



ISTITUTO STATALE DI ISTRUZIONE SUPERIORE MAGRINI MARCHETTI

Liceo Scientifico Istituto Tecnico settori Economico e Tecnologico

33013 GEMONA DEL FRIULI (UD) via Praviolai, 18 tel. 0432/981436-981632 fax 0432/970373

codice scuola UDIS01800D

codice fiscale 94134560302

www.isismagrinimarchetti.it udis01800d@istruzione.it udis01800d@pec.istruzione.it

DIPARTIMENTO

AREA AZIENDALE

CURRICOLO

Discipline: Discipline Turistiche e Aziendali

Classe prima**Turistico**

Premessa: il primo biennio è comune ai vari indirizzi rispetto al secondo biennio e alla classe quinta che, al contrario, sono articolati in : Amministrazione, Finanza e Marketing, Relazioni Internazionali per il Marketing, Sistemi Informativi Aziendali, Turismo

Disciplina : Economia Aziendale**Modulo 1 : STRUMENTI OPERATIVI****Conoscenze**

Riconoscere i concetti di costo, ricavo e utile; peso lordo peso netto e tara; le proporzioni e le percentuali; grandezze direttamente ed inversamente proporzionali, calcoli sopra cento e sotto cento, le diverse tipologie di riparti.

Abilità

Riconoscere gli elementi e le grandezze del sistema economico e le loro reciproche influenze.

Contenuti

Le grandezze ed i sistemi di misura
Le proporzioni.
Il calcolo percentuale
Problemi sotto cento e sopra cento.
Tecniche di calcolo nella compravendita.
I riparti.
Analisi dei grafici.

Competenze

Individuare e applicare i procedimenti di calcolo più idonei alla soluzione dei problemi economico-aziendali.

Modulo 2 : I FONDAMENTI DELL'ATTIVITA' ECONOMICA – L'AZIENDA**Conoscenze**

L'attività economica e le sue fasi.
I fattori della produzione.
I soggetti dell'attività economica.
Le tipologie di aziende.
Il sistema azienda e i suoi rapporti con l'ambiente.
L'organizzazione aziendale.
Le risorse umane.
I soggetti che operano nell'azienda.
Le funzioni aziendali ed i relativi organi.
La struttura organizzativa e gli organigrammi.
Modelli organizzativi d'impresa

Abilità

Riconoscere i principali settori in cui sono organizzate le attività economiche del proprio territorio.
Individuare i vari fattori produttivi differenziandoli per natura e tipo di remunerazione.

Riconoscere le tipologie di azienda, a struttura elementare e la loro funzione economica.
Riconoscere le varie funzioni aziendali e descriverne le caratteristiche e le correlazioni.
Rappresentare la struttura organizzativa di semplici e diverse tipologie d'impresa.
Riconoscere i modelli organizzativi aziendali.

Contenuti:

I bisogni, l'attività economica, le famiglie e le aziende di consumo, le imprese e le aziende di produzione, gli enti non profit, l'azienda ed i suoi elementi costitutivi, gli organi aziendali, i modelli organizzativi di base.

Competenze: Riconoscere le caratteristiche essenziali del sistema socio-economico per orientarsi nel tessuto produttivo del proprio territorio

Modulo 3 : IL CONTRATTO DI COMPRAVENDITA

Conoscenze

Il contratto di compravendita: fasi e clausole.
L'imposta sul valore aggiunto.
Fatturazione e post fatturazione.

Abilità

Riconoscere i diritti e gli obblighi derivanti dalla conclusione dei contratti.
Collocare l'esperienza personale in un sistema di regole fondato sul reciproco riconoscimento dei diritti garantiti dalla Costituzione, a tutela della persona, della collettività, dell'ambiente.

Contenuti

Aspetti giuridici e tecnici del contratto di compravendita, tempi e luoghi di consegna della merce, gli imballaggi, le clausole di pagamento, le fatture ed i DDT, lo scontrino fiscale e la ricevuta fiscale, l'IVA.

Competenze:

Predisporre le fatture a una o più aliquote calcolando l'IVA e il prezzo finale secondo le diverse clausole contrattuali

Classe seconda

Turistico

Modulo 1 : I CALCOLI FINANZIARI

Conoscenze

Il fabbisogno finanziario e il mercato dei capitali.
L'interesse e il montante.
Lo sconto mercantile, commerciale e il valore attuale commerciale.
La scadenza comune e adeguata

Abilità

Riconoscere le caratteristiche essenziali degli elementi del sistema economico e finanziario per orientarsi nel tessuto produttivo del proprio territorio.

