

ISTITUTO D'ISTRUZIONE SUPERIORE  
"GIOVANNI GIOLITTI"

I.T. TECNICO PER IL TURISMO  
I.P. SERVIZI PER L'ENOGASTRONOMIA E L'OSPITALITÀ ALBERGHIERA

Via Alassio, 20 - 10126 - TORINO Tel. 0116635203 - 0116963017

COD. MECC.: TOIS04200N C.F.: 80098950019

e-mail: tois04200n@istruzione.it pec: [tois04200n@pec.istruzione.it](mailto:tois04200n@pec.istruzione.it)

[www.istitutogiolitti.edu.it](http://www.istitutogiolitti.edu.it)

**A.S.**

**PIANO di LAVORO del DIPARTIMENTO di Discipline economico aziendali**

Classe ☐ Prima ☐ Seconda

Classe ☐ Terza ☒ Quarta ☐ Quinta

☒ **TECNICO PER IL TURISMO**

### MODULO A – CONTABILITA' DELLE IMPRESE TURISTICHE

Competenze	Conoscenze	Abilità
Interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi di gestione e flussi informativi  Gestire il sistema delle rilevazioni aziendali con l'ausilio di programmi di contabilità integrata specifici per le aziende del settore turistico	Rilevazioni tipiche della contabilità delle imprese turistiche	Gestire le rilevazioni elementari e saperle collocare nei programmi di contabilità integrata

### MODULO B – BILANCIO DELLE IMPRESE TURISTICHE

Competenze	Conoscenze	Abilità
Gestire il sistema delle rilevazioni aziendali con l'ausilio di programmi di contabilità integrata specifici per le aziende del settore turistico  Individuare e accedere alla normativa civilistica e fiscale con particolare riferimento a quella del settore turistico	Bilancio d'esercizio e documenti collegati	Leggere e interpretare il bilancio d'esercizio di un'impresa turistica e i documenti collegati

### MODULO C – MARKETING DELLE IMPRESE TURISTICHE

Competenze	Conoscenze	Abilità
Contribuire a realizzare piani di marketing con riferimento a specifiche tipologie di imprese o prodottituristiche  Utilizzare gli strumenti di marketing in differenti casi e contesti	Principi e teoria del marketing  Marketing turistico operativo e strategico(cenni)  Tecniche, metodologie e strumenti di marketing (cenni)	Analizzare la domanda turistica e individuare i potenziali target di clienti  Individuar e forme di promozione e commercializzazione adeguate ai diversi mercati sulla base delle risorse disponibili

#### Nuclei fondanti

#### Obiettivi minimi

La contabilità aziendale

Distinguere i valori finanziari e i valori economici.  
Analizzare i fatti di gestione nell'aspetto finanziario e nell'aspetto economico.  
Redigere semplici situazioni contabili  
Saper individuare e registrare le principali scritture di assestamento

Il bilancio delle imprese turistiche

Redigere lo Stato patrimoniale e il Conto economico

	del bilancio d'esercizio Saper calcolare gli indicatori di redditività senza la scomposizione del ROI e del ROE, gli indici di composizione patrimoniali e gli indici finanziari (current ratio, quick ratio, autocopertura e copertura immobilizzazioni )
Marketing delle imprese turistiche	Saper descrivere le finalità del marketing e le particolarità del marketing turistico Saper spiegare in cosa consiste il marketing mix , distinguendo le diverse politiche di prodotto, di prezzo, di distribuzione e di comunicazione

## **METODOLOGIA**

Gli studenti saranno informati del piano di lavoro, delle finalità dell'insegnamento e del suo significato all'inizio e durante tutto l'anno scolastico; saranno altresì resi noti i criteri di valutazione.

La metodologia si avvarrà delle seguenti modalità/tecniche di interventi:

Lezione frontale , lezione partecipata, problem solving, lavori di gruppo, flipped classroom, esemplificazioni alla lavagna, svolgimento di esercizi, analisi di situazioni/ casi /documenti aziendali, correzione di esercizi assegnati, lettura di articoli tratti dalla stampa specializzata, invio materiale su piattaforma g suite

## **MATERIALI**

A supporto del lavoro, si utilizzeranno:

Libro di testo, calcolatrice, LIM, articoli tratti da quotidiani e riviste, filmati, documenti aziendali, modulistica (il materiale potrà essere inviato anche attraverso piattaforma g suite)

## **VERIFICHE E CRITERI DI VALUTAZIONE**

La tipologia delle verifiche comprenderà:

Interrogazioni orali correzione e controllo esercitazioni svolte a casa, test/questionari, temi/problemi, prove strutturate e semistrutturate, analisi di casi, esercizi, problem solving

Il numero complessivo delle verifiche (scritte / pratiche / orali) sarà di almeno 2 nel primo trimestre e 3 nel pentamestre.

La valutazione intermedia e finale dell'a.s. terrà conto dei livelli di partenza, delle prestazioni scritte/pratiche/orali degli allievi, dell'osservazione sistematica e continua dei loro comportamenti e progressi, di elaborati e compiti svolti a casa, dei risultati delle loro ricerche individuali e di gruppo, del raggiungimento di competenze (di cittadinanza, dell'area generale e di indirizzo).

Il Dipartimento stabilisce di utilizzare le griglie di valutazione d'Istituto

Torino,

Il Coordinatore di Dipartimento

Prof.