

Presentazione sintetica degli indirizzi e delle articolazioni

Gli indirizzi del settore economico fanno riferimento a comparti in costante crescita sul piano occupazionale e interessati a forti innovazioni sul piano tecnologico ed organizzativo, soprattutto in riferimento alle potenzialità delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione (*Information Communication Technologies –ICT*):

- l'indirizzo “**Amministrazione, finanza e marketing**” persegue lo sviluppo di competenze relative alla gestione aziendale nel suo insieme e all'interpretazione dei risultati economici, con le specificità relative alle funzioni in cui si articola il sistema azienda (amministrazione, pianificazione, controllo, finanza, commerciale, sistema informativo, gestioni speciali). Esso presenta due articolazioni specifiche:

- “**Relazioni internazionali per il Marketing**”, per approfondire gli aspetti relativi alla gestione delle relazioni commerciali internazionali riguardanti differenti realtà geo-politiche e settoriali e per assicurare le competenze necessarie a livello culturale, linguistico e tecnico;

- “**Sistemi informativi aziendali**”, per sviluppare competenze relative alla gestione del sistema informativo aziendale, alla valutazione, alla scelta e all'adattamento di software applicativi, alla realizzazione di nuove procedure, con particolare riguardo al sistema di archiviazione, della comunicazione in rete e della sicurezza informatica;

- l'indirizzo “**Turismo**” integra le competenze dell'ambito professionale specifico con quelle linguistiche e informatiche per operare nel sistema informativo dell'azienda e contribuire all'innovazione e al miglioramento dell'impresa turistica. Esso intende promuovere abilità e conoscenze specifiche nel campo dell'analisi dei macrofenomeni economici nazionali ed internazionali, della normativa civilistica e fiscale, dei sistemi aziendali con l'attenzione alla valorizzazione integrata e sostenibile del patrimonio culturale, artistico, artigianale, enogastronomico, paesaggistico ed ambientale. Particolare attenzione è rivolta alla formazione plurilinguistica.

Disciplina: **ECONOMIA AZIENDALE**

Il docente di "Economia aziendale" concorre a far conseguire allo studente, al termine del percorso quinquennale, risultati di apprendimento che lo mettono in grado di: *analizzare la realtà e i fatti concreti della vita quotidiana ed elaborare generalizzazioni che aiutino a spiegare i comportamenti individuali e collettivi in chiave economica; riconoscere la varietà e lo sviluppo storico delle forme economiche, sociali e istituzionali attraverso le categorie di sintesi fornite dall'economia e dal diritto; riconoscere l'interdipendenza tra fenomeni economici, sociali, istituzionali, culturali e la loro dimensione locale/globale; orientarsi nella normativa pubblicistica, civilistica e fiscale; intervenire nei sistemi aziendali con riferimento a previsione, organizzazione, conduzione e controllo di gestione; 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; analizzare i problemi scientifici, etici, giuridici e sociali connessi agli strumenti culturali acquisiti.*

Primo biennio:

Ai fini del raggiungimento dei risultati di apprendimento sopra riportati in esito al percorso quinquennale, nel primo biennio il docente persegue, nella propria azione didattica ed educativa, l'obiettivo prioritario di far acquisire allo studente le competenze di base attese a conclusione dell'obbligo di istruzione, di seguito richiamate:

- **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**
- **collocare l'esperienza personale in un sistema di regole fondato sul reciproco riconoscimento dei diritti garantiti dalla Costituzione, a tutela della persona della collettività e dell'ambiente**

L'articolazione dell'insegnamento di "Economia aziendale" in conoscenze e abilità è di seguito indicata quale orientamento per la progettazione didattica del docente in relazione alle scelte compiute nell'ambito della programmazione collegiale del Consiglio di classe.

Nell'organizzare i percorsi di apprendimento, l'insegnante privilegia la contestualizzazione della disciplina attraverso la simulazione e lo studio di casi reali.