Contenuti

I capitali, il concetto d'interesse, la formula diretta e i problemi inverse del calcolo dell'interesse, il montante, formula diretta e problemi inversi del montante. Il pagamento anticipato di un debito: lo sconto. Formula diretta e problemi inversi dello sconto. Il valore attuale commerciale: formula diretta e problemi inversi. L'unificazione di più capitali: la scadenza comune e la scadenza adeguata.

Competenze:

Distinguere il concetto di capitale in relazione ai fattori che lo influenzano. Essere in grado di distinguere i diversi concetti di capitale in relazione al fattore tempo. Essere in grado di risolvere problemi logico – matematici inerenti il capitale ed il suo incasso/pagamento collegato al fattore tempo.

Modulo 2 : LA GESTIONE E I SUOI RISULTATI

Conoscenze

le diverse fasi della gestione e le interazione dei diversi cicli aziendali.

Abilità

Individuare le strategie appropriate per la soluzione di problemi inerenti la gestione.

Contenuti

La gestione e i suoi aspetti.

I finanziamenti e gli investimenti.

Il patrimonio e il reddito.

Le rilevazioni e gli schemi di bilancio.

Competenze

Distinguere i concetti di ciclo economico, tecnico, monetario e finanziario della gestione.

Essere in grado di correlare i finanziamenti con gli investimenti. Essere in grado di distinguere il concetto di reddito da quello di patrimonio. Essere in grado di rappresentare il bilancio d'esercizio .

Modulo 3 : I DOCUMENTI DI REGOLAMENTO NEGLI SCAMBI COMMERCIALI

Conoscenze

Gli strumenti di regolamento: gli assegni, le ricevute, le carte di credito e di debito.

La cambiale tratta e il pagherò cambiario anche alla luce del R.D. 1669/1933 e R.D. 1736/1933

Abilità

Riconoscere gli elementi distintivi e comuni degli assegni e delle cambiali

Contenuti

Il sistema di pagamento ed il ruolo delle banche.

L'assegno bancario e l'assegno circolare.

Il bonifico, il giroconto bancario e le RI.BA.

Le carte di debito e di credito

La cambiale tratta ed il pagherò cambiario.

Competenze

Redigere e interpretare i documenti di regolamento degli scambi e distinguerne le diverse tipologie. Applicare le tecniche di calcolo nei documenti di regolamento degli scambi.

Dipartimento di Economia Aziendale

Curricolo
del Secondo Biennio e
Monoennio

Classe Terza

Turistico

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; 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.

Discipline turistiche e aziendali

Modulo 1 FENOMENO TURISMO	
Conoscenze <ul style="list-style-type: none"> • Ruolo del turismo nel contesto storico • Mercato turistico • I soggetti pubblici che intervengono nell'attività turistica 	Abilità <ul style="list-style-type: none"> • Riconoscere gli elementi geografici, storici, sociali, economici e ambientali connessi al turismo <ul style="list-style-type: none"> • Riconoscere le tendenze dei mercati e le problematiche di localizzazione di una azienda turistica • Individuare compiti, azioni e piani di intervento dei soggetti pubblici che operano nel settore turistico
Contenuti	Il turismo e le sue classificazioni – il turismo tra passato presente e futuro – l'impatto del turismo sull'economia, sulla società e sull'ambiente
Competenze	<ul style="list-style-type: none"> • Riconoscere gli aspetti caratterizzanti il turismo come fenomeno storico e socio-economico • Riconoscere e interpretare le specificità e le tendenze dei mercati locali, nazionali e globali anche per cogliere le ripercussioni nel contesto turistico <p>I macrofenomeni socio-economici globali in termini generali e specifici dell'impresa turistica</p>

Modulo 2 IMPRESE TURISTICHE	
Conoscenze <ul style="list-style-type: none"> • Specificità e rischi di gestione delle imprese turistiche • Ruoli di responsabilità nelle professioni turistiche 	Abilità <ul style="list-style-type: none"> • Riconoscere i fattori interni ed esterni di rischio delle imprese turistiche • Individuare possibili strategie di attenuazione del rischio • Distinguere le strutture organizzative e riconoscere le problematiche ricorrenti del settore • Identificare ruoli e responsabilità delle

	diverse funzioni aziendali nell'impresa turistica
Contenuti	Domanda e offerta turistica – caratteristiche delle imprese turistiche – organizzazione del lavoro e i collaboratori esterni delle imprese turistiche
Competenze	<ul style="list-style-type: none"> • Interpretare le problematiche gestionali delle aziende turistiche legate alle loro caratteristiche e ai loro rapporti con l'ambiente esterno • Riconoscere le peculiarità organizzative delle imprese turistiche e contribuire a cercare soluzioni funzionali alle diverse tipologie

