

RMTD67500X	Amministrazione, Finanza e Marketing - Sistemi Informativi Aziendali
RMTN8V500Q	Turismo
RMTL08500Q	Costruzioni, Ambiente e Territorio
RMTAPV5005	Agraria, Agroalimentare e Agroindustria
RMTFNG5000	Sistema Moda "Micol Fontana"
RMPSRP5006	Liceo Scientifico Sportivo Internazionale "Mario Grottanelli"

TAVOLA DI PROGRAMMAZIONE ANNO SCOLASTICO 2020/2021

MATERIA:	DTA	CLASSE	5^B
DOCENTE:	Prof.ssa VIOLA TERESA	INDIRIZZO*	TUR

*

Moduli	Conoscenze	Competenze e capacità	Attività didattica	Strumenti	Tipologia verifiche	Tempi (ore)
IL FENOMENO TURISTICO	<ul style="list-style-type: none"> definizione e storia del turismo le forme di turismo Il sistema turistico impatto economico socioculturale ed ambientale 	Riconoscere e interpretare le tendenze dei mercati locali, nazionali e globali anche per coglierne le ripercussioni nel contesto turistico;	lezione frontale e lavori di gruppo	<ul style="list-style-type: none"> Libro di testo Slides Internet appunti LIM 	verifiche scritte ed interrogazioni orali	12
LE IMPRESE DEL SETTORE TURISTICO	<ul style="list-style-type: none"> imprese operanti nel settore turistico caratteristiche delle imprese turistiche 	Individuare le procedure che caratterizzano la gestione delle aziende turistiche, Riconoscere gli elementi materiali e i servizi che compongono il prodotto turistico	lezione frontale e lavori di gruppo	<ul style="list-style-type: none"> Libro di testo Slides Internet appunti LIM 	verifiche scritte ed interrogazioni orali	20

RMTD67500X	Amministrazione, Finanza e Marketing - Sistemi Informativi Aziendali
RMTN8V500Q	Turismo
RMTL08500Q	Costruzioni, Ambiente e Territorio
RMTAPV5005	Agraria, Agroalimentare e Agroindustria
RMTFNG5000	Sistema Moda "Micol Fontana"
RMPSRP5006	Liceo Scientifico Sportivo Internazionale "Mario Grottanelli"

ANALISI E CONTROLLO DEI COSTI NELL'IMPRESA TURISTICA	<ul style="list-style-type: none"> Il metodo del full costing Il metodo del direct costing Il metodo del BEP 	<p>Progettare, documentare e presentare servizi o prodotti turistici</p> <p>Elaborare prodotti turistici, anche a carattere tematico, e il relativo prezzo con riferimento al territorio ed alle sue caratteristiche</p>	lezione frontale e lavori di gruppo	<ul style="list-style-type: none"> Libro di testo Slides Internet appunti LIM 	verifiche scritte ed interrogazioni orali	40
IL MARKETING E LA VENDITA DI PACCHETTI TURISTICI	<ul style="list-style-type: none"> Principi di teoria del Marketing turistico operativo e strategico. Tecniche, metodologie e strumenti di marketing. Comunicazione con il cliente. Il marketing territoriale 	<p>Effettuare una analisi di mercato in relazione alle potenziali leve;</p> <p>Contribuire a realizzare piani di marketing.</p> <p>Utilizzare strumenti di supporto alla programmazione turistica territoriale.</p>	lezione frontale e lavori di gruppo	<ul style="list-style-type: none"> Libro di testo Slides Internet appunti LIM 	verifiche scritte ed interrogazioni orali	40
PIANIFICAZIONE, PROGRAMMAZIONE E CONTROLLO NELLE IMPRESE TURISTICHE	<ul style="list-style-type: none"> La pianificazione strategica Le strategie aziendali Business Plan Budget Analisi degli scostamenti 	<p>Individuare mission, vision, strategia e pianificazione di casi aziendali dati.</p> <p>Elaborare business plan</p> <p>Rielaborare il piano aziendale a seguito del confronto con esperti di settore</p>	lezione frontale e lavori di gruppo	<ul style="list-style-type: none"> Libro di testo Slides Internet appunti LIM 	verifiche scritte ed interrogazioni orali	20