

	Istituto Tecnico Commerciale e Turistico Statale Vittorio Emanuele II di Bergamo	 SINCERT SGG CERTIFICATO UNI EN ISO 9001 CERTIFICATO NUMERO 0714774
	Programmazione di Dipartimento Secondo biennio e quinto anno	

ANNO SCOLASTICO	2022-2023
------------------------	------------------

MATERIA	Discipline turistiche e aziendali
----------------	--

INSEGNAMENTO AREA GENERALE	○	INSEGNAMENTO AREA INDIRIZZO	X
-----------------------------------	---	------------------------------------	----------

COORDINATORE	Prof.ssa Borsani Rosanna
---------------------	---------------------------------

INDICE

- 1. RISULTATI DI APPRENDIMENTO RELATIVI AL PROFILO EDUCATIVO, CULTURALE E PROFESSIONALE (PECUP)**
- 2. RISULTATI DI APPRENDIMENTO COGNITIVO – FORMATIVI DISCIPLINARI**
- 3. ABILITA' E CONOSCENZE IRRINUNCIABILI**
- 4. PIANO DELLE UNITÀ DI APPRENDIMENTO**
 - Unità di apprendimento classi terze
 - Unità di apprendimento classi quarte
 - Unità di apprendimento facoltative
- 5. METODOLOGIA**
- 6. STRUMENTI**
- 7. VERIFICA E VALUTAZIONE**
- 8. CRITERI DI VALUTAZIONE (GRIGLIA)**
- 9. SOGLIE DI VALIDAZIONE DELLA PROGETTAZIONE**
- 10. ALTRO: UDA COME DA PROGRAMMAZIONE DEL CONSIGLIO DI CLASSE.**

	Istituto Tecnico Commerciale e Turistico Statale Vittorio Emanuele II di Bergamo	
	Programmazione di Dipartimento Triennio	

1. RISULTATI DI APPRENDIMENTO RELATIVI AL PROFILO EDUCATIVO, CULTURALE E PROFESSIONALE (PECUP)

Si elencano i risultati di apprendimento, riferiti al profilo educativo, culturale e professionale, che la disciplina concorre a far acquisire al termine del quinquennio (allegato A DPR 88/2010).

Risultati di apprendimento da acquisire al termine del percorso quinquennale	
1	Utilizzare i sistemi informativi, disponibili a livello nazionale e internazionale, per proporre servizi turistici anche innovativi.
2	Promuovere il turismo integrato avvalendosi delle tecniche di comunicazione multimediale.
3	Intervenire nella gestione aziendale per gli aspetti organizzativi, amministrativi, contabili e commerciali.
4	Riconoscere e interpretare le tendenze dei mercati locali, nazionali, globali anche per coglierne le ripercussioni nel contesto turistico
5	Individuare e accedere alla normativa pubblicitaria, civilistica, fiscale con particolare riferimento a quella del settore turistico.
6	Interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi di gestione e flussi informativi.
7	Riconoscere le peculiarità organizzative delle imprese turistiche e contribuire a cercare soluzioni funzionali alle diverse tipologie
8	Analizzare l'immagine del territorio sia per riconoscere la specificità del suo patrimonio culturale sia per individuare strategie di sviluppo del turismo integrato e sostenibile
9	Contribuire a realizzare piani di marketing con riferimento a specifiche tipologie di imprese o prodotti turistici.
10	Progettare, documentare e presentare servizi o prodotti turistici.
11	Individuare le caratteristiche del mercato del lavoro.
12	Utilizzare il sistema delle comunicazioni e delle relazioni delle imprese turistiche.



2. RISULTATI DI APPRENDIMENTO COGNITIVO-FORMATIVI DISCIPLINARI

Si elencano le competenze e si indica la modalità attraverso la quale la disciplina contribuisce al raggiungimento dei risultati di apprendimento al termine del percorso quinquennale (DM n. 4/2012), si trascrivono i codici delle competenze così come attribuiti nella matrice delle competenze del TRIENNIO.

Competenze da acquisire al termine del percorso quinquennale	Codice (matrice competenze)	
	Disciplina riferimento	Disciplina concorrente
Progettare, documentare e presentare servizi o prodotti turistici.		T1
Utilizzare e produrre strumenti di comunicazione visiva e multimediale, anche con riferimento alle strategie espressive e agli strumenti tecnici della comunicazione in rete.	T2	
Utilizzare il sistema delle comunicazioni e delle relazioni delle imprese turistiche.	T3	
Riconoscere ed interpretare: le tendenze dei mercati locali, nazionali e globali anche per coglierne le ripercussioni nel contesto turistico.	T4	
Riconoscere ed interpretare: i macrofenomeni socio-economici globali in termini generali e specifici dell'impresa turistica.	T5	
Individuare e accedere alla normativa pubblicitaria, civilistica, fiscale con particolare riferimento a quella del settore turistico.	T7	
Interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi di gestione e flussi informativi.	T8	
Riconoscere le peculiarità organizzative delle imprese turistiche e contribuire a cercare soluzioni funzionali alle diverse tipologie.	T9	
Gestire il sistema delle rilevazioni aziendali con l'ausilio di programmi di contabilità integrata specifici per le aziende del settore turistico.	T10	
Contribuire a realizzare piani di marketing con riferimento a specifiche tipologie di imprese o prodotti turistici.	T11	
Individuare le caratteristiche del mercato del lavoro e collaborare alla gestione del personale dell'impresa turistica.	T12	



3. ABILITÀ E CONOSCENZE IRRINUNCIABILI

Si stabiliscono i seguenti obiettivi minimi obbligatori in termini di abilità e conoscenze.

