

SECONDO BIENNIO

ESITI DI APPRENDIMENTO	NUCLEI FONDANTI	CONOSCENZE	ABILITA'	COMPETENZE
<ul style="list-style-type: none">- 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;- padroneggiare l'uso di strumenti tecnologici con particolare attenzione alla sicurezza nei luoghi di vita e di lavoro, alla tutela della persona, dell'ambiente e del territorio;- 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.	<ul style="list-style-type: none">- Conoscenza della pianificazione e vendita dei servizi turistici, IVA nei servizi turistici e la conoscenza delle strutture ricettive .- Individuare la documentazione e le procedure per la progettazione e realizzazione di un viaggio- Formulare un itinerario pianificare viaggi da catalogo e viaggi a domanda- Compilare i diversi tipi di voucher e riconoscere gli elementi materiali e i servizi che compongono il prodotto turistico- Effettuare le procedure di vendita dei servizi al lordo e al netto di commissioni- Effettuare la liquidazione iva con il metodo della deduzione da imposta ea imposta e con il metodo della deduzione da base a base- Gestire il sistema di rilevazione aziendale- Redigere il bilancio	<ul style="list-style-type: none">- Ruolo del turismo nel contesto storico sociale ed economico. Mercato turistico.- Specificità e rischi di gestione delle imprese turistiche.- Soggetti pubblici che intervengono nell'attività turistica. Gestione dell'impresa turistica.- Componenti del prodotto turistico.- Ruoli e responsabilità nelle professioni turistiche. Rilevazioni tipiche della contabilità delle imprese turistiche. Bilancio d'esercizio e documenti collegati.- Principi e teoria del marketing.- Marketing turistico operativo e strategico. Tecniche, metodologie e strumenti di marketing- Strumenti di comunicazione interpersonale nei diversi contesti aziendali.- Comunicazione con il cliente.	<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.- Distinguere le strutture organizzative e riconoscere le problematiche significative e ricorrenti del settore.- Riconoscere i fattori che determinano il rischio imprenditoriale ed individuare possibili strategie di attenuazione del rischio.- Individuare compiti, azioni e piani di intervento dei soggetti pubblici che operano nel 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	<ul style="list-style-type: none">- identificare e applicare le metodologie e le tecniche della gestione per progetti- redigere relazioni tecniche e documentare le attività individuali e di gruppo relative a situazioni professionali- individuare e utilizzare gli strumenti di comunicazione e di team working più appropriati per intervenire nei contesti organizzativi e professionali di riferimento- riconoscere ed interpretare: le tendenze dei mercati locali, nazionali e globali anche per coglierne le ripercussioni nel contesto turistico;- i macrofenomeni socio-economici globali in termini generali e specifici dell'impresa turistica- individuare e accedere alla normativa pubblicistica, civilistica, fiscale con particolare riferimento a quella del settore turistico- interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi di gestione e flussi informativi- riconoscere le peculiarità organizzative delle imprese turistiche e contribuire a cercare

	<p>d'esercizio e Conoscere i documenti ad esso collegati</p> <ul style="list-style-type: none"> - La rielaborazione del bilancio e l'analisi per indici - Utilizzare le tecniche e gli strumenti di marketing in differenti contesti 		<p>turistico.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Individuare la documentazione e le procedure per la progettazione e realizzazione di un viaggio. - Identificare i ruoli e le responsabilità delle diverse funzioni aziendali nell'impresa turistica - Gestire le rilevazioni elementari e saperle collocare nei programmi di contabilità integrata. - Leggere e interpretare il bilancio di esercizio di un'impresa turistica e i documenti collegati. - Analizzare la domanda turistica ed 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 adeguate ai diversi mercati sulla base delle risorse disponibili. - Utilizzare strumenti di 	<p>soluzioni funzionali alle diverse tipologie</p> <ul style="list-style-type: none"> - gestire il sistema delle rilevazioni aziendali specifici per le aziende del settore turistico contribuire a realizzare piani di marketing con riferimento a specifiche tipologie di imprese o prodotti turistici. - progettare, documentare e presentare servizi o prodotti turistici. - individuare le caratteristiche del mercato del lavoro e collaborare alla gestione del personale dell'impresa turistica - utilizzare il sistema delle comunicazioni e delle relazioni delle imprese turistiche
--	--	--	--	--

