.
Redigere e commentare i documenti che compongono il sistema di bilancio.
Costruire strumenti di indagine, raccogliere dati, elaborarli, interpretarli per individuare in un dato contesto il comportamento dei consumatori e delle imprese concorrenti.
Elaborare piani di marketing.
Riconoscere l'evoluzione delle strategie di marketing.
Individuare soggetti, caratteristiche e regole dei mercati finanziari.
Riconoscere e descrivere prodotti dei mercati finanziari in relazione al loro diverso impiego.
Effettuare calcoli relativi alle operazioni finanziarie e bancarie anche per comparare offerte di investimento.
Riconoscere ed analizzare i principali documenti di sintesi delle banche.
Descrivere il ruolo sociale dell'impresa ed esaminare il bilancio sociale ed ambientale quale strumento di informazione e comunicazione.
Utilizzare lessico e fraseologia anche in lingua inglese.

CONTENUTI SCANDITI PER TRIMESTRE E PENTAMESTRE

CLASSI TERZE

Primo trimestre: l'azienda e la sua gestione; patrimonio e reddito; il sistema informativo aziendale; gli adempimenti IVA; le scritture aziendali.

Pentamestre: la contabilità generale delle aziende individuali: la costituzione, gli acquisti e le vendite e il regolamento del prezzo; le operazioni relative ai beni strumentali, le operazioni con le banche; le altre operazioni di gestione; le situazioni contabili; il bilancio d'esercizio.

CLASSI QUARTE

Primo trimestre: contabilità e bilanci delle società di persone; le società di capitali.

Pentamestre: la gestione finanziaria: i mercati finanziari; le aziende bancarie, la gestione delle risorse umane; il marketing e le vendite.

OBIETTIVI MINIMI PER IL GIUDIZIO SOSPESO

Classi terze

L'azienda e la sua organizzazione.

La gestione: operazioni di gestione interne ed esterne. Gli aspetti e i cicli della gestione. Analisi delle operazioni di gestione.

Il patrimonio: il prospetto del patrimonio, relazioni tra attività - passività e patrimonio netto.

Il reddito d'esercizio.

La partita doppia e il sistema contabile: la contabilità generale. Il metodo della partita doppia. Classificazione dei conti. L'analisi dei fatti amministrativi nell'aspetto finanziario ed economico.

La contabilità generale: costituzione, apporti in denaro ed in natura. Acquisti e vendite.

Scritture di assestamento.

Classi quarte

Le società di persone: costituzione, riparto utili, copertura perdite aumenti e riduzioni di capitale.

Le società di capitali: costituzione, riparto utili, copertura perdite, aumenti e riduzioni di capitale.

Il bilancio d'esercizio.

I mercati finanziari

I mercati di borsa.

Il marketing.

METODOLOGIE:

- Lezione frontale
- Approccio laboratoriale con lavoro singolo e di gruppo
- Lezione partecipata

STRUMENTI:

- Testo in adozione
- Testi diversi / Riviste / Quotidiani
- Software (programma di videoscrittura, foglio elettronico)
- Espansione online del volume
- Internet
- LIM

VERIFICHE:

Formative e/o sommative

- Prove non strutturate, strutturate e semistrutturate
- Ricostruzione dei percorsi dal risultato finale
- Esercizi di applicazione

ELEMENTI DI CUI SI TERRÀ CONTO NELLA VALUTAZIONE

- Progressione rispetto ai livelli di partenza in rapporto alle capacità del singolo
- Percorso di apprendimento relativamente alle conoscenze acquisite, alle abilità raggiunte e alle competenze conseguite.
- Elementi non cognitivi, cioè partecipazione, impegno, metodo di studio, interesse, attenzione, assiduità nella frequenza, rispetto delle persone e delle cose della Scuola.

CLASSE QUINTA (AFM RIM SIA)

1 Competenze

- Cogliere gli aspetti organizzativi e procedurali delle varie funzioni aziendali e renderli coerenti con gli obiettivi generali dell'azienda;
- Operare all'interno del sistema informativo aziendale automatizzato per favorirne la gestione e svilupparne le modificazioni;
- Utilizzare metodi, strumenti, tecniche contabili ed extra-contabili per la corretta rilevazione dei fenomeni gestionali;
- Redigere e interpretare i documenti aziendali interagendo con il sistema di archiviazione;
- Collocare i fenomeni aziendali nella dinamica del sistema economico - giuridico a livello nazionale e internazionale;
- Comunicare efficacemente con linguaggi tecnici;
- Procedere dal generale al particolare al generale (approccio top down)
- Documentare adeguatamente il proprio lavoro;
- Analizzare situazioni e rappresentarle con modelli funzionali ai problemi e alle risorse tecnologiche disponibili;
- Operare per obiettivi e per progetti;
- Individuare strategie risolutive ricercando e assumendo le opportune informazioni e valutare l'efficacia delle soluzioni adottate ed individuare gli interventi necessari;

2 Conoscenze

Casi di diversa complessità focalizzati su differenti attività aziendali.