	ABILITÀ	CONOSCENZE
C L A S S I T E R Z E	<ul style="list-style-type: none"> -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. -Individuare compiti, azioni e piani di intervento dei soggetti pubblici che operano nel settore turistico. -Riconoscere i macrofenomeni socio-economici globali in termini generali e specifici dell'impresa turistica. -Riconoscere gli elementi materiali e i servizi che compongono il prodotto turistico. -Riconoscere le peculiarità organizzative delle imprese turistiche. -Distinguere le strutture organizzative e riconoscere le problematiche significative e ricorrenti del settore. -Identificare i ruoli e le responsabilità delle diverse funzioni aziendali nell'impresa turistica. -Individuare e accedere alla normativa pubblicistica, civilistica, fiscale con particolare riferimento a quella del settore turistico. -Individuare le procedure che caratterizzano la gestione delle imprese ricettive, rappresentandone i processi e i flussi informativi. -Riconoscere gli elementi materiali e i servizi che compongono il prodotto turistico ricettivo. -Individuare e accedere alla normativa pubblicistica, civilistica, fiscale con particolare riferimento a quella del settore turistico. -Individuare le procedure che caratterizzano la gestione delle ADV, rappresentandone i processi e i flussi informativi. -Riconoscere gli elementi materiali e i servizi che compongono il prodotto turistico delle ADV. -Individuare la documentazione e le procedure per la progettazione e la realizzazione di un viaggio. -Leggere e interpretare i documenti commerciali. -Effettuare la liquidazione IVA relativa all'attività di intermediazione di un'ADV. -Conoscere le caratteristiche delle imprese di trasporto e il ruolo che svolgono nel settore del turismo. -Individuare il ruolo delle ADV intermediarie nella biglietteria ferroviaria e/o aerea. 	<ul style="list-style-type: none"> -Il turismo e le sue classificazioni: definizione di turismo e di turista, elementi caratterizzanti, criteri di classificazione. -Il turismo tra passato, presente e futuro: l'esperienza del viaggiare, il Grand Tour, il passaggio dal turismo d'élite al turismo di massa, l'evoluzione del turismo nel terzo millennio. -L'impatto del turismo sull'economia, sulla società e sull'ambiente: gli effetti economici, socioculturali e ambientali del turismo; il turismo sostenibile. -La domanda turistica e le sue caratteristiche; l'analisi qualitativa e quantitativa della domanda turistica. -L'offerta turistica e le sue caratteristiche; l'analisi qualitativa e quantitativa. -Le caratteristiche dell'impresa turistica e del prodotto turistico. -L'organizzazione del lavoro nelle imprese turistiche: le funzioni aziendali, gli organi aziendali, le strutture organizzative. -Le professioni turistiche: ruoli e responsabilità. -Le imprese ricettive: caratteristiche, classificazioni, tipologie. -Il contratto d'albergo -Il ciclo cliente (operazioni compiute e relativa documentazione): booking; check-in; live-in; check-out e post check-out. -ADV: definizione, caratteristiche, suddivisione, apertura di un'ADV, il network. -Il voucher: caratteristiche e tipologie. -Le fasi e i documenti che caratterizzano i rapporti tra l'ADV intermediaria e le imprese ricettive. -Le fasi e i documenti che caratterizzano i rapporti tra l'ADV intermediaria e il tour operator. -I rapporti tra ADV intermediarie e turisti; le differenti tipologie di servizi offerte. -Le fasi e i documenti che caratterizzano i rapporti tra l'ADV tour organizer e i fornitori dei servizi. -I documenti emessi dall'ADV tour organizer nei confronti dei clienti. -Gestione dell'impresa turistica e normativa fiscale: registrazione ai fini IVA delle operazioni effettuate dalle ADV, liquidazione IVA (metodo deduzione base da base e deduzione imposta da imposta). -Caratteristiche del trasporto ferroviario italiano -Il servizio di biglietteria ferroviaria nazionale -Il trasporto aereo in Italia e nel mondo -La biglietteria aerea



	ABILITÀ	CONOSCENZE
C L A S S I Q U A R T E	<ul style="list-style-type: none"> - Interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi di gestione e flussi informativi. - Comprendere gli elementi caratteristici del sistema informativo aziendale. - Individuare le operazioni di gestione. - Gestire le rilevazioni contabili attraverso il metodo della partita doppia. - Leggere, interpretare ed elaborare documenti commerciali. <ul style="list-style-type: none"> - Riconoscere i caratteri del capitale proprio e del capitale di terzi - Cogliere le relazioni tra investimenti e finanziamenti. - Saper determinare il patrimonio di funzionamento aziendale - Saper applicare il concetto di competenza economica - Saper determinare il reddito d'esercizio - Saper inserire i conti nelle voci di bilancio secondo la struttura civilistica <ul style="list-style-type: none"> - Analizzare la domanda turistica e 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 del prodotto turistico. 	<ul style="list-style-type: none"> - Gli elementi di un sistema contabile e di un metodo contabile. - Il conto: definizione, caratteristiche, terminologia e rappresentazione. - Il metodo della partita doppia - Il piano dei conti - L'analisi delle operazioni di gestione al fine dell'individuazione delle relative variazioni. - Caratteristiche e rilevazioni in partita doppia: degli acquisti di beni e di servizi e dei relativi pagamenti; delle vendite di servizi e delle relative riscossioni; degli anticipi da parte del cliente; della mancata riscossione dei crediti; dei collaboratori dell'impresa (lavoratori dipendenti e collaboratori autonomi); dei rapporti con le banche (riscossioni, pagamenti, smobilizzo di crediti e mutui); della locazione; del noleggio; del leasing; dei costi relativi ai beni strumentali; della liquidazione IVA. - Bilancio d'esercizio e scritture d'assestamento - La competenza economica dei costi e dei ricavi - La funzione delle scritture di assestamento - Le scritture di completamento e di integrazione: rilevazione in partita doppia delle competenze bancarie; delle fatture da emettere e da ricevere; del TFRL; delle imposte di competenza; della svalutazione crediti, dei ratei e dei fondi rischi e oneri. - Le scritture di rettifica: rilevazione in partita doppia delle rimanenze di magazzino e dei risconti. - Le scritture di ammortamento: l'ammortamento e la rilevazione in partita doppia. - La rilevazione in partita doppia della vendita di beni strumentali. - La situazione contabile finale: redazione della situazione economica e della situazione patrimoniale finale. - Il bilancio civilistico: redazione dello Stato patrimoniale e del Conto economico. - Principi e teoria del marketing: definizione di marketing, la mission aziendale, le peculiarità delle aziende di servizi. - L'analisi del mercato: l'analisi SWOT, l'analisi dell'ambiente di marketing, le ricerche di mercato. - La segmentazione di mercato: concetto e variabili di segmentazione, il mercato obiettivo e il posizionamento. - Il marketing mix: concetto ed elementi caratterizzanti.



