

DISCIPLINE TURISTICHE ED AZIENDALI

Docente: Edo Grassi

COMPETENZE RAGGIUNTE

La materia “Discipline turistiche e aziendali” concorre a far conseguire allo studente, al termine del percorso quinquennale, i seguenti risultati d’apprendimento relativi al profilo educativo, culturale e professionale:

- agire nel sistema informativo dell’azienda e contribuire sia alla sua innovazione sia al suo adeguamento organizzativo e tecnologico;
- individuare le strategie appropriate per la soluzione di problemi;
- utilizzare gli strumenti di marketing in differenti casi e contesti;
- distinguere e valutare i prodotti e i servizi aziendali, effettuando calcoli di convenienza strategico/gestionale per individuare soluzioni ottimali;
- riconoscere e interpretare le tendenze dei mercati locali, nazionali e globali anche per coglierne le ripercussioni nel contesto turistico;
- utilizzare il sistema delle comunicazioni e delle relazioni delle imprese turistiche.

CONTENUTI DISCIPLINARI

Monte ore utilizzato per la disciplina: circa 108 ore

Il bilancio d’esercizio e la sua analisi: 20 ore

- Il bilancio d’esercizio

La contabilità e l’analisi dei costi 28 ore

- La classificazione dei costi nelle imprese turistiche:
 - i costi fissi e i costi variabili
 - costi diretti e costi indiretti
- Le configurazioni di costo nelle imprese turistiche
- Assumere decisioni attraverso la cost analysis:
 - full costing e direct costing
 - L’analisi del punto di pareggio (Break even Analysis)
- Concetto di controllo di gestione (cenni)

Pianificazione e marketing strategico 24 ore

- l’ambiente esterno all’azienda: analisi e comprensione degli elementi di contesto generale
- Il sistema competitivo e le “forze” che lo caratterizzano
- il potenziale di mercato assoluto e relativo
- finalismo aziendale: purpose, visione, mission, valori
- gli obiettivi aziendali: efficacia, efficienza, sostenibilità
- posizionamento competitivo e strategie aziendali:
 - SWOT analysis
 - matrici di Porter e di Ansoff, modello di Abell, matrice GE, brand map
- La qualità aziendale: soddisfazione del cliente e competitività

Business planning: 14 ore

- Dalla business idea al business plan
- Obiettivi e destinatari del Business Plan
- Il business model canvas (cenni)
- Contenuti del business plan
 - executive summary
 - piano di marketing: why, what, who, how?
 - piano economico-finanziario multiperiodale (cenni)

Programmazione e controllo di gestione: 6 ore

- Il budget: funzioni ed elaborazione
- I budget settoriali, Il budget degli investimenti e il budget finanziario (cenni)
- Il budget economico generale
- Analisi degli scostamenti (cenni)

Marketing territoriale: 16 ore

- Tendenze turistiche emergenti (cenni diffusi)
- La destinazione turistica: ciclo di vita, attrattività, posizionamento e comunicazione (cenni)

ABILITA'

Il bilancio d'esercizio e la sua analisi

- Saper riconoscere le principali poste di bilancio in forma abbreviata di un'impresa turistica
- Saper comprendere le poste principali dei documenti di sintesi (CE e SP)

La contabilità e l'analisi dei costi

- Distinguere i costi fissi dai costi variabili
- Distinguere i costi diretti ed indiretti
- Determinare le diverse configurazioni di costo
- Determinare il prezzo di vendita applicando un mark-up
- Effettuare la break-even analysis per determinare il punto di pareggio

Pianificazione e marketing strategico

- Individuare le caratteristiche della pianificazione strategica
- saper analizzare l'ambiente esterno ed ambiente interno, i trend e le fasi del ciclo di vita dei prodotti/mercati di riferimento
- saper valutare il potenziale di mercato, analizzare la concorrenza, definire le logiche di posizionamento più adatte
- Effettuare l'analisi SWOT
- Saper utilizzare i principali strumenti di pianificazione strategica

