



ISTITUTO DI ISTRUZIONE SUPERIORE “E. Ruffini – D. Aicardi”

Convitto annesso

C.F.: 90051650084 – P.IVA: 00169380086

www.ruffiniaicardi.gov.it

IMIS00400L@istruzione.it – pec: IMIS00400L@pec.istruzione.it

I.P.S.S.A.R. - Via Lungomare 141 – 18018 TAGGIA (IM)

0184/461082 – 0184/461083

I.P.S.A.A. “D.AICARDI” – Strada Maccagnan, 37 – 18038 SANREMO

0184/502326 0184/507285 - istaicardi@tin.it

I.P.S.C. – I.T.T. - S.S.S. – Corso Cavallotti, 92 - 18038 SANREMO

0184/541148



ISTITUTO TECNICO TURISMO

Programmazione quinquennale d'istituto di

ECONOMIA AZIENDALE – DISCIPLINE TURISTICHE AZIENDALI

COMPETENZE di BASE per il PRIMO BIENNIO – ECONOMIA AZIENDALE

- Utilizzare le tecniche e le procedure del calcolo aritmetico ed algebrico, individuare le strategie appropriate per la soluzione di problemi
- Riconoscere le caratteristiche essenziali del sistema socioeconomico per orientarsi nel tessuto produttivo del proprio territorio
- Riconoscere e classificare le aziende secondo la forma giuridica le dimensioni e la localizzazione
- Saper individuare il soggetto giuridico ed il soggetto economico dell'impresa
- Conoscere gli elementi fondamentali del sistema tributario
- Ricercare soluzioni efficaci rispetto a situazioni date, interpretare clausole contrattuali e redigere documenti relativi agli scambi commerciali
- Saper riconoscere la funzione dei diversi strumenti di pagamento nell'ambito del regolamento degli scambi commerciali
- Saper riconoscere le caratteristiche dei titoli di credito cambiari e degli altri strumenti per il regolamento degli scambi commerciali
- Saper riconoscere le operazioni della gestione in contesti concreti

Quadro orario del primo anno di ECONOMIA AZIENDALE: n° 2 ore settimanali

RISULTATI di APPRENDIMENTO

Unità	Conoscenze	Abilità	Obiettivi minimi
STRUMENTI	Il sistema internazionale di unità di misura Rapporti e proporzionalità diretta e inversa Calcoli percentuali, sopra cento e sotto cento Riparti proporzionali	Applicare gli strumenti di calcolo percentuale e di riparto per risolvere problemi economico aziendali	Eseguire equivalenze, impostare e risolvere proporzioni Calcolo percentuale diretto e inverso, riparto semplice diretto
LE AZIENDE	I bisogni e l'attività economica	Conoscere gli elementi costitutivi	Conoscere la funzione economica

	Le famiglie e le aziende di consumo, le imprese e le aziende di produzione I settori dell'attività economica e le diverse imprese Gli enti pubblici e le aziende no-profit Il sistema azienda e le relazioni con i mercati La forma giuridica dell'azienda, i soggetti aziendali	dell'azienda e riconoscere la funzione delle diverse aziende Distinguere i vari tipi di aziende e i diversi soggetti aziendali	delle aziende Classificare le imprese secondo il settore economico in cui operano Conoscere i soggetti aziendali
IL SISTEMA TRIBUTARIO	Classificazione delle spese e delle entrate pubbliche Classificazione delle imposte I caratteri di IRPEF e IRES I caratteri dell'IVA La determinazione della base imponibile IVA Le principali operazioni IVA soggette, esenti, escluse	Saper determinare le principali imposte con applicazione del calcolo percentuale Classificare le operazioni IVA	Calcolo dell'IVA, scorporo dei corrispettivi
LA COMPRAVENDITA	Aspetti giuridici e tecnici della compravendita Tempo e luogo di consegna della merce Le clausole relative alle modalità di pagamento e all'imballaggio I documenti nelle varie fasi del contratto Il DDT La fattura immediata e differita Ricevuta fiscale e scontrino fiscale	Riconoscere le fasi del contratto di vendita, individuare gli elementi essenziali e accessori Calcolare il prezzo di vendita della merce in base a condizioni e clausole contrattuali Conoscere le funzioni e gli elementi della fattura Compilare il DDT Compilare la fattura ad una aliquota IVA Conoscere i caratteri della ricevuta fiscale e dello scontrino fiscale	Interpretare le clausole contrattuali Compilare DDT Compilare fatture immediate e fatture differite ad una aliquota IVA Determinare la base imponibile IVA e il totale fattura in funzione delle varie clausole contrattuali