Conoscenze	Abilità
Azienda come sistema.	Riconoscere le modalità con cui l'intrapresa diventa impresa.
Tipologie di aziende e caratteristiche della loro gestione.	Riconoscere le tipologie di azienda e la struttura elementare che le connota.
Elementi del sistema azienda.	Riconoscere la funzione economica delle diverse tipologie di aziende incluse le attività no profit.
Combinazione dei fattori produttivi e loro remunerazione.	Individuare i vari fattori produttivi differenziandoli per natura e tipo di remunerazione.
Quadro generale delle funzioni aziendali .	Riconoscere le varie funzioni aziendali e descriverne le caratteristiche e le correlazioni.
Quadro generale della gestione aziendale, delle rilevazioni e degli schemi di bilancio.	Distinguere le finalità delle rilevazioni aziendali e individuare, nelle linee generali, i risultati prodotti dalla gestione attraverso la lettura degli schemi contabili di bilancio.
Settori in cui si articolano le attività economiche.	Riconoscere i principali settori in cui sono organizzate le attività economiche del proprio territorio.
Processi di localizzazione delle aziende.	
Tipologie di modelli organizzativi.	
Strumenti di rappresentazione e descrizione dell'organizzazione aziendale.	

<p>Documenti della compravendita e loro articolazione.</p> <p>Tecniche di calcolo nei documenti della compravendita.</p> <p>Documenti di regolamento degli scambi e loro tipologie.</p> <p>Tecniche di calcolo nei documenti di regolamento degli scambi.</p>	<p>Individuare le esigenze fondamentali che ispirano le scelte nella localizzazione delle aziende.</p> <p>Rappresentare la struttura organizzativa aziendale esaminando casi relativi a semplici e diverse tipologie di imprese.</p> <p>Riconoscere modelli organizzativi di un dato contesto aziendale.</p>
---	--

Disciplina: **ECONOMIA AZIENDALE**

Il docente di "Economia aziendale" concorre a far conseguire allo studente, al termine del percorso quinquennale, i seguenti risultati di apprendimento relativi al profilo educativo, culturale e professionale: *analizzare la realtà e i fatti concreti della vita quotidiana ed elaborare generalizzazioni che aiutino a spiegare i comportamenti individuali e collettivi in chiave economica; riconoscere la varietà e lo sviluppo storico delle forme economiche, sociali e istituzionali attraverso le categorie di sintesi fornite dall'economia e dal diritto; riconoscere l'interdipendenza tra fenomeni economici, sociali, istituzionali, culturali e la loro dimensione locale/globale; intervenire nei sistemi aziendali con riferimento a previsione, organizzazione, conduzione e controllo di gestione; 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; intervenire nei sistemi aziendali con riferimento a previsione, organizzazione, conduzione e controllo di gestione; distinguere e valutare i prodotti e i servizi aziendali, effettuando calcoli di convenienza per individuare soluzioni ottimali; agire nel sistema informativo dell'azienda e contribuire sia alla sua innovazione sia al suo adeguamento organizzativo e tecnologico.*

Secondo biennio e quinto anno

I risultati di apprendimento sopra riportati in esito al percorso quinquennale costituiscono il riferimento delle attività didattiche della disciplina nel secondo biennio e quinto anno. La disciplina, nell'ambito della programmazione del Consiglio di classe, concorre in particolare al raggiungimento dei seguenti risultati di apprendimento, relativi all'indirizzo, espressi in termini di competenza:

- **riconoscere e interpretare:**
 - le tendenze dei mercati locali, nazionali e globali anche per coglierne le ripercussioni in un dato contesto;
 - i macrofenomeni economici nazionali e internazionali per connetterli alla specificità di un'azienda;
 - i cambiamenti dei sistemi economici nella dimensione diacronica attraverso il confronto fra epoche storiche e nella dimensione sincronica attraverso il confronto fra aree geografiche e culture diverse
- individuare e accedere alla normativa pubblicistica, civilistica e fiscale con particolare riferimento alle attività aziendali
- interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi e flussi informativi con riferimento alle differenti tipologie di imprese
- riconoscere i diversi modelli organizzativi aziendali, documentare le procedure e ricercare soluzioni efficaci rispetto a situazioni date
- individuare le caratteristiche del mercato del lavoro e collaborare alla gestione delle risorse umane
- gestire il sistema delle rilevazioni aziendali con l'ausilio di programmi di contabilità integrata
- applicare i principi e gli strumenti della programmazione e del controllo di gestione, analizzandone i risultati
- inquadrare l'attività di marketing nel ciclo di vita dell'azienda e realizzare applicazioni con riferimento a specifici contesti e diverse politiche di mercato
- orientarsi nel mercato dei prodotti assicurativo-finanziari, anche per collaborare nella ricerca di soluzioni economicamente vantaggiose
- utilizzare i sistemi informativi aziendali e gli strumenti di comunicazione integrata d'impresa, per realizzare attività comunicative con riferimento a differenti contesti
- analizzare e produrre i documenti relativi alla rendicontazione sociale e ambientale, alla luce dei criteri sulla responsabilità sociale d'impresa
- identificare e applicare le metodologie e le tecniche della gestione per progetti

Nell'organizzare i percorsi di apprendimento il docente contestualizza la disciplina attraverso la simulazione e lo studio di casi reali.

L'articolazione dell'insegnamento di "Economia aziendale" in conoscenze e abilità è di seguito indicata quale orientamento per la progettazione didattica del docente in relazione alle scelte compiute nell'ambito della programmazione collegiale del Consiglio di classe .

Secondo biennio

Conoscenze	Abilità
Strumenti e modalità di rappresentazione e comunicazione dei fenomeni economici	Reperire, rappresentare e commentare dati economici in funzione di specifiche esigenze conoscitive.
Strategie aziendali di localizzazione, delocalizzazione e globalizzazione dell'azienda	Riconoscere le interdipendenze fra sistemi economici e le strategie di localizzazione, delocalizzazione e globalizzazione
Correlazioni, calcolo, analisi relative al fabbisogno finanziario e alle connesse fonti di finanziamento nelle diverse forme giuridiche d'impresa.	Individuare le possibili fonti di finanziamento in relazione alla forma giuridica d'impresa.
Funzione, struttura e contenuto dei preventivi di impianto.	Correlare e comparare finanziamenti e impieghi.
Teoria e principi di organizzazione aziendale.	Produrre e commentare preventivi di impianto
Modelli organizzativi aziendali.	Identificare i processi e le dinamiche organizzative in funzione di strategie aziendali date.
Strumenti di rappresentazione, descrizione e documentazione	