	ABILITÀ	CONOSCENZE
C L A S S I Q U I N T E	<ul style="list-style-type: none"> -Cogliere le finalità dell'analisi di bilancio. -Riclassificare lo Stato patrimoniale secondo il criterio finanziario. -Riclassificare il Conto economico secondo la configurazione a valore aggiunto e a costo del venduto. -Cogliere il valore segnaletico dei margini e degli indici di bilancio. -Calcolare, valutare e correlare i principali indici patrimoniali-finanziari ed economici. -Monitorare i processi produttivi e analizzare i dati per ricavarne informazioni. -Elaborare prodotti turistici, anche a carattere tematico, 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. -Individuare la mission, la visione, la strategia e la pianificazione di casi aziendali dati. -Conoscere la struttura di un business plan. -Predisporre semplici budget operativi. -Effettuare l'analisi degli scostamenti dei costi variabili e dei ricavi. -Utilizzare strategie di marketing per la promozione del prodotto e dell'immagine turistica del territorio in Italia e all'Estero. -Utilizzare gli strumenti multimediali per la promozione dell'immagine turistica del territorio e la commercializzazione del servizio turistico. -Contribuire a realizzare i piani di marketing con riferimento a specifiche tipologie di prodotto. 	<ul style="list-style-type: none"> -Le finalità dell'analisi di bilancio per indici -La riclassificazione dello Stato patrimoniale secondo criteri finanziari -La riclassificazione del Conto economico secondo la configurazione a valore aggiunto e a costo del venduto -Gli indicatori dell'analisi patrimoniale-finanziaria -Gli indicatori dell'analisi economica -I costi: definizione e classificazione. -La rappresentazione grafica dei costi -Il metodo del direct costing. -Le scelte di convenienza con il metodo del direct costing -Il metodo del full costing -Le configurazioni di costo -L'analisi del punto di pareggio -la rappresentazione grafica del BEP -Le modifiche del BEP -I tour operator: definizione e attività. -L'ideazione di un pacchetto turistico a catalogo -Lo sviluppo di un pacchetto turistico a catalogo -I principali contratti di un tour operator -Il metodo del full costing -Il metodo del BEP -Il catalogo come strumento di promo-commercializzazione -Le strategie di vendita -La gestione del viaggio e il controllo -Il business travel: i viaggi di lavoro in senso stretto, i viaggi MICE. -Il travel manager -Il sistema di pianificazione, programmazione e controllo -L'analisi dell'ambiente esterno e dell'ambiente interno -I piani aziendali -Finalità, struttura e contenuto del business plan -Il budget e le sue funzioni -I budget operativi -Il budget aziendale -L'analisi degli scostamenti dei costi variabili: scostamento globale, di volume, di efficienza e di prezzo. -L'analisi degli scostamenti dei ricavi -Il prodotto destinazione ed il marketing territoriale: la destinazione turistica e il prodotto destinazione, le fasi del ciclo di vita di una destinazione turistica, gli effetti positivi e negativi del turismo sul tessuto socio-culturale e sull'ambiente, il turismo sostenibile, il marketing territoriale, il sistema locale di offerta turistica. -I fattori di attrazione di una destinazione turistica: le risorse turistiche e loro classificazione, i modelli dell'offerta di una destinazione turistica, l'analisi dell'offerta turistica di una destinazione (gli indicatori di ricettività), l'analisi SWOT (i punti di forza e di debolezza di un territorio, l'analisi delle

	Istituto Tecnico Commerciale e Turistico Statale Vittorio Emanuele II di Bergamo	
	Programmazione di Dipartimento Triennio	

	<p>opportunità e delle minacce).</p> <p>-Gli strumenti di comunicazione e di promozione di una destinazione turistica.</p> <p>-Il piano di marketing di una destinazione turistica.</p>
--	---

4. PIANO DELLE UNITÀ DI APPRENDIMENTO

Si indicano le Unità di Apprendimento che il dipartimento si impegna a realizzare nelle classi del triennio.

CLASSI TERZE

Unità di apprendimento obbligatorie

Si riportano gli elementi di ogni Unità di Apprendimento le conoscenze e le abilità da acquisire in relazione alle competenze individuate precedentemente.