Quadro orario del secondo anno di ECONOMIA AZIENDALE: n° 2 ore settimanali

RISULTATI di APPRENDIMENTO

Unità	Conoscenze	Abilità	Obiettivi minimi
LA COMPRAVENDITA (approfondimento)	Compilare fatture con più aliquote IVA e particolari condizioni contrattuali Compilare note di variazione	La fattura a più aliquote IVA Le note di variazione	Applicare le clausole contrattuali nella compilazione di semplici fatture
INTERESSE E SCONTO	Il concetto di interesse e le formule dirette e inverse Il montante Il concetto di sconto commerciale e le formule dirette e inverse Il valore attuale commerciale L'unificazione dei rapporti di credito e debito	Applicare i calcoli finanziari a situazioni aziendali Risolvere problemi di interesse semplice e montante, di sconto commerciale e valore attuale commerciale (formule dirette ed inverse) Risolvere problemi di unificazione di capitali	Applicare le formule dirette e inverse di interesse e sconto, di montante e valore attuale commerciale, nella soluzione di semplici problemi
STRUMENTI DI PAGAMENTO E TITOLI DI CREDITO	Il regolamento degli scambi commerciali Il sistema dei pagamenti e il ruolo delle banche L'assegno bancario e quello circolare Il pagamento dell'assegno bancario Il giroconto e il bonifico bancario Le carte di debito e le carte di credito Caratteri delle cambiali, il pagherò e la tratta La girata e l'avallo Il pagamento delle cambiali Il bollo	Conoscere le caratteristiche degli strumenti bancari di regolamento Compilare moduli bancari Compilare moduli per assegni bancari e assegni circolari Compilare moduli per cambiali pagherò e cambiali tratte	Riconoscere i diversi documenti di regolamento negli scambi e saper utilizzare gli stessi nel regolamento delle operazioni commerciali
LA GESTIONE E IL PATRIMONIO	Le operazioni di gestione Fatti interni e fatti esterni di gestione La costituzione dell'azienda, finanziamenti e investimenti Il patrimonio lordo e netto Il reddito di esercizio	Conoscere i caratteri essenziali delle diverse operazioni della gestione aziendale	Saper classificare le operazioni di gestione

COMPETENZE di BASE per il SECONDO BIENNIO – DISCIPLINE TURISTICHE AZIENDALI

- Riconoscere le caratteristiche essenziali del sistema socio-economico per orientarsi nel tessuto produttivo del proprio territorio
- Individuare le strategie appropriate per la soluzione di problemi
- Riconoscere ed interpretare le tendenze dei mercati locali, nazionali e globali per coglierne le ripercussioni nel contesto turistico
- Riconoscere le peculiarità organizzative delle imprese turistiche e contribuire a cercare soluzioni funzionali alle diverse tipologie
- Interpretare i sistemi turistici aziendali nei loro modelli, processi di gestione e flussi informativi
- Contribuire a realizzare piani di marketing con riferimento a specifiche tipologie di imprese o prodotti turistici
- Riconoscere gli strumenti di marketing in differenti casi e contesti
- Utilizzare il sistema delle comunicazioni e delle relazioni delle imprese turistiche
- Individuare ed utilizzare gli strumenti di comunicazione e di team working più appropriati per intervenire nei contesti organizzativi e professionali di riferimento

Quadro orario del terzo anno di DISCIPLINE TURISTICHE AZIENDALI: n° 4 ore settimanali**RISULTATI di APPRENDIMENTO**