<p>delle procedure e dei flussi informativi.</p> <p>Caratteristiche del mercato del lavoro.</p> <p>Struttura, contenuto e aspetti economici dei contratti di lavoro.</p> <p>Politiche, strategie, amministrazione nella gestione delle risorse umane</p> <p>Tecniche di selezione del personale e curriculum europeo</p> <p>Principi contabili</p> <p>Regole e tecniche di contabilità generale</p> <p>Aspetti finanziari ed economici delle diverse aree della gestione aziendale</p> <p>Normative e tecniche di redazione del sistema di bilancio in relazione alla forma giuridica e alla tipologia di azienda</p> <p>Programmi applicativi di contabilità integrata</p> <p>Principi, teoria e tecniche di marketing</p> <p>Analisi e politiche di mercato</p> <p>Leve di marketing e loro utilizzo nella politica organizzativa e gestionale della rete di vendita</p> <p>Struttura del piano di marketing</p> <p>Soggetti, mercati, prodotti e organi del sistema finanziario</p> <p>Calcoli connessi ai principali contratti finanziari e relativi problemi di scelta</p> <p>Caratteristiche gestionali delle imprese dell'area finanza</p> <p>Aspetti tecnici, economici, giuridici, fiscali e contabili delle operazioni di intermediazione finanziaria bancaria e relativa documentazione</p> <p>Finalità, concetti e tipologie della comunicazione d'impresa</p> <p>Architettura del sistema informativo aziendale</p> <p>Modelli, strumenti e forme di comunicazione aziendale integrata.</p> <p>Principi di responsabilità sociale dell'impresa.</p> <p>Bilancio sociale e ambientale d'impresa</p> <p>Lessico e fraseologia di settore anche in lingua inglese</p>	<p>Rappresentare e documentare procedure e flussi informativi</p> <p>Riconoscere l'assetto strutturale di un'impresa attraverso l'analisi dei suoi organigrammi e funzionigrammi</p> <p>Raffrontare tipologie diverse di rapporti di lavoro e indicare criteri di scelta in relazione ad economicità, efficienza, contesto sociale e territoriale.</p> <p>Calcolare la remunerazione del lavoro in relazione alla tipologia contrattuale e redigere i connessi documenti amministrativi</p> <p>Redigere il curriculum vitae europeo e simulare colloqui di selezione anche in lingua straniera</p> <p>Individuare le fonti e analizzare i contenuti dei principi contabili</p> <p>Redigere la contabilità utilizzando programmi applicativi integrati</p> <p>Individuare e analizzare sotto il profilo strategico, finanziario ed economico le operazioni delle aree gestionali.</p> <p>Redigere e commentare i documenti che compongono il sistema di bilancio.</p> <p>Ricerca e descrivere le caratteristiche di mercati di beni o servizi</p> <p>Costruire strumenti di indagine, raccogliere dati, elaborarli, interpretarli per individuare in un dato contesto il comportamento dei consumatori e delle imprese concorrenti</p> <p>Elaborare piani di marketing in relazione alle politiche di mercato aziendali</p> <p>Riconoscere l'evoluzione delle strategie di marketing</p> <p>Riconoscere soggetti, caratteristiche gestionali e regole dei mercati finanziari regolamentati e non</p> <p>Individuare e descrivere prodotti dei mercati finanziari in relazione al loro diverso impiego</p> <p>Effettuare calcoli relativi alle operazioni finanziarie e bancarie anche per comparare offerte di investimento</p> <p>Riconoscere e analizzare i principali documenti di sintesi della gestione delle banche</p> <p>Utilizzare codici e tecniche di comunicazione funzionali a contesti interni ed esterni all'azienda</p> <p>Riconoscere e rappresentare l'architettura di un sistema informativo aziendale</p> <p>Elaborare piani di comunicazione integrata rivolti ai differenti soggetti interessati</p> <p>Descrivere il ruolo sociale dell'impresa ed esaminare il bilancio sociale e ambientale quale strumento di informazione e comuni</p> <p>Utilizzare lessico e fraseologia di settore anche in lingua inglese</p> <p>cazione verso la comunità.</p>
---	---

Quinto anno

Conoscenze	Abilità
<p>Casi di diversa complessità focalizzati su differenti attività aziendali:</p> <p>A.</p> <p>Analisi di bilancio per indici e per flussi</p>	<p>Interpretare l'andamento della gestione aziendale attraverso</p>

<p>Norme e procedure di revisione e controllo dei bilanci Normativa in materia di imposte sul reddito d'impresa</p> <p>B. Strumenti e processo di pianificazione strategica e di controllo di gestione Business plan</p> <p>C. Politiche di mercato e piani di marketing aziendali</p> <p>D. Prodotti finanziari e loro utilizzo strategico da parte dell'impresa</p> <p>E. Tecniche di reporting realizzate con il supporto informatico</p> <p>F. Rendicontazione ambientale e sociale dell'impresa</p>	<p>l'analisi di bilancio per indici e per flussi e comparare bilanci di aziende diverse</p> <p>Riconoscere gli elementi di positività e criticità espressi nella certificazione di revisione</p> <p>Interpretare la normativa fiscale e predisporre la dichiarazione dei redditi d'impresa</p> <p>Delineare il processo di pianificazione, programmazione e controllo individuandone i tipici strumenti e il loro utilizzo</p> <p>Costruire il sistema di budget; comparare e commentare gli indici ricavati dall'analisi dei dati.</p> <p>Costruire business plan</p> <p>Elaborare piani di marketing in riferimento alle politiche di mercato dell'azienda</p> <p>Effettuare ricerche ed elaborare proposte in relazione a specifiche situazioni finanziarie</p> <p>Predisporre report differenziati in relazione ai casi studiati e ai destinatari, anche in lingua straniera</p> <p>Confrontare bilanci sociali e ambientali commentandone i risultati</p>
---	--