Business planning

- Individuare gli elementi necessari per sviluppare un business idea
- Effettuare lo studio di fattibilità di un semplice progetto imprenditoriale

- Redigere un semplice preventivo economico e degli investimenti

Programmazione e controllo di gestione

- Comprendere e redigere un semplice budget generale e di funzione di un'impresa del settore turistico
- Saper individuare la fonte degli scostamenti consuntivo/budget

Marketing territoriale

- Saper analizzare lo stadio del ciclo di vita di una destinazione turistica
- Saper leggere il contesto nel quale il sistema-turismo evolve
- Saper definire possibili trend emergenti per la nascita o lo sviluppo di nuovi prodotti turistici

METODOLOGIE DI INSEGNAMENTO

Le modalità di lavoro utilizzate sono state varie: dalla lezione frontale a quella partecipata, dalla discussione guidata al lavoro di gruppo.

Ampio è stato il ricorso a casi ed esempi pratici, al fine di far comprendere ai ragazzi la pregnanza e l'attualità dei temi trattati in aula. Interventi di esperti esterni, lettura e commento di articoli di settore, role play e continuo sguardo sul mondo reale hanno favorito un percorso didattico per quanto possibile vario e coinvolgente.

Si è cercato di evitare la prevalenza di conoscenze tecniche decontestualizzate, privilegiando le relazioni logiche e di collegamento fra i diversi argomenti. Al fine di agevolare la capacità di comprensione di tutta la classe si è adottato un approccio graduale alle problematiche, in modo da garantire una significativa comprensione globale sulla quale sviluppare poi i necessari approfondimenti.

CRITERI DI VALUTAZIONE

I criteri di valutazione e le modalità di verifica sono stati progressivamente calibrati considerando il livello medio di apprendimento e competenza sulla materia della classe nel suo complesso, valutato nelle prime settimane di lezione e gli obiettivi attesi di crescente apprendimento e comprensione della materia, nel progredire dell'anno scolastico.

E' stata data particolare attenzione alla valutazione dei singoli studenti con Bisogni Educativi Speciali (BES) presenti in classe, che hanno avuto la possibilità di utilizzare strumenti compensativi durante i momenti di valutazione scritta e orale.

Le prove scritte somministrate hanno avuto lo scopo di valutare il raggiungimento delle conoscenze, delle abilità e delle competenze complessive rispetto agli specifici temi trattati nel corso delle lezioni in aula. La definizione delle prove scritte è stata realizzata avendo cura di valorizzare tanto la dimensione socio/economica quanto quella tecnico/economico della materia, al fine di garantire a tutti gli allievi la possibilità di meglio esprimere le proprie attitudini e le proprie competenze.

Le lezioni hanno favorito un continuo dialogo con gli allievi, che sono stati sottoposti costantemente a domande, quesiti, role play e interrogazioni informali, al fine di incrementare la loro abilità relazionale, la loro proprietà di linguaggio (utilizzo appropriato dei codici linguistici, varietà ed esattezza terminologica) e la loro attitudine a argomentare compiutamente sui temi trattati, mettendoli sempre in relazioni a contenuti di realtà.

Questa metodologia ha consentito inoltre di mantenere costantemente monitorato il metodo e il livello di preparazione dei ragazzi.

Per la valutazione finale si sono considerati i seguenti indicatori:

- partecipazione attiva alle lezioni
- Esito delle prove assegnate
- Esito delle interrogazioni orali, formali ed informali
- Presenza alle lezioni

TESTI e MATERIALI/STRUMENTI ADOTTATI:

Libro di testo: *Scelta Turismo up volume 3*, G. Campagna e V. Loconsole, TRAMONTANA, ed. 2022

Articoli e casi aziendali di approfondimento.

Civezzano, 7 maggio 2025

I Rappresentanti di classe

Il docente