Unità	Conoscenze	Abilità	Obiettivi minimi
FENOMENO TURISMO	Il turismo e le sue classificazioni Il turismo tra passato, presente e futuro L'impatto del turismo sull'economia, sulla società e sull'ambiente Le nuove modalità di fruizione del turismo	Conoscere le componenti storiche, sociali e culturali che concorrono allo sviluppo del turismo e alla localizzazione delle attività turistiche Riconoscere le capacità di attrazione turistica di un'area e le potenzialità di sviluppo Individuare compiti, azioni e interventi dei soggetti pubblici che operano nel settore turistico	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
LE IMPRESE TURISTICHE	La domanda turistica e l'offerta turistica Le caratteristiche dell'impresa turistica e l'organizzazione del lavoro nel turismo I collaboratori interni ed esterni nelle imprese turistiche	Conoscere i fattori che determinano il rischio d'impresa e individuare le azioni per poter attenuare il rischio Distinguere le diverse forme organizzative e	Individuare ruoli dei principali soggetti provati e pubblici che operano nel settore turistico Identificare i ruoli e le responsabilità delle diverse figure

	I principali soggetti pubblici che interagiscono con le imprese turistiche	conoscere le criticità significative e ricorrenti nel settore Identificare i ruoli e le responsabilità delle diverse funzioni nell'impresa turistica	professionali nell'ambito delle imprese turistiche Identificare i ruoli delle professioni turistiche esterne
LE IMPRESE RICETTIVE	Imprese ricettive e loro classificazione Il ciclo operativo del cliente: la prenotazione, l'arrivo, il soggiorno, la partenza e il ritorno Le rilevazioni relative al cliente e il conto d'albergo	Individuare le procedure che caratterizzano la gestione delle aziende ricettive e i relativi flussi informativi Riconoscere gli elementi immateriali e materiali che compongono il prodotto turistico	Le procedure che caratterizzano la gestione delle strutture ricettive: il ciclo cliente e le principali operazioni che caratterizzano la gestione La determinazione del prezzo dei principali servizi nella struttura ricettiva
LE IMPRESE DI VIAGGI	Le agenzie di viaggio e la loro classificazione Il voucher e i rapporti tra ADV intermediarie e imprese ricettive I rapporti tra ADV intermediarie e tour operator I rapporti tra ADV intermediarie e turisti I rapporti tra ADV tour organizer e i fornitori I rapporti tra ADV tour organizer e clienti Aspetti dell'IVA nelle ADV	Individuare le procedure che caratterizzano la gestione delle aziende turistiche Riconoscere gli elementi immateriali e materiali che compongono il prodotto turistico Individuare la documentazione e le procedure per la progettazione e la realizzazione di un viaggio	La classificazione e la funzione delle diverse imprese di viaggio Compilare esempi di voucher Le tipologie di rapporto che intercorrono tra le imprese di viaggio, con i fornitori dei servizi e i clienti Calcolare i compensi spettanti alle agenzie di viaggio Determinare il prezzo di un pacchetto turistico e redigere un semplice preventivo
LE IMPRESE DI TRASPORTO	Le imprese di trasporto ferroviario Le imprese di trasporto aereo Il trasporto marittimo, le crociere Il trasporto su strada	Individuare le procedure che riguardano la vendita dei servizi di trasporto e i relativi flussi informativi Conoscere i rapporti tra vettori e imprese turistiche	Saper riconoscere le funzioni delle diverse imprese di trasporto Il ruolo nell'ambito turistico I rapporti con le diverse imprese turistiche e i clienti

Quadro orario del quarto anno di DISCIPLINE TURISTICHE AZIENDALI: n° 4 ore settimanali