Disciplina: **ECONOMIA AZIENDALE E GEO-POLITICA**

il docente di “Economia aziendale e geo-politica” concorre a far conseguire allo studente, al termine del percorso quinquennale, i seguenti risultati di apprendimento relativi al profilo educativo, culturale e professionale: *analizzare la realtà e i fatti concreti della vita quotidiana ed elaborare generalizzazioni che aiutino a spiegare i comportamenti individuali e collettivi in chiave economica; riconoscere la varietà e lo sviluppo storico delle forme economiche, sociali e istituzionali attraverso le categorie di sintesi fornite dall'economia e dal diritto; riconoscere l'interdipendenza tra fenomeni economici, sociali, istituzionali, culturali e la loro dimensione locale/globale; orientarsi nella normativa pubblicistica, civilistica e fiscale; intervenire nei sistemi aziendali con riferimento a previsione, organizzazione, conduzione e controllo di gestione; 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; analizzare i problemi scientifici, etici, giuridici e sociali connessi agli strumenti culturali acquisiti; agire nel sistema informativo dell'azienda e contribuire sia alla sua innovazione sia al suo adeguamento organizzativo e tecnologico.*

Secondo biennio e quinto anno

I risultati di apprendimento sopra riportati in esito al percorso quinquennale costituiscono il riferimento delle attività didattiche della disciplina nel secondo biennio e quinto anno. La disciplina, nell'ambito della programmazione del Consiglio di classe, concorre in particolare al raggiungimento dei seguenti risultati di apprendimento, relativi all'indirizzo, espressi in termini di competenza.

- **riconoscere e interpretare:**
 - **le tendenze dei mercati locali, nazionali e globali anche per coglierne le ripercussioni in un dato contesto;**
 - **i macrofenomeni economici nazionali e internazionali per connetterli alla specificità di un'azienda;**
 - **i cambiamenti dei sistemi economici nella dimensione diacronica attraverso il confronto fra epoche storiche e nella dimensione sincronica attraverso il confronto fra aree geografiche e culture diverse**
- **interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi e flussi informativi con riferimento alle differenti tipologie di imprese**
- **riconoscere i diversi modelli organizzativi aziendali, documentare le procedure e ricercare soluzioni efficaci rispetto a situazioni date**
- **individuare le caratteristiche del mercato del lavoro e collaborare alla gestione delle risorse umane**
- **gestire il sistema delle rilevazioni aziendali con l'ausilio di programmi di contabilità integrata**
- **applicare i principi e gli strumenti della programmazione e del controllo di gestione, analizzandone i risultati;**
- **inquadrare l'attività di marketing nel ciclo di vita dell'azienda e realizzare applicazioni con riferimento a specifici contesti e diverse politiche di mercato**
- **orientarsi nel mercato dei prodotti assicurativo-finanziari, anche per collaborare nella ricerca di soluzioni economicamente vantaggiose**
- **utilizzare i sistemi informativi aziendali e gli strumenti di comunicazione integrata d'impresa, per realizzare attività comunicative con riferimento a differenti contesti**
- **analizzare e produrre i documenti relativi alla rendicontazione sociale e ambientale, alla luce dei criteri sulla responsabilità sociale d'impresa**
- **utilizzare le reti e gli strumenti informatici nelle attività di studio, ricerca e approfondimento disciplinare;**
- **identificare e applicare le metodologie e le tecniche della gestione per progetti**
- **individuare e utilizzare gli strumenti di comunicazione e di team working più appropriati per intervenire nei contesti organizzativi e professionali di riferimento**

Nell'organizzare i percorsi di apprendimento il docente contestualizza la disciplina attraverso la simulazione e lo studio di casi reali. L'articolazione dell'insegnamento di “Economia aziendale e geo-politica” in conoscenze e abilità è di seguito indicata quale orientamento per la progettazione didattica del docente in relazione alle scelte compiute nell'ambito della programmazione collegiale del Consiglio di classe.