			<p>supporto alla programmazione turistica territoriale.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Utilizzare codici e tecniche della comunicazione aziendale funzionali ai contesti. - Curare la fidelizzazione della clientela nell'ottica della customer care e customer satisfaction. 	
--	--	--	---	--

ULTIMO ANNO

ESITI DI APPRENDIMENTO	NUCLEI FONDANTI	CONOSCENZE	ABILITA'	COMPETENZE
<ul style="list-style-type: none"> - 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; - padroneggiare l'uso di strumenti tecnologici con particolare attenzione alla sicurezza nei luoghi di vita e di lavoro, alla tutela della persona, dell'ambiente e del territorio; - saper interpretare il proprio autonomo ruolo nel lavoro di gruppo; - utilizzare gli strumenti di 	<ul style="list-style-type: none"> - L'analisi e il controllo dei costi nelle imprese turistiche - Prodotti turistici a catalogo e a domanda - Pianificazione programmazione e controllo nelle imprese turistiche - Marketing territoriale e politiche di sviluppo sostenibile 	<ul style="list-style-type: none"> - Le principali tipologie di contabilità per la determinazione dei costi di produzione dei principali servizi turistici - Prodotti turistici: a catalogo e a domanda. - Il catalogo come strumento di promo-commercializzazione. - -- - Tecniche di organizzazione per eventi. - Strategia aziendale e pianificazione strategica. Tecniche di controllo e monitoraggio dei processi. Qualità nelle imprese turistiche. - Struttura e funzioni del 	<ul style="list-style-type: none"> - Elaborare prodotti turistici, anche a carattere tematico, e il relativo prezzo con riferimento al territorio ed alle sue caratteristiche. - Interpretare le informazioni contenute sui cataloghi. - Utilizzare tecniche e strumenti per la programmazione, l'organizzazione, la gestione di eventi e relative attività di sistema. - Individuare mission, vision, strategia e pianificazione di casi aziendali dati. - Monitorare i processi produttivi e analizzare i dati per ricavarne indici. 	<ul style="list-style-type: none"> - Affrontare problemi di scelta in base alle diverse tipologia di - impresa turistica contribuire a realizzare piani di marketing con riferimento a specifiche tipologie di imprese o prodotti turistici. - progettare, documentare e presentare servizi o prodotti turistici. - individuare le caratteristiche del mercato del lavoro e collaborare alla gestione del personale

<p>marketing in differenti casi e contesti;</p> <ul style="list-style-type: none"> - distinguere e valutare i prodotti e i servizi aziendali, effettuando calcoli di convenienza per individuare soluzioni ottimali. 		<p>business plan. Reporting ed analisi degli scostamenti.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Marketing territoriale e politiche di sviluppo sostenibile dell'Ente Pubblico. - Strategie di marketing anche elettronico e customer relationship management. - Struttura del piano di marketing. - Piano di qualificazione e sviluppo dell'offerta. - Tecniche di selezione del personale e curriculum europeo. 	<ul style="list-style-type: none"> - Utilizzare procedure per lo sviluppo e la gestione del sistema di qualità nelle imprese turistiche. - Elaborare business plan. - Utilizzare le informazioni per migliorare la pianificazione, lo sviluppo e il controllo dell'impresa turistica. - Rielaborare il piano aziendale a seguito del confronto con esperti di settore. - Utilizzare strategie di marketing per la promozione del prodotto e dell'immagine turistica del territorio in Italia e all'Estero. - 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 territoriale in funzione delle politiche economiche e finanziarie poste in essere per la governance del settore. 	<p>dell'impresa turistica</p> <ul style="list-style-type: none"> - utilizzare il sistema delle comunicazioni e delle relazioni delle imprese turistiche
---	--	--	--	--