Analisi di bilancio per indici e per flussi.

Norme e procedure di revisione e controllo del bilancio.

Normativa in materia di imposte sul reddito d'impresa.

La contabilità gestionale.

Pianificazione strategica e controllo di gestione.

Business plan.

Politiche di mercato e piani di marketing.

Prodotti finanziari e loro utilizzo strategico da parte dell'impresa.

Tecniche di reporting realizzate con il supporto informatico.

Rendicontazione ambientale e sociale dell'impresa.

3 Abilità

Interpretare l'andamento della gestione aziendale attraverso l'analisi di bilancio per indici e per flussi e comparare bilanci di aziende diverse.

Riconoscere gli elementi di positività e criticità espressi nella certificazione di revisione.
Interpretare la normativa fiscale e predisporre la dichiarazione dei redditi d'impresa.
Delineare il processo di pianificazione, programmazione e controllo individuandone i tipici strumenti e il loro utilizzo.
Costruire il sistema di budget; comparare e commentare gli indici ricavati dall'analisi dei dati.
Costruire il business plan.
Elaborare piani di marketing in riferimento alle politiche di mercato dell'azienda.
Effettuare ricerche ed elaborare proposte in relazione a specifiche situazioni finanziarie.
Predisporre report differenziati in relazione ai casi studiati e ai destinatari, anche in lingua inglese.
Confrontare i bilanci sociali e ambientali commentandone i risultati.

METODOLOGIE:

- Lezione frontale
- Approccio laboratoriale con lavoro singolo e di gruppo
- Lezione partecipata
-

STRUMENTI:

- Testo in adozione
- Testi diversi / Riviste / Quotidiani
- Codice Civile
- Piano dei Principi Contabili Nazionali ed Internazionali
- Internet

VERIFICHE:

Formative e/o Sommativa

- Prove non strutturate, Prove strutturate, Semistrutturate
- Ricostruzione di percorsi dal risultato finale
- Esercizi di applicazione

ELEMENTI DI CUI SI TERRÀ CONTO NELLA VALUTAZIONE:

- Progressione rispetto ai livelli di partenza in rapporto alle capacità del singolo
- Percorso di apprendimento relativamente alle conoscenze acquisite, alle abilità raggiunte ed alle competenze conseguite.
- Partecipazione, impegno, metodo di studio, interesse, attenzione, assiduità nella frequenza, rispetto delle persone e delle cose della Scuola.

CONTENUTI SCANDITI PER TRIMESTRE E PENTAMESTRE

Primo trimestre: la contabilità generale; il bilancio d'esercizio e la sua riclassificazione; analisi di bilancio.

Pentamestre: i costi e la contabilità analitica; la gestione strategica; la pianificazione, il controllo di gestione ed il budget; l'analisi degli scostamenti; prodotti finanziari ed il loro utilizzo.

INDIRIZZO SPORTIVO

Questa sezione segue un percorso di studi pari a quello delle sezioni AFM con il potenziamento di alcune discipline che sviluppano una curvatura di tipo sportivo allo scopo di approfondire tematiche come ad esempio il diritto e l'economia dello sport. L'obiettivo di questo percorso di studi è quello di favorire l'acquisizione delle conoscenze e competenze necessarie per poter comprendere la cultura dello sport sotto i diversi aspetti.

Lo studio dell'economia aziendale del primo e secondo anno segue un percorso normale ma che dovrà consentire all'allievo di applicare i metodi della pratica sportiva in diversi ambiti, di ricercare e scoprire il ruolo sociale ed economico dello sport ed infine elaborare l'analisi critica dei fenomeni sportivi in ambito economico e giuridico.

La formazione dell'allievo sarà tale da permettergli di acquisire conoscenze, abilità e competenze dell'economia dello sport; sarà in grado di comprendere il linguaggio economico e l'importanza dell'azienda nell'ambito sportivo. Dovrà sapere interpretare le dinamiche economiche delle aziende sportive e applicare le teorie del marketing nel mondo sportivo. Inoltre lo studente potrà acquisire, mediante studi multidisciplinari, un linguaggio tecnico adeguato da consentirgli di muoversi ed effettuare scelte in questo ambito.