Unità apprendimento n. 1		Titolo	
		FENOMENO TURISMO	
PERIODO/DURATA Settembre - ottobre		METODOLOGIA Lezione frontale/dialogata Ricerche e apporti personali degli studenti	STRUMENTI Libro di testo Lavagna interattiva Articoli quotidiani e riviste Supporti informatici (es. video, podcast, applicativi vari) Google Classroom Google Drive
Competenze		Abilità	Conoscenze
Disciplina			
riferimento	concorrente		
T4 T5	SE3	<ul style="list-style-type: none"> -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. -Individuare compiti, azioni e piani di intervento dei soggetti pubblici che operano nel settore turistico. -Riconoscere i macrofenomeni socio-economici globali in termini generali e specifici dell'impresa turistica. 	<ul style="list-style-type: none"> -Il turismo e le sue classificazioni: definizione di turismo e di turista, elementi caratterizzanti, criteri di classificazione. -Il turismo tra passato, presente e futuro: l'esperienza del viaggiare, il Grand Tour, il passaggio dal turismo d'élite al turismo di massa, l'evoluzione del turismo nel terzo millennio. -L'impatto del turismo sull'economia, sulla società e sull'ambiente: gli effetti economici, socioculturali e ambientali del turismo; il turismo sostenibile.

Unità apprendimento n. 2		Titolo	
		IMPRESE TURISTICHE	
PERIODO/DURATA Ottobre - novembre		METODOLOGIA Lezione frontale/dialogata Learning by doing Problem solving	STRUMENTI Libro di testo Lavagna interattiva Articoli quotidiani e riviste Supporti informatici (es. video, podcast, applicativi vari)



Competenze		Abilità	Conoscenze
Disciplina			
riferimento	concorrente		
T4 T5 T9	SE3	<ul style="list-style-type: none"> -Riconoscere e interpretare le tendenze dei mercati locali, nazionali e globali per coglierne le ripercussioni nel contesto turistico. -Riconoscere i macrofenomeni socio-economici globali in termini generali e specifici dell'impresa turistica. -Riconoscere gli elementi materiali e i servizi che compongono il prodotto turistico. -Riconoscere le peculiarità organizzative delle imprese turistiche. -Distinguere le strutture organizzative e riconoscere le problematiche significative e ricorrenti del settore. -Identificare i ruoli e le responsabilità delle diverse funzioni aziendali nell'impresa turistica 	<ul style="list-style-type: none"> -La domanda turistica e le sue caratteristiche; l'analisi qualitativa e quantitativa della domanda turistica. -L'offerta turistica e le sue caratteristiche; l'analisi qualitativa e quantitativa. -Le caratteristiche dell'impresa turistica e del prodotto turistico. -L'organizzazione del lavoro nelle imprese turistiche: le funzioni aziendali; gli organi aziendali; le strutture organizzative. -Le professioni turistiche: ruoli e responsabilità.

Unità apprendimento n. 3		Titolo	
		IMPRESE RICETTIVE	
PERIODO/DURATA Dicembre - febbraio		METODOLOGIA Lezione frontale/dialogata Learning by doing Problem solving	STRUMENTI Libro di testo Lavagna interattiva Articoli quotidiani e riviste Supporti informatici (es. video, podcast, applicativi vari) Google Classroom Google Drive
Competenze		Abilità	Conoscenze
Disciplina			
riferimento	concorrente		
T7 T9	SE9	<ul style="list-style-type: none"> -Individuare e accedere alla normativa pubblicitaria, civilistica, fiscale con particolare riferimento a quella del settore turistico. -Individuare le procedure che caratterizzano la gestione delle imprese ricettive, rappresentandone i processi e i flussi informativi. -Riconoscere gli elementi materiali e i servizi che compongono il prodotto turistico ricettivo. 	<ul style="list-style-type: none"> -Le imprese ricettive: caratteristiche, classificazioni, tipologie. -Il contratto d'albergo -Il ciclo cliente (operazioni e relativa documentazione): booking; check-in; live-in; check-out e post check-out.



Unità apprendimento n. 4		Titolo	
		AGENZIE DI VIAGGIO	
PERIODO/DURATA Marzo – maggio		METODOLOGIA Lezione frontale/dialogata Learning by doing Problem solving	STRUMENTI Libro di testo Lavagna interattiva Articoli quotidiani e riviste Supporti informatici (es. video, podcast, applicativi vari) Google Classroom Google Drive
Competenze		Abilità	Conoscenze
Disciplina			
riferimento	concorrente		
T1 T7 T8 T9		-Individuare e accedere alla normativa pubblicitaria, civilistica, fiscale con particolare riferimento a quella del settore turistico. -Individuare le procedure che caratterizzano la gestione delle ADV, rappresentandone i processi e i flussi informativi. -Riconoscere gli elementi materiali e i servizi che compongono il prodotto turistico delle ADV. -Individuare la documentazione e le procedure per la progettazione e la realizzazione di un viaggio. -Leggere e interpretare i documenti commerciali. -Effettuare la liquidazione IVA relativa all'attività di intermediazione di un'ADV.	-ADV: definizione, caratteristiche, suddivisione, apertura di un'ADV, il network. -Il voucher: caratteristiche e tipologie. -Le fasi e i documenti che caratterizzano i rapporti tra l'ADV intermediaria e le imprese ricettive. -Le fasi e i documenti che caratterizzano i rapporti tra l'ADV intermediaria e il tour operator. -I rapporti tra ADV intermediarie e turisti; le differenti tipologie di servizi offerte. -Le fasi e i documenti che caratterizzano i rapporti tra l'ADV tour organizer e i fornitori dei servizi. -I documenti emessi dall'ADV tour organizer nei confronti dei clienti. -Gestione dell'impresa turistica e normativa fiscale: registrazione ai fini IVA delle operazioni effettuate dalle ADV; liquidazione IVA (metodo deduzione base da base e deduzione imposta da imposta)

