

PROGRAMMAZIONE DIDATTICA

Classi Quinte

Tecnico turistico

CONOSCENZE O CONTENUTI	ABILITA'	COMPETENZE
<p>Gestione, bilancio e analisi di bilancio</p> <ul style="list-style-type: none"> - Richiami al bilancio d'esercizio - Lo Stato Patrimoniale riclassificato fonti-impieghi; - Il Conto economico riclassificato a valore aggiunto - I principali indici patrimoniali, finanziari ed economici - Interpretazione dei risultati <p>L'analisi dei costi</p> <ul style="list-style-type: none"> - Richiami al concetto di costo e principali classificazioni: costi di esercizio e pluriennali, costi fissi e variabili, costi specifici (diretti) e costi comuni e generali (indiretti) - Gli oneri figurativi e il profitto d'impresa 	<p>Saper interpretare e calcolare dati derivanti dal bilancio e dalla sua rielaborazione in ottica prospettica; Promuovere strategie e soluzioni alla luce dei risultati ottenuti</p> <p>Comprendere e individuare i vari costi di gestione cercando di migliorare l'efficacia e l'efficienza aziendale e saper prendere decisioni inerenti</p>	<p>Saper apprendere in modo costruttivo la realtà economica attraverso una motivazione allo studio legata alla realtà complessa dei fenomeni, alla loro evoluzione e quindi contestualizzazione. Saper individuare e interpretare i fenomeni economici applicando opportunamente la normativa di settore.</p>

<p>- La graduale formazione del costo: costo primo, costo complessivo e costo economico-tecnico</p> <p>- L'analisi del punto di equilibrio. Determinazione della quantità di equilibrio con formula e rappresentazione grafica del BEP (break even point)</p> <p>- La determinazione del prezzo di vendita col metodo del full costing (costo economico-tecnico + mark-up) e del food costing</p> <p>Il marketing</p> <p>- Definizione di marketing</p> <p>- Micromarketing, macromarketing e marketing territoriale integrato</p> <p>- Il piano di marketing di un'impresa</p> <p>- Le ricerche di mercato: definizione, ricerche quantitative e motivazionali, metodi</p> <p>- Analisi del mercato della domanda, segmentazione della domanda e definizione del target group</p> <p>- Analisi della concorrenza</p> <p>- Analisi della situazione interna con calcolo della quota di mercato potenziale e reale e definizione del posizionamento dell'impresa</p> <p>- L'analisi SWOT</p> <p>- Obiettivi di marketing e ciclo di vita del prodotto</p> <p>- Le quattro P nelle strategie di marketing: <i>product, price, place, promotion</i></p>	<p>saper promuovere l'immagine e la mission dell'impresa;</p> <p>saper utilizzare modelli, matrici e modelli per capire la tendenza del mercato e dell'impresa coinvolta;</p> <p>saper interpretare i dati raccolti dalle varie analisi</p>	
---	---	--

<ul style="list-style-type: none"> - La responsabilità nella Costituzione e i doveri dei cittadini. Gli articoli 52, 53 e 54. - I diritti dei cittadini: diritti civili, sociali ed economici - La nascita della Unione Europea (al momento ancora da svolgere) - Istituzioni della UE: il Parlamento europeo, la Commissione europea e il Consiglio dell'UE 		

OBIETTIVI EQUIPOLLENTI
Conoscere i concetti principali del programma adattati alle capacità dei singoli alunni come da Pei
TESTI, MATERIALI E STRUMENTI ADOTTATI
DTA discipline turistiche aziendali - Cammisa Matriciano - vol. 3
METODOLOGIE
Lezione frontale lezione partecipata
CRITERI DI VALUTAZIONE
Vengono allegate griglie di valutazione
STRUMENTI DI VERIFICA
Verifiche orali . scritte strutturate semi-strutturate
ATTIVITÀ DI RECUPERO
Attività di recupero in itinere ed eventuali corsi di recupero