RISULTATI di APPRENDIMENTO

Unità	Conoscenze	Abilità	Obiettivi minimi
LA GESTIONE DELL'IMPRESA TURISTICA	La costituzione dell'impresa turistica, aspetti operativi e organizzativi Le forme giuridiche dell'impresa La gestione del personale e l'amministrazione, il CCNL	Comprendere le relazioni tra oggetto e dimensione dell'impresa e le conseguenti scelte organizzative	
LA FUNZIONE FINANZIARIA E LA CONTABILITA' DELLE IMPRESE TURISTICHE	Le fonti di finanziamento interne ed esterne, caratteri e relazioni con gli impieghi I finanziamenti bancari Il private equity Il leasing Il factoring Le rilevazioni tipiche nella contabilità delle imprese turistiche	Comprendere le relazioni tra fonti e impieghi Individuare le forme di finanziamento più opportune e idonee I principi generali della contabilità aziendale, distinguere l'aspetto finanziario da quello economico Conoscere la struttura di un piano dei conti e le regole di movimentazione in base ai fatti di gestione	Effettuare l'analisi delle principali operazioni aziendali negli aspetti finanziario ed economico Riconoscere i contenuti di un piano dei conti e le modalità di funzionamento in relazione alle principali operazioni aziendali
IL BILANCIO D'ESERCIZIO	Le operazioni di fine esercizio per la formazione del bilancio L'ammortamento, le scorte, i ratei e i risconti Il bilancio di esercizio, struttura L'analisi e l'interpretazione del bilancio I principali indicatori e parametri	Individuare le operazioni che rilevano in funzione della competenza economica Interpretare ed applicare in modo corretto i principi di redazione del bilancio Leggere il bilancio di un'impresa turistica, riclassificarlo e interpretare i risultati dell'analisi	Riconoscere la funzione delle principali operazioni di assestamento in base alla competenza economica Conoscere i contenuti dei documenti di bilancio Redigere i prospetti contabili di bilancio in forma abbreviata Riclassificare da un punto di vista finanziario bilanci semplici e calcolare i principali indici

MARKETING DELLE IMPRESE TURISTICHE E COMUNICAZIONE	Principi e teoria del Marketing Il marketing turistico operativo e strategico Tecniche, metodologie e strumenti di marketing Comunicazione con il cliente Strumenti di comunicazione interpersonale nei diversi contesti aziendali La comunicazione con il cliente	Analizzare la domanda turistica e individuare i clienti potenziali target Analizzare i punti di contatto tra macro e micro marketing nel settore turistico Conoscere la programmazione turistica territoriale Individuare forme di promozione e di commercializzazione per i diversi mercati Curare forme di fidelizzazione della clientela nell'ottica della customer care e customer satisfaction Conoscere tecniche della comunicazione aziendale funzionali ai contesti	Conoscere la funzione e l'importanza del marketing nell'ambito della funzione commerciale delle imprese Individuare e riconoscere le funzioni delle diverse strategie di marketing, di prodotto turistico, di prezzo e distributive Conoscere funzione e importanza delle forme della comunicazione
---	--	---	--

COMPETENZE di BASE per il QUINTO ANNO – DISCIPLINE TURISTICHE AZIENDALI

- Individuare e accedere alla normativa pubblicistica, civilistica, fiscale con particolare riferimento a quella del settore turistico
- Redigere relazioni tecniche e documentare le attività individuali e di gruppo relative a situazioni professionali
- Riconoscere le peculiarità organizzative delle imprese turistiche e contribuire a cercare semplici soluzioni funzionali alle diverse tipologie
- Identificare e applicare le metodologie e le tecniche della gestione dei progetti
- Utilizzare gli strumenti di marketing in differenti casi e contesti
- Contribuire a realizzare piani di marketing con riferimento a specifiche tipologie di imprese o prodotti turistici
- Riconoscere ed interpretare le tendenze dei mercati locali, nazionali e globali (anche per coglierne le ripercussioni nel contesto turistico), i macro fenomeni socioeconomici globali in termini generali e specifici dell'impresa turistica
- Progettare, documentare e presentare servizi o prodotti turistici
- Distinguere e valutare i prodotti e i servizi aziendali, effettuando calcoli di convenienza per individuare soluzioni ottimali