Unità di apprendimento facoltativa

Unità apprendimento n. 5		Titolo	
		IMPRESE DI TRASPORTO	
PERIODO/DURATA Maggio - giugno		METODOLOGIA Lezione frontale/dialogata Ricerche e apporti personali degli studenti Problem solving	STRUMENTI Libro di testo Lavagna interattiva Articoli quotidiani e riviste Supporti informatici (es. video, podcast, applicativi vari) Google Classroom Google Drive
Competenze		Abilità	Conoscenze
Disciplina			

	Istituto Tecnico Commerciale e Turistico Statale Vittorio Emanuele II di Bergamo	
	Programmazione di Dipartimento Triennio	

riferimento	concorrente		
T9		-Conoscere le caratteristiche delle imprese di trasporto e il ruolo che svolgono nel settore del turismo. -Individuare il ruolo delle ADV intermedie nella biglietteria ferroviaria e/o aerea.	-Caratteristiche del trasporto ferroviario italiano. -Il servizio di biglietteria ferroviaria nazionale. -Il trasporto aereo in Italia e nel mondo. -La biglietteria aerea

CLASSI QUARTE

Unità di apprendimento obbligatorie

Si riportano gli elementi di ogni Unità di Apprendimento le conoscenze e le abilità da acquisire in relazione alle competenze individuate precedentemente.

Unità apprendimento n. 1		Titolo	
		CONTABILITA' DELLE IMPRESE TURISTICHE	
PERIODO/DURATA Settembre - febbraio		METODOLOGIA Lezione frontale/dialogata Esercitazioni in classe Problem solving	STRUMENTI Libro di testo Lavagna interattiva Articoli quotidiani e riviste Applicativi software quali power point, excel, ecc. Google Classroom Google Drive
Competenze		Abilità	Conoscenze
Disciplina			
riferimento	concorrente		
T9 T10		-Interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi di gestione e flussi informativi. -Comprendere gli elementi caratteristici del sistema informativo aziendale. -Individuare le operazioni di gestione. -Gestire le rilevazioni contabili attraverso il metodo della partita doppia. -Leggere, interpretare ed elaborare documenti commerciali.	-Gli elementi di un sistema contabile e di un metodo contabile. -Il conto: definizione e caratteristiche. -Il metodo della partita doppia. -L'analisi delle operazioni di gestione al fine dell'individuazione delle relative variazioni. -Caratteristiche e rilevazioni in partita doppia: degli acquisti di beni e di servizi e dei relativi pagamenti; delle vendite di servizi e delle relative riscossioni; degli anticipi da parte del cliente; della mancata riscossione dei crediti; dei collaboratori dell'impresa (lavoratori dipendenti e collaboratori autonomi); dei rapporti con le banche (riscossioni, pagamenti, smobilizzo di crediti e mutui); della locazione; del noleggio; del leasing; dei costi relativi ai beni strumentali; della liquidazione IVA.



Unità apprendimento n. 2		Titolo	
		BILANCIO DELLE IMPRESE TURISTICHE	
PERIODO/DURATA Marzo - aprile		METODOLOGIA Lezione frontale/dialogata Esercitazioni in classe Problem solving	STRUMENTI Libro di testo Lavagna interattiva Applicativi software quali power point, excel, ecc. Google Classroom Google Drive
Competenze		Abilità	Conoscenze
Disciplina			
referimento	concorrente		
T9 T10		<ul style="list-style-type: none"> - Riconoscere i caratteri del capitale proprio e del capitale di terzi -Cogliere le relazioni tra investimenti e finanziamenti - Saper determinare il patrimonio di funzionamento aziendale - Saper applicare il concetto di competenza economica - Saper determinare il reddito d'esercizio - Saper inserire i conti nelle voci di bilancio secondo la struttura civilistica 	<ul style="list-style-type: none"> -Bilancio d'esercizio e scritture d'assestamento -La competenza economica dei costi e dei ricavi -La funzione delle scritture di assestamento -Le scritture di completamento e di integrazione: rilevazione in partita doppia delle competenze bancarie; delle fatture da emettere e da ricevere; del TFRL; delle imposte di competenza; della svalutazione crediti, dei ratei e dei fondi rischi e oneri. -Le scritture di rettifica: rilevazione in partita doppia delle rimanenze di magazzino e dei risconti. -Le scritture di ammortamento: l'ammortamento e la rilevazione in partita doppia. -La rilevazione in partita doppia della vendita di beni strumentali. -La situazione contabile finale: redazione della situazione economica e della situazione finale. -Il bilancio civilistico: redazione dello Stato patrimoniale e del conto economico.

Unità apprendimento n. 3		Titolo	
		MARKETING DELLE IMPRESE TURISTICHE	
PERIODO/DURATA Aprile - maggio		METODOLOGIA Lezione frontale/dialogata Ricerche e apporti personali degli studenti	STRUMENTI Libro di testo Lavagna interattiva Articoli quotidiani e riviste Supporti informatici (es. video, podcast, applicativi vari) Google Classroom Google Drive
Competenze		Abilità	Conoscenze
Disciplina			



riferimento	concorrente		
T11		<ul style="list-style-type: none"> -Analizzare la domanda turistica e 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 del prodotto turistico. 	<ul style="list-style-type: none"> -Principi e teoria del marketing: definizione di marketing, la mission aziendale, le peculiarità delle aziende di servizi. -L'analisi del mercato: l'analisi SWOT, l'analisi dell'ambiente di marketing, le ricerche di mercato. -La segmentazione di mercato: concetto e variabili di segmentazione, il mercato obiettivo e il posizionamento. - Il marketing mix: concetto ed elementi caratterizzanti.