Secondo biennio

Conoscenze	Abilità
<p>Correlazioni, calcolo, analisi relative fabbisogno finanziario e alle connesse fonti di finanziamento nelle diverse forme giuridiche d'impresa.</p> <p>Teoria e principi di organizzazione aziendale</p> <p>Modelli organizzativi nelle tipologie di aziende che operano nei mercati nazionali e internazionali</p> <p>Caratteristiche del mercato del lavoro.</p> <p>Struttura, contenuto e aspetti economici dei contratti di lavoro</p> <p>Politiche, strategie, amministrazione nella gestione delle risorse umane</p>	<p>Individuare le possibili fonti di finanziamento nazionali ed internazionali in relazione alla forma giuridica d'impresa.</p> <p>Correlare e comparare finanziamenti e impieghi.</p> <p>Identificare i diversi processi e le dinamiche organizzative in funzione di strategie aziendali date.</p> <p>Riconoscere l'assetto strutturale di un'impresa attraverso l'analisi dei suoi organigrammi e funzionigrammi</p> <p>Raffrontare tipologie diverse di rapporti di lavoro nazionali e internazionali e indicare criteri di scelta in relazione ad</p>

<p>Tecniche di selezione del personale e curriculum europeo</p> <p>Principi contabili</p> <p>Regole e tecniche di contabilità generale</p> <p>Aspetti economici e finanziari delle diverse aree di gestione aziendale</p> <p>Normative e tecniche di redazione del sistema di bilancio</p> <p>Principi, teoria e tecniche di marketing internazionale</p> <p>Analisi e politiche di mercato nazionale e internazionale</p> <p>Leve di marketing</p> <p>Struttura del piano di marketing</p> <p>Norme, documentazione e aziende ed enti a supporto degli importatori e degli esportatori nel commercio interno ed estero</p> <p>Analisi dei rischi e criteri di copertura delle operazioni commerciali nazionale e internazionali</p> <p>Aspetti tecnici, economici, giuridici e contabili dei Regolamenti internazionali:</p> <p>Finalità, concetti e tipologie della comunicazione d'impresa</p> <p>Architettura del sistema informativo aziendale</p> <p>Modelli, strumenti e forme di comunicazione aziendale integrata</p> <p>Lessico e fraseologia specifici di settore, anche in lingua inglese</p>	<p>economicità, efficienza, contesto sociale e territoriale</p> <p>Calcolare la remunerazione del lavoro in relazione alla tipologia contrattuale e redigere i connessi documenti amministrativi.</p> <p>Redigere il curriculum vitae europeo e simulare colloqui di selezione anche in lingua straniera</p> <p>Individuare le fonti e analizzare i contenuti dei principi contabili</p> <p>Redigere la contabilità utilizzando programmi applicativi integrati</p> <p>Individuare e analizzare sotto il profilo strategico, finanziario ed economico le operazioni delle Aree Gestionali</p> <p>Redigere e commentare i documenti che compongono il sistema di bilancio.</p> <p>Ricerca e descrivere le caratteristiche di mercati di beni o servizi</p> <p>Costruire strumenti di indagine, raccogliere dati, elaborarli. Interpretarli per individuare in un dato contesto il comportamento dei consumatori e delle imprese concorrenti</p> <p>Riconoscere l'evoluzione delle strategie di marketing</p> <p>Elaborare piani di marketing in relazione alle politiche di mercato nazionale e internazionale</p> <p>Riconoscere e analizzare i diversi elementi che caratterizzano gli scambi interni ed internazionali, i principali documenti commerciali e bancari in ambito nazionale e internazionale.</p> <p>Riconoscere gli strumenti e la copertura dei rischi derivanti dall'operatività internazionale</p> <p>Riconoscere il ruolo delle aziende di servizi e degli enti a supporto degli importatori e degli esportatori</p> <p>Effettuare calcoli relativi alle operazioni commerciali, finanziarie e bancarie per comparare scelte di convenienza economica.</p> <p>Utilizzare codici e tecniche della comunicazione funzionali a contesti interni ed esterni all'azienda</p> <p>Riconoscere e rappresentare l'architettura di un sistema informativo aziendale</p> <p>Elaborare piani di comunicazione integrata rivolti ai differenti soggetti interessati</p> <p>Utilizzare lessico e fraseologia specifici di settore, anche in lingua inglese</p>
---	--

