

Repertorio n. 189/2018

Prot n. 6027 del 04/06/2018 (2018-VRLEEIN-0006027)

Argomenti svolti in Discipline turistiche aziendali

Anno scolastico 2017/18

Prof.ssa Maria Rotondale

Classe 3 G sez. Turismo

Testo :” Turismo: prodotti, imprese, professioni 1 “ - Batarra, Sabatini- Tramontana

Ripasso di alcuni strumenti operativi del biennio

L’IVA. La determinazione della base imponibile IVA. La determinazione del totale fattura. Il calcolo sopra cento e lo scorporo IVA.

1)Turismo nel contesto storico e socio-economico

La definizione e lo sviluppo del turismo:Il concetto di turismo. L’evoluzione storica del fenomeno turistico. Il turismo come fenomeno sociale ed economico.

Il mercato turistico: Il turismo come settore economico. La domanda turistica. L’offerta turistica. Il mercato turistico (analisi della concorrenza e tipi di mercati). Esercizi

Il turismo e l’ambiente: I rapporto tra il turismo e l’ambiente. Il ciclo di vita di una località turistica. Il turismo come ricchezza del territorio. L’interdipendenza tra il settore turistico e gli altri settori del territorio. I flussi valutari derivanti dal turismo e la bilancia dei pagamenti. La bilancia turistica.

2)Caratteristiche gestionali delle imprese turistiche

La gestione delle imprese turistiche: I caratteri distintivi delle aziende ricettive. Gli ingenti investimenti iniziali e l’elevata percentuale dei costi fissi. La rigidità dell’offerta. L’immaterialità del prodotto. Il grado di sfruttamento della capacità produttiva. La dipendenza dell’impresa turistica dal contesto. La centralità del fattore lavoro. Esercizi.

I fattori esterni e l’analisi del rischio delle imprese turistiche: I fattori esterni di rischio delle imprese turistiche. L’analisi dei fattori socio-psicologici. Le strategie di analisi del rischio delle imprese turistiche (analisi SWOT)

3)Gestione e prodotti delle aziende ricettive

Le aziende ricettive: Le aziende ricettive. Le tipologie delle strutture ricettive in Italia. La classificazione delle strutture ricettive. La localizzazione delle strutture ricettive. Le dimensioni delle strutture ricettive e le diverse forme di aggregazione. Il contratto di franchising. Il rapporto con il cliente: il contratto d’albergo. Il deposito in albergo. I prezzi dei servizi ricettivi. Il calcolo del prezzo complessivo dei servizi ricettivi. Esercizi.

Il ciclo cliente nelle aziende ricettive: Il ciclo cliente nelle imprese ricettive. La prenotazione. L’arrivo del cliente. Il soggiorno del cliente. La partenza del cliente. La fase post. Esercizi.

Le agenzie di viaggio e il turismo: L’attività delle imprese di viaggi. Le agenzie di viaggio intermediarie. I servizi delle agenzie di viaggio. Le funzioni dei tour operator. Le funzioni dei tour organizer. I rapporti con i fornitori dei servizi. Le tendenze evolutive nel mondo delle imprese di viaggi. Le attività di front office. La fase della prenotazione del viaggio. Le prenotazioni last minute e last second. La fase della vendita dei prodotti turistici. Il contratto di vendita. La costruzione di itinerari. La costruzione di un viaggio a domanda. La disciplina IVA nei TO e nei tour organizer. L’IVA nelle agenzie di viaggio. Art 74 ter del DPR 633/72.

UDA: Fenomeno turistico sul territorio veronese.

Verona, 5 giugno 2018

Docente: prof.ssa Maria Rotondale

Indicazione per il lavoro estivo- DTA. Classe terza

Approfondimento degli argomenti trattati durante l'anno.

In particolare: la documentazione dell'hotel, la documentazione ADV, itinerario, il contratto nell'offerta turistica, la costruzione di un viaggio a domanda, art 74 ter del DPR 633/72 e sua applicazione.