CLASSI QUINTE

Unità di apprendimento obbligatorie

Si riportano gli elementi di ogni Unità di Apprendimento le conoscenze e le abilità da acquisire in relazione alle competenze individuate precedentemente.

Unità apprendimento n. 1		Titolo	
		ANALISI DI BILANCIO	
PERIODO/DURATA Settembre - ottobre		METODOLOGIA Lezione frontale/dialogata Esercitazioni in classe Problem solving	STRUMENTI Libro di testo Lavagna interattiva Applicativi software quali power point, excel, ecc. Google Classroom Google Drive
Competenze		Abilità	Conoscenze
Disciplina			
riferimento	concorrente		
T8 SE2		<ul style="list-style-type: none"> -Cogliere le finalità dell'analisi di bilancio. -Riclassificare lo Stato patrimoniale secondo il criterio finanziario. -Riclassificare il Conto economico secondo la configurazione a valore aggiunto e a costo del venduto. -Cogliere il valore segnaletico dei margini e degli indici di bilancio. -Calcolare, valutare e correlare i principali indici patrimoniali-finanziari ed economici. 	<ul style="list-style-type: none"> -Le finalità dell'analisi di bilancio per indici. -La riclassificazione dello Stato patrimoniale secondo criteri finanziari. -La riclassificazione del Conto economico secondo la configurazione a valore aggiunto e a costo del venduto. -Gli indicatori dell'analisi patrimoniale-finanziaria -Gli indicatori dell'analisi economica.



Unità apprendimento n. 2 - Analisi e controllo dei costi		Titolo	
		ANALISI E CONTROLLO DEI COSTI NELLE IMPRESE TURISTICHE	
PERIODO/DURATA Ottobre		METODOLOGIA Lezione frontale/dialogata Esercitazioni in classe Problem solving	STRUMENTI Libro di testo Lavagna interattiva Applicativi software quali power point, excel, ecc. Google Classroom Google Drive
Competenze		Abilità	Conoscenze
Disciplina			
riferimento	concorrente		
T8 SE2		-Monitorare i processi produttivi e analizzare i dati per ricavarne indici.	-I costi: definizione e la classificazione. -La rappresentazione grafica dei costi.

Unità apprendimento n. 3 - Il controllo dei costi		Titolo	
		ANALISI E CONTROLLO DEI COSTI NELLE IMPRESE TURISTICHE	
PERIODO/DURATA Novembre - dicembre		METODOLOGIA Lezione frontale/dialogata Esercitazioni in classe Problem solving Analisi di casi	STRUMENTI Libro di testo Lavagna interattiva Applicativi software quali power point, excel, ecc. Google Classroom Google Drive
Competenze		Abilità	Conoscenze
Disciplina			
riferimento	concorrente		
T8 SE2		-Monitorare i processi produttivi e analizzare i dati per ricavarne indici.	-Il metodo del direct costing -Le scelte di convenienza con il metodo del direct costing -Il metodo del full costing -Le configurazioni di costo -L'analisi del punto di pareggio -la rappresentazione grafica del BEP -Le modifiche del BEP

Unità apprendimento n. 4 - L'attività dei tour operator		Titolo	
		PRODOTTI TURISTICI A CATALOGO E A DOMANDA	
PERIODO/DURATA Gennaio - febbraio		METODOLOGIA Lezione frontale/dialogata Ricerche e apporti personali degli studenti	STRUMENTI Libro di testo Lavagna interattiva Articoli quotidiani e riviste Supporti informatici (es. video, podcast, applicativi vari) Google Classroom



Istituto Tecnico Commerciale e Turistico Statale

Vittorio Emanuele II di Bergamo

**Programmazione di Dipartimento
Triennio**



				Google Drive
Competenze		Abilità	Conoscenze	
Disciplina				
riferimento	concorrente			
T5	T1	-Elaborare prodotti turistici, anche a carattere tematico, e il relativo prezzo con riferimento al territorio ed alle sue caratteristiche.	-I tour operator: definizione e attività. -L'ideazione di un pacchetto turistico a catalogo. -Lo sviluppo di un pacchetto turistico a catalogo. -I principali contratti di un tour operator	

Unità apprendimento n. 5 - Il prezzo di un pacchetto turistico		Titolo		
		PRODOTTI TURISTICI A CATALOGO E A DOMANDA		
PERIODO/DURATA Febbraio - marzo		METODOLOGIA Lezione frontale/dialogata Esercitazioni in classe Problem solving Analisi di casi	STRUMENTI Libro di testo Lavagna interattiva Applicativi software quali power point, excel, ecc. Google Classroom Google Drive	
Competenze		Abilità	Conoscenze	
Disciplina				
riferimento	concorrente			
T5	T1	-Elaborare prodotti turistici, anche a carattere tematico, e il relativo prezzo con riferimento al territorio ed alle sue caratteristiche.	-Il metodo del full costing. -Il metodo del BEP	