Quinto anno

Conoscenze	Abilità
<p>Casi aziendali di diversa complessità, focalizzati su:</p> <p>A. Analisi di bilancio per indici e per flussi</p> <p>B.</p> <ul style="list-style-type: none">• Dalla pianificazione strategica al controllo Strumenti e processo di pianificazione strategica e di controllo di gestione• Business plan di imprese che operano nel mercato interno ed estero <p>C.</p> <ul style="list-style-type: none">• Operazioni di import e di export <p>D.</p> <ul style="list-style-type: none">• Politiche di mercato e piani di marketing nazionali e internazionali• Ruolo delle imprese multinazionali nei flussi commerciali tra paesi <p>F. Tecniche di reporting realizzate con il supporto informatico</p>	<p>Interpretare la realtà aziendale attraverso l'analisi di bilancio per indici e per flussi e comparare bilanci di aziende diverse</p> <p>Delineare il processo di pianificazione, programmazione e controllo individuandone i tipici strumenti e il loro utilizzo specie in imprese che operano anche nei mercati internazionali</p> <p>Costruire il sistema di budget; comparare e commentare gli indici ricavati dall'analisi dei dati.</p> <p>Costruire un business plan</p> <p>Effettuare ricerche ed elaborare proposte in relazione a specifiche situazioni finanziarie</p> <p>Elaborare piani di marketing in riferimento alle politiche di mercato negli scambi con l'estero</p> <p>Predisporre report differenziati in relazione ai casi studiati e ai destinatari, anche in lingua straniera.</p>

Disciplina: **DISCIPLINE TURISTICHE E AZIENDALI**

La disciplina "Discipline turistiche e aziendali" concorre a far conseguire allo studente al termine del percorso quinquennale i seguenti risultati di apprendimento relativi al profilo educativo, culturale e professionale: *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.*

Secondo biennio e quinto anno

I risultati di apprendimento sopra riportati in esito al percorso quinquennale costituiscono il riferimento delle attività didattiche della disciplina nel secondo biennio e quinto anno. La disciplina, nell'ambito della programmazione del Consiglio di classe, concorre in particolare al raggiungimento dei seguenti risultati di apprendimento, relativi all'indirizzo, espressi in termini di competenza:

- **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 soluzioni funzionali alle diverse tipologie**
- **gestire il sistema delle rilevazioni aziendali con l'ausilio di programmi di contabilità integrata 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**

L'articolazione dell'insegnamento di "Discipline turistiche ed aziendali" in conoscenze ed abilità è di seguito indicata quale orientamento per la progettazione didattica del docente in relazione alle scelte compiute nell'ambito della programmazione collegiale del Consiglio di classe.

Secondo biennio

Conoscenze	Abilità
Ruolo del turismo nel contesto storico sociale ed economico.	Riconoscere le componenti storiche, sociali e culturali che concorrono allo sviluppo integrato del turismo.
Mercato turistico.	Riconoscere le tendenze dei mercati e le problematiche di localizzazione di un'azienda turistica.
Specificità e rischi di gestione delle imprese turistiche.	Distinguere le strutture organizzative e riconoscere le problematiche significative e ricorrenti del settore.
Soggetti pubblici che intervengono nell'attività turistica.	Riconoscere i fattori che determinano il rischio imprenditoriale ed individuare possibili strategie di attenuazione del rischio.
Gestione dell'impresa turistica.	Individuare compiti, azioni e piani di intervento dei soggetti pubblici che operano nel settore turistico.
Componenti del prodotto turistico.	
Ruoli e responsabilità nelle professioni turistiche.	
Rilevazioni tipiche della contabilità delle imprese turistiche.	
Bilancio d'esercizio e documenti collegati.	