Modulo 3 IMPRESE RICETTIVE

Conoscenze	Abilità
<ul style="list-style-type: none"> • Gestione dell'impresa turistica • Componenti del prodotto turistico 	<ul style="list-style-type: none"> • Individuare le procedure che caratterizzano la gestione delle aziende turistiche, rappresentandone i processi e i flussi informativi • Riconoscere gli elementi materiali e i servizi che compongono il prodotto turistico
Contenuti	Le imprese ricettive e la loro classificazione – booking -check-in – live-in – check out e ritorno
Competenze	<ul style="list-style-type: none"> • Interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi di gestione e flussi informativi • Individuare ed accedere alla normativa civilistica e fiscale con riferimento particolare a quella del settore turistico

Modulo 4 AGENZIE VIAGGIO

Conoscenze	Abilità
<ul style="list-style-type: none"> • Gestione dell'impresa turistica • Componenti del prodotto turistico 	<ul style="list-style-type: none"> • Individuare le procedure che caratterizzano la gestione delle aziende turistiche, rappresentandone 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
Contenuti	Le agenzie di viaggio e la loro

	classificazione – il voucher – i rapporti con ADV e imprese ricettive, tra ADV e TO, tra ADV intermediarie e turisti, tra ADV e tour organizer e fornitori/ clienti – i registri IVA e liquidazione IVA delle ADV
Competenze	<ul style="list-style-type: none"> • Interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi di gestione e flussi informativi • Individuare ed accedere alla normativa civilistica e fiscale con riferimento particolare a quella del settore turistico

Modulo 5 IMPRESE DI TRASPORTO

Conoscenze	Abilità
<ul style="list-style-type: none"> • Gestione dell'impresa turistica • Componenti del prodotto turistico 	<ul style="list-style-type: none"> • Individuare le procedure che caratterizzano la gestione delle aziende turistiche, rappresentandone 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
Contenuti	Il trasporto ferroviario, aereo, marittimo e su strada
Competenze	<ul style="list-style-type: none"> • Interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi di gestione e flussi informativi

Classe Quarta

Turistico

Disciplina

Discipline turistiche e aziendali

Modulo 1 CONTABILITA' NELLE IMPRESE TURISTICHE

Conoscenze	Abilità
<ul style="list-style-type: none"> • Attività di front office e di back office nelle imprese di viaggio • Rilevazioni tipiche della contabilità delle imprese turistiche 	<ul style="list-style-type: none"> • Individuare le procedure che caratterizzano la gestione delle aziende turistiche • Rappresentare i processi e i flussi informativi delle imprese di viaggio • Individuare la documentazione e le procedure per la progettazione e la realizzazione di un viaggio • Gestire le rilevazioni e saperle

	collocare nei programmi di contabilità integrata
Contenuti	I metodo della partita doppia- l'analisi delle operazioni di gestione – gli acquisti e vendite e loro regolamento – i rapporti con le banche – i collaboratori delle imprese- altre operazioni di gestione
Competenze	<ul style="list-style-type: none"> • Individuare le procedure che caratterizzano la gestione delle aziende turistiche • Rappresentare i processi e i flussi informativi delle imprese di viaggio • Individuare la documentazione e le procedure per la progettazione e la realizzazione di un viaggio <p>Gestire le rilevazioni e saperle collocare nei programmi di contabilità integrata</p>

Modulo 2 BILANCIO D'ESERCIZIO DELLE IMPRESE TURISTICHE

Conoscenze	Abilità
<ul style="list-style-type: none"> • Gestione delle imprese turistiche • Bilancio d'esercizio e documenti collegati • Riclassificazione del bilancio d'esercizio • Indici di bilancio • Fonti di finanziamento 	<ul style="list-style-type: none"> • Dalle scritture di assestamento al bilancio • Leggere e interpretare il bilancio d'esercizio e i documenti collegati • Analizzare le variazioni degli indicatori di bilancio
Contenuti	La gestione delle imprese turistiche – La contabilità generale delle imprese turistiche – le scritture di assestamento - Il bilancio d'esercizio delle imprese turistiche - L'analisi di bilancio delle imprese turistiche – Il finanziamento delle imprese turistiche
Competenze	<ul style="list-style-type: none"> • Gestire il sistema delle rilevazioni aziendali delle imprese turistiche con il supporto di programmi di contabilità integrata specifici per il settore turistico

