ISTITUTO TECNICO ECONOMICO E TECNOLOGICO STATALE
"G. MAGGIOLINI"
Via Spagliardi, 19 - 20015 PARABIAGO (MI)
Cod. Fisc.: 84003910159 - Cod. Mec.: MITD57000B
Tel.: +39 0331 552001 - E-mail: MITD57000B@iistruzione.it - Pec: MITD57000B@pec.istruzione.it

PROGRAMMAZIONE DISCIPLINARE PREVENTIVA DI DISCIPLINE TURISTICHE AZIENDALI A.S. 2026/27

CLASSI 4^TUR

COMPETENZE	ABILITA' ATTESE	CONOSCENZE	TEMPI	METODI	VERIFICHE
- Interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi di gestione e flussi informativi. - Individuare e accedere alla normativa pubblicistica, civilistica, fiscale con particolare riferimento a quella del 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. Riconoscere i ruoli operativi e l'evoluzione delle professioni turistiche	**Le agenzie di viaggio** L'attività delle agenzie di viaggio. Il voucher. I rapporti tra ADV intermediaria e impresa alberghiera I rapporti tra ADV intermediaria e Tour operator. I rapporti tra ADV intermediaria e clienti. I rapporti tra ADV tour organizer e fornitori. I rapporti tra ADV tour organizer e clienti Componenti del prodotto turistico I collaboratori esterni delle imprese turistiche	Settembre Ottobre Novembre	Lezione frontale e interattiva con supporto di presentazioni in power point Esercitazioni in classe Uso lavagna interattiva per una didattica digitale integrata. Cooperative learning Correzione del lavoro svolto a casa Analisi di casi	Verifiche scritte e orali*
- Interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi di gestione e flussi informativi. - Individuare e accedere alla normativa pubblicistica, civilistica, fiscale con particolare riferimento a quella del settore turistico. - gestire il sistema delle rilevazioni aziendali con l'ausilio di programmi di contabilità integrata specifici per le aziende del settore turistico.	Individuare le procedure che caratterizzano la gestione delle aziende turistiche, rappresentarne i processi e i flussi informativi. Gestire le rilevazioni elementari e saperle collocare nei programmi di contabilità integrata.	**La contabilità delle agenzie di viaggio** La contabilità IVA delle agenzie di viaggio Le scritture di gestione e le scritture di assestamento delle ADV	Dicembre Gennaio		
- Interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi di gestione e flussi informativi. - Individuare e accedere alla normativa pubblicistica, civilistica, fiscale con particolare riferimento a quella del settore turistico.	Leggere e interpretare il Bilancio di esercizio di un'impresa turistica e i documenti collegati	**Il bilancio delle imprese turistiche** Funzione e documenti del bilancio d'esercizio Il bilancio d'esercizio delle micro-imprese L'analisi di bilancio per indici. La riclassificazione dello Stato patrimoniale e del Conto economico Gli indici dell'analisi patrimoniale, finanziaria ed	Febbraio Marzo		

		economica			
- Contribuire a realizzare piani di marketing con riferimento a specifiche tipologie di imprese o prodotti turistici. - utilizzare il sistema delle comunicazioni e delle relazioni delle imprese turistiche	Utilizzare codici e tecniche della comunicazione aziendale funzionali ai contesti. Analizzare la domanda turistica ed individuare i potenziali target di clienti. Riconoscere le strategie di marketing Individuare le leve di marketing mix e i loro effetti sulla politica d'impresa. Analizzare il prodotto e il suo ciclo di vita Individuare forme di promozione e commercializzazione adeguate ai diversi mercati sulla base delle risorse disponibili. Curare la fidelizzazione della clientela nell'ottica della customer care e customer satisfaction.	**La comunicazione e il marketing** Strumenti di comunicazione interpersonale nei diversi contesti aziendali. Principi e teoria del marketing. Marketing turistico strategico e operativo Tecniche, metodologie e strumenti di marketing. Comunicazione con il cliente.	Aprile Maggio		*****Le tipologie di verifica saranno stabilite da ogni docente in linea con quanto deciso dal Dipartimento di Economia aziendale