<p>Principi e teoria del marketing.</p> <p>Marketing turistico operativo e strategico.</p> <p>Tecniche, metodologie e strumenti di marketing.</p> <p>Strumenti di comunicazione interpersonale nei diversi contesti aziendali.</p> <p>Comunicazione con il cliente.</p>	<p>Individuare le procedure che caratterizzano la gestione delle aziende turistiche, rappresentarne i processi e i flussi informativi.</p> <p>Riconoscere gli elementi materiali e i servizi che compongono il prodotto turistico.</p> <p>Individuare la documentazione e le procedure per la progettazione e realizzazione di un viaggio.</p> <p>Identificare i ruoli e le responsabilità delle diverse funzioni aziendali nell'impresa turistica</p> <p>Gestire le rilevazioni elementari e saperle collocare nei programmi di contabilità integrata.</p> <p>Leggere e interpretare il bilancio di esercizio di un'impresa turistica e i documenti collegati.</p> <p>Analizzare la domanda turistica ed individuare i potenziali target di clienti.</p> <p>Analizzare i punti di contatto tra macro e micro marketing nel settore turistico.</p> <p>Individuare forme di promozione e commercializzazione adeguate ai diversi mercati sulla base delle risorse disponibili.</p> <p>Utilizzare strumenti di supporto alla programmazione turistica territoriale.</p> <p>Utilizzare codici e tecniche della comunicazione aziendale funzionali ai contesti.</p> <p>Curare la fidelizzazione della clientela nell'ottica della customer care e customer satisfaction.</p>
---	--

Quinto anno

Conoscenze	Abilità
<p>Prodotti turistici: a catalogo e a domanda.</p> <p>Il catalogo come strumento di promo-commercializzazione.</p> <p>Tecniche di organizzazione per eventi.</p> <p>Strategia aziendale e pianificazione strategica.</p> <p>Tecniche di controllo e monitoraggio dei processi.</p> <p>Qualità nelle imprese turistiche.</p> <p>Struttura e funzioni del business plan.</p> <p>Reporting ed analisi degli scostamenti.</p> <p>Marketing territoriale e politiche di sviluppo sostenibile dell'Ente Pubblico.</p> <p>Strategie di marketing anche elettronico e customer relationship management.</p> <p>Struttura del piano di marketing.</p> <p>Piano di qualificazione e sviluppo dell'offerta.</p> <p>Tecniche di selezione del personale e curriculum europeo.</p>	<p>Elaborare prodotti turistici, anche a carattere tematico, e il relativo prezzo con riferimento al territorio ed alle sue caratteristiche.</p> <p>Interpretare le informazioni contenute sui cataloghi.</p> <p>Utilizzare tecniche e strumenti per la programmazione, l'organizzazione, la gestione di eventi e relative attività di sistema.</p> <p>Individuare mission, vision, strategia e pianificazione di casi aziendali dati.</p> <p>Monitorare i processi produttivi e analizzare i dati per ricavarne indici.</p> <p>Utilizzare procedure per lo sviluppo e la gestione del sistema di qualità nelle imprese turistiche.</p> <p>Elaborare business plan.</p> <p>Utilizzare le informazioni per migliorare la pianificazione, lo sviluppo e il controllo dell'impresa turistica.</p> <p>Rielaborare il piano aziendale a seguito del confronto con esperti di settore.</p> <p>Utilizzare strategie di marketing per la promozione del prodotto e</p>

	<p>dell'immagine turistica del territorio in Italia e all'Estero.</p> <p>Utilizzare strumenti multimediali e nuove tecniche di comunicazione per la promozione dell'immagine turistica del territorio e la commercializzazione del servizio.</p> <p>Elaborare un piano di marketing territoriale in funzione delle politiche economiche e finanziarie poste in essere per la governance del settore.</p> <p>Redigere il curriculum vitae europeo e simulare test e colloqui di selezione, anche in lingua straniera.</p> <p>Realizzare casi aziendali in collaborazione con il territorio.</p>
--	--