Modulo 3 IL MARKETING NEL TURISMO E LA COMUNICAZIONE

Conoscenze	Abilità
<ul style="list-style-type: none"> • Definizione e diverse tipologie di marketing • Il marketing nel settore turistico: micro marketing e macromarketing • Le fasi del processo di marketing • Fonti informativi del marketing • Finalità e strumenti del marketing • Il ciclo di vita del prodotto • La comunicazione di marketing nel turismo • Il marketing relazionale • La comunicazione interna ed esterna 	<ul style="list-style-type: none"> • Riconoscere le diverse tipologie di marketing attuate in differenti contesti • Individuare le attività di micro marketing, macromarketing e marketing integrato • Distinguere le fasi del processo di marketing e i loro scopi e aspetti specifici • Utilizzare le differenti fonti informative del marketing • Riconoscere le finalità e gli strumenti del marketing • Individuare le caratteristiche degli

d'impresa	strumenti del marketing • Utilizzare gli strumenti della comunicazione di marketing
Contenuti	Il marketing conoscitivo e strategico – Il marketing operativo – La comunicazione di marketing
Competenze	Analizzare la domanda turistica, individuare gli strumenti di marketing turistico operativo e strategico adeguati alle diverse tipologie di soggetti e di prodotti turistici e ai diversi mercati e utilizzare il sistema delle comunicazioni di marketing anche ai fini della fidelizzazione della clientela

Classe Quinta

Turistico

Disciplina

Discipline turistiche e aziendali

Modulo 1 PRODOTTI TURISTICI A CATALOGO E A DOMANDA

Conoscenze	Abilità
<ul style="list-style-type: none"> • Prodotti turistici a catalogo e a domanda • Il catalogo come strumento di promozione - commercializzazione • La costruzione dei pacchetti turistici • I prezzi dei viaggi organizzati • Gli eventi 	<ul style="list-style-type: none"> • Elaborare prodotti turistici a catalogo e a domanda • Elaborare prodotti turistici a carattere tematico • Definire il prezzo dei prodotti turistici • Interpretare le informazioni contenute nei cataloghi • Programmare, organizzare e gestire eventi
Contenuti	I mercati e i prodotti turistici – I prezzi dei pacchetti turistici – L'organizzazione di viaggi ed eventi
Competenze	<ul style="list-style-type: none"> • Redigere relazioni e documentare le attività individuali e di gruppo relative a situazioni professionali • Riconoscere e interpretare le tendenze dei mercati locali, nazionali e globali per coglierne le ripercussioni nel contesto turistico • Progettare, documentare e presentare servizi, prodotti turistici, eventi

Modulo 2 PIANIFICAZIONE STRATEGICA E CONTROLLO DI GESTIONE

Conoscenze	Abilità
<ul style="list-style-type: none"> • Orientamento strategico di fondo, obiettivi e strategie aziendali • Pianificazione strategica e sue fasi; struttura e funzioni del business plan • Controllo di gestione e relativi strumenti 	<ul style="list-style-type: none"> • Individuare l'orientamento strategico di fondo, la strategia e la pianificazione di un caso aziendale • Elaborare un business plan di un'azienda turistica • Utilizzare gli strumenti del controllo di

(directory costino, filo costino, metodo ABC, il BEA, il budget e l'analisi degli scostamenti)	gestione in un'impresa turistica <ul style="list-style-type: none"> • Elaborare un budget di un'azienda turistica ed effettuare l'analisi degli scostamenti
Contenuti	La strategia aziendale e la pianificazione strategica – Il controllo di gestione – La programmazione, il budget e il controllo budgetario
Competenze	<ul style="list-style-type: none"> • Comprendere le funzioni della pianificazione strategica e del controllo di gestione, le loro caratteristiche, gli strumenti di cui si avvalgono e le loro relazioni • Monitorare i processi produttivi e analizzare i dati per ricavarne indici • Utilizzare le informazioni per migliorare la pianificazione, lo sviluppo e il controllo dell'impresa turistica

Modulo 3 IL MARKETING TERRITORIALE

Conoscenze	Abilità
<ul style="list-style-type: none"> • Strategie di marketing • Marketing territoriale e della destinazione • Piano di marketing aziendale e territoriale • Pianificazione di marketing territoriale e politiche di qualificazione e sviluppo dell'offerta turistica 	<ul style="list-style-type: none"> • Realizzare strategie di marketing per la promozione del prodotto e dell'immagine turistica del territorio • 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 aziendale o territoriale in funzione delle politiche economiche e finanziarie adottate per la governance del settore
Contenuti	Le strategie di marketing – Il marketing territoriale e della destinazione – Il piano di marketing- i fattori di attrazione di una destinazione turistica- i flussi turistici – il piano di marketing territoriale
Competenze	<ul style="list-style-type: none"> • Utilizzare strategie di marketing e contribuire a realizzare piani di marketing con riferimento a specifiche tipologie di imprese o prodotti turistici o a determinati territori • Progettare, documentare e presentare servizi o prodotti turistici, relativi a una specifica azienda o a un territorio • Utilizzare il sistema delle comunicazioni e delle relazioni delle imprese turistiche a fini promozionali e di commercializzazione