Quadro orario del quinto anno di DISCIPLINE TURISTICHE AZIENDALI: n° 4 ore settimanali

RISULTATI di APPRENDIMENTO

Unità	Conoscenze	Abilità	Obiettivi minimi
IL BILANCIO DELLE IMPRESE TURISTICHE	Il bilancio d'esercizio e i documenti collegati La riclassificazione del bilancio e l'analisi patrimoniale, finanziaria ed economica	Leggere e interpretare il bilancio di esercizio di un'impresa turistica Effettuare l'analisi patrimoniale, finanziaria ed economica attraverso i margini e gli indici	Effettuare l'analisi patrimoniale, finanziaria ed economica calcolando margini e indici con riferimento al bilancio in forma abbreviata delle imprese turistiche (ricettive e di viaggio) applicati a semplici casi Redigere semplici report
ANALISI E CONTROLLO DEI COSTI NELLE IMPRESE TURISTICHE	Analisi dei costi Il controllo dei costi: direct costing, full costing, Activity Based Costing (ABC) L'analisi BEP (punto di pareggio) riferita alle imprese turistiche Il sistema di qualità nelle imprese turistiche	Comprendere l'importanza del controllo di gestione Conoscere i caratteri e le finalità del controllo di gestione Effettuare la classificazione dei costi, utilizzare le configurazioni di costo	Conoscere caratteri, funzione e finalità del controllo di gestione Conoscere le classificazioni e le caratteristiche dei diversi tipi di costi Conoscere le strutture delle

		Applicare principi e strumenti del controllo di gestione con particolare riferimento alle imprese turistiche	configurazioni di costo, dei costi diretti e del costo pieno, ed il loro utilizzo nel controllo di gestione Saper effettuare la break-even analysis applicata a semplici casi
PIANIFICAZIONE PROGRAMMAZIONE E CONTROLLO NELLE IMPRESE TURISTICHE	La pianificazione strategica Le strategie aziendali e i piani aziendali La business idea e il business plan, l'analisi SWOT, i preventivi Il budget annuale e la programmazione L'analisi degli scostamenti	Individuare mission, vision, core business, pianificazione e strategia per un caso aziendale Applicare il processo di pianificazione, programmazione e controllo, precisare gli strumenti tipici e analizzare i risultati Elaborare un business plan, un budget settoriale, generale e di prodotto Utilizzare il feed-back delle informazioni per migliorare la pianificazione	Individuare strategie e piani di un semplice caso aziendale Applicare principi e strumenti della programmazione Elaborare un business-plan Redigere un budget effettuando la successiva comparazione dei risultati, con riferimento a semplici casi Redigere e predisporre semplici report differenziati per destinatari e analisi degli scostamenti
MARKETING AZIENDALE TURISTICO E MARKETING TERRITORIALE	L'attività dei tour operator Il prezzo di un pacchetto turistico Il marketing e la vendita dei pacchetti turistici Il business travel Il prodotto/destinazione e il marketing territoriale I fattori di attrazione di una destinazione turistica I flussi turistici Dall'analisi SWOT al posizionamento di una	Elaborare prodotti turistici, anche a carattere tematico, e determinare il prezzo Interpretare le informazioni presenti sui cataloghi Utilizzare tecniche e strumenti per la programmazione, l'organizzazione, la gestione di eventi e relative attività di sistema Conoscere e utilizzare	Elaborare prodotti turistici anche a carattere tematico e determinare il relativo prezzo Utilizzare tecniche per l'organizzazione di eventi Effettuare semplici conteggi relativi alla determinazione del prezzo dei prodotti turistici e conoscere i contenuti dei fogli informativi necessari

	destinazione turistica Il piano di marketing territoriale I sistemi turistici locali	gli strumenti di marketing in diversi casi e contesti- Utilizzare strategie di marketing per la promozione del prodotto/destinazione e dell'immagine turistica del territorio	per la produzione di un pacchetto turistico, di un servizio o di un evento
--	---	---	--

Sanremo, 31/10/2016

il docente

Alberto Cavallucci