Unità apprendimento n. 6 - Il marketing e la vendita di pacchetti turistici e il business travel		Titolo		
		PRODOTTI TURISTICI A CATALOGO E A DOMANDA		
PERIODO/DURATA Marzo		METODOLOGIA Lezione frontale/dialogata Ricerche e apporti personali degli studenti Problem solving	STRUMENTI Libro di testo Lavagna interattiva Articoli quotidiani e riviste Supporti informatici (es. video, podcast, applicativi vari) Google Classroom Google Drive	
Competenze		Abilità	Conoscenze	
Disciplina				
riferimento	concorrente			
T5	T1	-Interpretare le informazioni contenute nei cataloghi. -Utilizzare le tecniche e gli strumenti per la	-Il catalogo come strumento di promo-commercializzazione -Le strategie di vendita -La gestione del viaggio e il controllo	

	Istituto Tecnico Commerciale e Turistico Statale Vittorio Emanuele II di Bergamo	
	Programmazione di Dipartimento Triennio	

		programmazione, l'organizzazione, la gestione di eventi.	-Il business travel: i viaggi di lavoro in senso stretto; i viaggi MICE. -Il travel manager -L'evento congressuale: fasi organizzative, costi di partecipazione.
--	--	--	--

Unità apprendimento n. 7 – La pianificazione strategica, piani aziendale e business plan	Titolo		
	PIANIFICAZIONE, PROGRAMMAZIONE E CONTROLLO NELLE IMPRESE TURISTICHE		
PERIODO/DURATA Aprile	METODOLOGIA Lezione frontale/dialogata Esercitazioni in classe Problem solving Analisi di casi	STRUMENTI Libro di testo Lavagna interattiva Materiale fornito dal docente Google Classroom Google drive	
Competenze		Abilità	Conoscenze
Disciplina			
riferimento	concorrente		
T8 T10 S10		-Individuare la mission, la visione, la strategia e la pianificazione di casi aziendali dati. -Conoscere la struttura di un business plan.	-Il sistema di pianificazione, programmazione e controllo -L'analisi dell'ambiente esterno e dell'ambiente interno -I piani aziendali -Finalità, struttura e contenuto del business plan

Unità apprendimento n. 8 – Il budget e l'analisi degli scostamenti	Titolo		
	PIANIFICAZIONE, PROGRAMMAZIONE E CONTROLLO NELLE IMPRESE TURISTICHE		
PERIODO/DURATA Aprile	METODOLOGIA Lezione frontale/dialogata Esercitazioni in classe Problem solving	STRUMENTI Libro di testo Lavagna interattiva Applicativi software quali power point, excel, ecc. Google Classroom Google Drive	
Competenze		Abilità	Conoscenze
Disciplina			
riferimento	concorrente		
T8 T10 S10		-Predisporre semplici budget operativi. -Effettuare l'analisi degli scostamenti dei costi variabili e dei ricavi.	-Il budget e le sue funzioni -I budget operativi -Il budget aziendale -L'analisi degli scostamenti dei costi variabili (scostamento globale, di volume, di efficienza e di prezzo) e dei ricavi



Unità apprendimento n. 9		Titolo	
		MARKETING TERRITORIALE	
PERIODO/DURATA Maggio - giugno		METODOLOGIA Lezione frontale/dialogata Ricerche e apporti personali degli studenti Esercitazioni in classe	STRUMENTI Libro di testo Lavagna interattiva Articoli quotidiani e riviste Supporti informatici (es. video, podcast, applicativi vari) Google Classroom Google Drive
Competenze		Abilità	Conoscenze
Disciplina			
riferimento	concorrente		
T11		<ul style="list-style-type: none"> -Utilizzare strategie di marketing per la promozione del prodotto e dell'immagine turistica del territorio in Italia e all'Estero. -Utilizzare gli strumenti multimediali per la promozione dell'immagine turistica del territorio e la commercializzazione del servizio turistico. -Contribuire a realizzare i piani di marketing con riferimento a specifiche tipologie di prodotto. 	<ul style="list-style-type: none"> -Il prodotto destinazione ed il marketing territoriale: la destinazione turistica e il prodotto destinazione; le fasi del ciclo di vita di una destinazione turistica; gli effetti positivi e negativi del turismo sul tessuto socio-culturale e sull'ambiente; il turismo sostenibile; il marketing territoriale; il sistema locale di offerta turistica. -I fattori di attrazione di una destinazione turistica: le risorse turistiche e loro classificazione; altri fattori di attrattività di una destinazione turistica; i modelli dell'offerta di una destinazione turistica; l'analisi dell'offerta turistica di una destinazione (gli indicatori di ricettività); l'analisi SWOT (i punti di forza e di debolezza di un territorio; l'analisi delle opportunità e delle minacce). -Gli strumenti di comunicazione e di promozione di una destinazione turistica. -Il piano di marketing di una destinazione turistica.

EDUCAZIONE CIVICA

Vedasi scheda allegata con gli argomenti che verranno svolti distintamente per classi.

5. METODOLOGIA

Si descrivono brevemente le metodologie utilizzate nello svolgimento delle Unità di Apprendimento riassunte nella tabella successiva.

X	Lezione frontale	X	Learning by doing
---	------------------	---	-------------------

	Istituto Tecnico Commerciale e Turistico Statale Vittorio Emanuele II di Bergamo	
	Programmazione di Dipartimento Triennio	

X	Lezione interattiva	X	Problem Solving
X	Lezione multimediale <i>(utilizzo lavagna interattiva, classroom, google drive, podcast, video ecc.)</i>		Attività di laboratorio <i>(esperienza individuale o di gruppo)</i>
X	Lezione / applicazione	X	Esercitazioni pratiche
X	Letture e analisi diretta dei testi	X	Altro: Contributi personali degli studenti <i>(esperienze, ricerche, ecc.)</i>

6. MATERIALI E STRUMENTI

	Testo/i in adozione classi terze	Volumi
Autori:	Campagna – Loconsole	1
Titolo:	DTA – Scelta turismo up	
Edizioni:	Tramontana	
	Testo/i in adozione classi quarte	Volumi
Autori:	Campagna – Loconsole	2
Titolo:	DTA – Scelta turismo up	
Edizioni:	Tramontana	
	Testo/i in adozione classi quinte	Volumi
Autori:	Campagna – Loconsole	3
Titolo:	DTA – Scelta turismo up	
Edizioni:	Tramontana	

7. VERIFICHE

Si riassumono per numero e tipologia le verifiche per ogni periodo didattico.