UDA:Turismo sul territorio veronese

UNITA' DI APPRENDIMENTO		
Denominazione	Turismo sul territorio veronese	
Prodotti	<p>Prodotto su opportunità turistiche offerte dal territorio.</p> <p>Brochure a carattere informativo-descrittivo in italiano e lingua inglese.</p> <p>Produzione multimediale (PPT o altro prodotto multimediale, album fotografico con didascalie in italiano e lingua inglese);</p> <p>Compito:</p> <p>Partendo dall'esplorazione del territorio ricavare informazioni sui flussi turistici in ordine al patrimonio storico-culturale, ambientale e gastronomico per produrre offerte turistiche alternative e sostenibili.</p>	
Competenze mirate Comuni/cittadinanza professionali	<p>Comunicare in italiano e nelle lingue straniere</p> <ul style="list-style-type: none">Utilizzare il patrimonio lessicale ed espressivo della lingua italiana secondo le esigenze comunicative nei vari contesti: sociali, culturali, scientifici, economici, tecnologici;utilizzare la lingua inglese per scopi comunicativi e saper produrre testi chiari. <p>Leggere l'immagine del territorio riconoscendone gli aspetti relativi alla specificità del patrimonio culturale individuando strategie per lo sviluppo turistico del territorio anche in forma integrato e sostenibile</p> <p>Professionali</p> <ul style="list-style-type: none">Leggere, riconoscere e interpretare:<ul style="list-style-type: none">le tendenze dei mercati locali, nazionali, globali cogliendone le ripercussioni nel contesto turisticoi macrofenomeni socio-economici globaliLeggere l'immagine del territorio riconoscendone gli aspetti relativi alla specificità del patrimonio culturale individuando strategie per lo sviluppo di un turismo integrato e sostenibile <p>Cittadinanza</p> <ul style="list-style-type: none">Imparare a imparareCompetenze sociali e civicheCompetenze digitali	
	Abilità	Conoscenze
	Comprendere globalmente i messaggi alla tv e alla radio e i filmati su argomenti noti di studio e di lavoro	Strategie di comprensione di testi comunicativi relativamente complessi scritti, orali e multimediali relativi al settore di indirizzo

UNITA' DI APPRENDIMENTO	
Comprendere in modo globale e analitico testi scritti di interesse generale su questioni di attualità o relativi al proprio settore di indirizzo con un certo grado di autonomia	Elementi socio-linguistici e paralinguistici Strategie compensative nell'interazione orale
Scrivere semplici e brevi relazioni, sintesi e commenti coerenti e coesi, su argomenti relativi al proprio settore di indirizzo con un certo grado di autonomia	Strutture morfosintattiche adeguate al contesto d'uso e che consentono coerenza e coesione al discorso Aspetti socio-culturali della lingua
Analizzare il mercato turistico ed individuare le risorse per promuovere e potenziare un'idea di turismo sostenibile Rappresentare, commentare e comunicare efficacemente le informazioni elaborate Utilizzare gli strumenti multimediali e le tecniche di comunicazione più moderne per la promozione dell'immagine turistica del territorio e la commercializzazione del servizio	Principali fonti di informazioni , anche in lingua straniera. Strumenti e modalità di rappresentazione e comunicazione delle informazioni Beni culturali e ambientali dell'ambito territoriale di appartenenza Percorsi ed aree di attrazione turistica a scala locale,
Utenti destinatari	Allievi della classe 3 indirizzo turistico
Prerequisiti	Strutture grammaticali in lingua inglese. Conoscenza del lessico essenziale per la gestione di comunicazioni orali e scritte in contesti formali ed informali. Conoscenza dei codici fondamentali della comunicazione orale, verbale e non verbale. Elementi di base della funzione della lingua. Principi di organizzazione del discorso descrittivo, informativo. Conoscenze basi di statistica. Conoscenza del territorio. Utilizzo di TIC e altri strumenti quali video, foto e software tipo photoshop; strutture del web
Fase di applicazione	Secondo quadrimestre
Tempi	12 ore circa
Metodologia	Lezione attiva, lezioni in laboratorio, problem solving , indagine storico-culturale sul territorio, indagine statistica
Risorse umane	Interne- docenti di: Italiano, Inglese, Discipline turistiche aziendali, Matematica, Geografia
Strumenti	strumenti informatici; territorio, macchina digitale, web.

UNITA' DI APPRENDIMENTO	
Valutazione	<p>L'attività degli studenti viene valutata con una griglia di osservazione relativa a:</p> <p>comportamento durante il lavoro in classe e a casa (puntualità, rispetto delle consegne, raccolta del materiale, rispetto delle regole);</p> <p>Lavoro di gruppo (responsabilità, rispetto dei compiti assegnati, tempi)</p> <p>Si considera inoltre la valutazione intermedia relativa alla qualità delle informazioni raccolte, degli appunti necessari allo sviluppo del prodotto finale;</p> <p>La valutazione finale riguarda i prodotti finali in base alla qualità, la spendibilità e l'efficacia della comunicazione rispetto al target scelto.</p> <p>Inoltre la valutazione finale prevede anche la conoscenza del territorio e del patrimonio artistico culturale inseriti nei loro contesti generali.</p>