INDIRIZZO TURISTICO

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.

PRIMO BIENNIO

In relazione agli obiettivi di competenza, conoscenza e abilità ci si riporta a quanto sopra indicato per il primo biennio indirizzo AFM.

SECONDO BIENNIO

1 Competenze

nei contesti organizzativi e professionali di riferimento

- 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 pubblicistica, 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.
- Gestire il sistema delle rilevazioni aziendali con l'ausilio di programmi di contabilità integrata specifici per le aziende del settore turistico
- 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

2. Conoscenze

- Ruolo del turismo nel contesto storico sociale ed economico.
- Mercato turistico.
- Specificità e rischi di gestione delle imprese turistiche.
- Soggetti pubblici che intervengono nell'attività turistica.
- Gestione dell'impresa turistica.
- Componenti del prodotto turistico.
- Ruoli e responsabilità nelle professioni turistiche.
- Rilevazioni tipiche della contabilità delle imprese turistiche.
- Bilancio d'esercizio e documenti collegati.
- Principi e teoria del marketing.
- Marketing turistico operativo e strategico.
- Tecniche, metodologie e strumenti di marketing.
- Strumenti di comunicazione interpersonale nei diversi contesti aziendali.

3. Abilità

- Riconoscere le componenti storiche, sociali e culturali che concorrono allo sviluppo integrato del turismo.
- Riconoscere le tendenze dei mercati e le problematiche di localizzazione di un'azienda turistica.
- Distinguere le strutture organizzative e riconoscere le problematiche significative e ricorrenti del settore.
- Riconoscere i fattori che determinano il rischio imprenditoriale ed individuare possibili strategie di attenuazione del rischio.
- Individuare compiti, azioni e piani di intervento dei soggetti pubblici che operano nel settore turistico.
- Individuare le procedure che caratterizzano la gestione delle aziende turistiche, rappresentarne i processi e i flussi informativi.
- Riconoscere gli elementi materiali e i servizi che compongono il prodotto turistico.
- Individuare la documentazione e le procedure per la progettazione e realizzazione di un viaggio.
- Identificare i ruoli e le responsabilità delle diverse funzioni aziendali nell'impresa turistica
- Gestire le rilevazioni elementari e saperle collocare nei programmi di contabilità integrata.
- Leggere e interpretare il bilancio di esercizio di un'impresa turistica e i documenti collegati.
- Analizzare la domanda turistica ed individuare i potenziali target di clienti.
- Analizzare i punti di contatto tra macro e micro marketing nel settore turistico.
- 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.

CLASSE QUINTA

1. Competenze

- Redigere relazioni tecniche e documentare le attività individuali e di gruppo relative a situazioni professionali
- Progettare, documentare o presentare servizi o prodotti turistici
- Identificare e applicare le metodologie e le tecniche della gestione per progetti
- Contribuire a realizzare piani di marketing con riferimento a specifiche tipologie di imprese o prodotti turistici

- Individuare le caratteristiche del mercato del lavoro e collaborare alla gestione del personale dell'impresa turistica

2. Conoscenze

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

3. Abilità

- 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 prodotti turistici e il relativo prezzo con riferimento al territorio e alle sue caratteristiche
- Interpretare le informazioni contenute nei 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 casi aziendali dati
- Elaborare il business plan
- Rielaborare il piano aziendale a seguito del confronto con esperti di settore
- Utilizzare le informazioni per migliorare la pianificazione, lo sviluppo e il controllo dell'impresa turistica

- Utilizzare strategie di marketing per la promozione del prodotto e dell'immagine turistica dell'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
- Realizzare casi aziendali in collaborazione con il territorio
- Redigere il curriculum vitae europeo e simulare test e colloqui di selezione

CONTENUTI SCANDITI PER TRIMESTRE

CLASSI TERZE

Primo trimestre: il turismo; domanda e offerta turistica; le imprese di trasporto.

Pentamestre: agenzie di viaggi, rapporti tra agenzie di viaggi e altri intermediari; le imprese ricettive

CLASSI QUARTE

Primo trimestre: la contabilità generale; acquisti e vendite; le operazioni con le banche; le operazioni tipiche dei T.O. e delle ADV; le operazioni tipiche delle imprese ricettive.

Pentamestre: le scritture di assestamento; il bilancio d'esercizio; analisi di bilancio; il marketing; il marketing mix

CLASSE QUINTA

Primo trimestre: Marketing territoriale e mondo del lavoro

Pentamestre: Analisi e controllo dei costi nelle imprese turistiche; prodotti turistici a catalogo e a domanda;

pianificazione, programmazione e controllo nelle imprese turistiche