TIPOLOGIA	NUMERO	
	1° PERIODO	2° PERIODO
Prove Orali/Test/scritte	3	4
Prove di laboratorio		
Prove Pratiche		
Altro		

TEST D'INGRESSO	NO	SI
Classi terze	X	
Classi quarte	X	
Classi quinte	X	

PROVE PARALLELE	NO	SI	PERIODO DI SVOLGIMENTO
Classi terze	X		
Classi quarte	X		
Classi quinte – simulazione prova d'esame		X	Aprile-maggio

	Istituto Tecnico Commerciale e Turistico Statale Vittorio Emanuele II di Bergamo	
	Programmazione di Dipartimento Triennio	

8. CRITERI DI VALUTAZIONE (GRIGLIA)

Si adottano i criteri stabiliti dal Collegio dei Docenti e pubblicati nel PTOF d'Istituto.

GIUDIZIO SINTETICO	CONOSCENZE	ABIITA'	COMPETENZE	VOTO
ECCELLENTE	Conoscenze estese, chiare, approfondite.	Analisi chiara e approfondita; sintesi adeguata; critica personale.	Esposizione precisa e fluida; lessico ricco e sempre adeguato. Applicazione corretta, adeguata, autonoma anche a casi più complessi con soluzioni originali.	10
OTTIMO	Conoscenze complete, chiare, adeguatamente approfondite.	Analisi e sintesi chiare complete, coerenti, corrette; rielaborazione autonoma.	Esposizione corretta e sicura; lessico adeguato e vario. Applicazione corretta e sicura, adeguata anche a casi più complessi.	9
BUONO	Conoscenze complete e chiare con qualche approfondimento.	Analisi e sintesi chiare e complete.	Esposizione corretta e chiara; lessico sempre adeguato. Applicazione corretta e autonoma.	8 ½ 8
DISCRETO	Conoscenze complete ma poco approfondite.	Analisi e sintesi corrette ma con delle imperfezioni.	Esposizione diligente e corretta; lessico appropriato. Applicazione corretta con una certa autonomia, ma con qualche imperfezione.	7 ½ 7
SUFFICIENTE	Conoscenze essenziali dei contenuti minimi	Analisi corretta. limitata agli aspetti fondamentali. Sintesi elementare.	Esposizione corretta ma elementare; uso dei linguaggi specifici fondamentali. Applicazione schematica delle conoscenze minime ma sostanzialmente corretta.	6 ½ 6
INSUFFICIENTE	Conoscenze superficiali, approssimative e/o mnemoniche	Analisi e sintesi imprecise e condotte in modo incerto.	Esposizione incerta con sporadici errori; uso non sempre adeguato del lessico. Applicazione meccanica con qualche errore.	5
GRAV. INSUFF.	Conoscenze molto generiche, parziali.	Analisi e sintesi parziali con qualche errore.	Esposizione molto impacciata con errori sintattico-grammaticali e lessicali. Applicazione meccanica, imprecisa con parecchi errori.	4 ½ 4
ASSOLUTAMENTE NEGATIVO	Conoscenze scoordinate con lacune.	Analisi e sintesi molto parziali e mancanti di elementi fondamentali.	Esposizione molto scorretta. Lessico molto limitato. Applicazione molto limitata delle conoscenze minime con errori.	3 ½ 3
ASSOLUTAMENTE NEGATIVO	Conoscenze inesatte con gravi lacune.	Analisi lacunosa e scoordinata; non coglie il senso dell'informazione	Esposizione incomprensibile. Applicazione molto limitata delle conoscenze minime con gravi errori.	2
NULLO	Conoscenze assenti.	Incapacità di analisi.	Applicazione inesistente o quasi.	1

9. SOGLIE DI VALIDAZIONE DELLA PROGETTAZIONE

PERCENTUALE ORE DI LEZIONE EFFETTIVAMENTE SVOLTE	80%
PERCENTUALE MINIMA DI SVOLGIMENTO DEL CURRICOLO INDIVIDUALE DI MATERIA	80%
PERCENTUALE DI ALUNNI CON LIVELLO MINIMO DI COMPETENZE	60%

Bergamo, 23 Settembre 2022

Il Coordinatore di Materia
Prof.ssa Rosanna Borsani



Istituto Tecnico Commerciale e Turistico Statale

Vittorio Emanuele II di Bergamo

**Programmazione di Dipartimento
Triennio**



I DOCENTI DEL DIPARTIMENTO

Cognome e nome	Firma
Agazzi Maria Grazia	
Bassi Giulio	
Bernardi Paolo	
Borsani Rosanna	
Bresciani Rosanna	
Callea Carmelo	
Casali Manuela	
Colosimo Vincenza	
Cossu Antonio	
Ferrari Tiziana	
Gregis Giorgio	
Invernizzi Cinzia	
Messina Daniela	
Negrisoni Laura	
Rigano Leonarda	
Togni Roberta	
Trapletti Antonella	