



G.A.GIOBERT
www.giobert.edu.it

ISTITUTO SUPERIORE «G.A. GIOBERT»

Codice Ministero ATIS00600P

e-mail : segreteria@giobert.it, atis00600p@istruzione.it

e-mail PEC : atis00600p@pec.istruzione.it

Settore economico
PERITO in AFM
AFM
Relazioni Internazionali per il Marketing
Sistemi Informativi per l'Azienda
PERITO TURISTICO

Settore tecnologico
Perito in COSTRUZIONI AMBIENTE e TERRITORIO
Perito in LOGISTICA

CURRICOLO D'ISTITUTO a.s. 2021/22

Redatto dal Gruppo Disciplinare in sede di programmazione annuale

composizione del GRUPPO DISCIPLINARE: Prof. GIACCONE Massimo, PALMESINO Francesco

DISCIPLINA discipline turistiche aziendali || GENERALE |X| DI INDIRIZZO

MONOENNIO

QUINTO ANNO

CLASSI AFFERENTI al CURRICOLO COMUNE : 5 A TUR, 5 B TUR

COMPETENZE INDIVIDUATE DAL GRUPPO DISCIPLINARE (da Programmi ministeriali)

- Riconoscere le tendenze dei mercati locali, nazionali e globali per coglierne le ripercussioni nel contesto turistico.
- Documentare e presentare servizi o prodotti turistici, effettuando calcoli di convenienza
- Comprendere le funzioni della pianificazione strategica e del controllo di gestione
- Individuare le componenti di semplici piani di marketing e le tecniche di comunicazione appropriate in differenti casi e contesti

CONOSCENZE (ARGOMENTI SELEZIONATI dal gruppo disciplinare per lo sviluppo di capacità e competenze)	ABILITA' (selezionate dal gruppo disciplinare in relazione ai contenuti connessi ed alle competenze)
Sono indicati in grassetto gli argomenti che costituiscono CURRICOLO ESSENZIALE	Sono indicati in grassetto le abilità che costituiscono CURRICOLO ESSENZIALE
PRIMO QUADRIMESTRE analisi di bilancio per indici. Controllo di gestione; analisi dei costi Qualità nelle imprese turistiche. Prodotti turistici a catalogo e a domanda. La costruzione dei pacchetti turistici. I prezzi dei viaggi organizzati. Gli eventi. Obiettivi e strategie aziendali. Pianificazione strategica.	- calcolare ed interpretare i principali indici di bilancio -Elaborare prodotti turistici a catalogo e a domanda. -Definire il prezzo dei prodotti turistici. -Interpretare le informazioni contenute nei cataloghi. -Individuare gli elementi per organizzare eventi. -Elaborare un semplice business plan. -Utilizzare gli strumenti del controllo di



G.A.GIOBERT
www.giobert.edu.it

ISTITUTO SUPERIORE «G.A. GIOBERT»

Codice Ministero ATIS00600P

e-mail : segreteria@giobert.it, atis00600p@istruzione.it

e-mail PEC : atis00600p@pec.istruzione.it

Settore economico
PERITO in AFM
AFM
Relazioni Internazionali per il Marketing
Sistemi Informativi per l'Azienda
PERITO TURISTICO

Settore tecnologico
Perito in COSTRUZIONI AMBIENTE e TERRITORIO
Perito in LOGISTICA

<p>SECONDO QUADRIMESTRE Il budget e il business plan.</p> <p>Strategie di marketing Marketing territoriale</p> <p>Piani di marketing</p>	<p>gestione</p> <ul style="list-style-type: none"> -Elaborare semplici budget ed effettuare l'analisi degli scostamenti. -Individuare appropriate strategie di marketing e di comunicazione in determinati contesti -Individuare le principali componenti dei piani di marketing
--	---

RIASSUNTO ARGOMENTI E ABILITA' ESSENZIALI PER LA SUFFICIENZA	
<p>PRIMO QUADRIMESTRE analisi di bilancio per indici. Controllo di gestione ; analisi dei costi Qualità nelle imprese turistiche. Prodotti turistici a catalogo e a domanda. La costruzione dei pacchetti turistici. I prezzi dei viaggi organizzati. Gli eventi. Obiettivi e strategie aziendali. Pianificazione strategica.</p> <p>SECONDO QUADRIMESTRE Il budget e il business plan. Strategie di marketing Marketing territoriale Piani di marketing analisi di bilancio per indici.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - calcolare ed interpretare i principali indici di bilancio -Elaborare prodotti turistici a catalogo e a domanda. -Definire il prezzo dei prodotti turistici. -Interpretare le informazioni contenute nei cataloghi. -Individuare gli elementi per organizzare eventi. -Elaborare un semplice business plan. -Utilizzare gli strumenti del controllo di gestione -Elaborare semplici budget -Individuare appropriate strategie di marketing e di comunicazione in determinati contesti -Individuare le principali componenti dei piani di marketing

MODALITA' DI VERIFICA PRIVILEGIATA DAL GRUPPO DISCIPLINARE: VERIFICA SCRITTA.

TIPOLOGIA DI VERIFICA: SOLUZIONE DI PROBLEMI, TEST A RISPOSTA CHIUSA E APERTA, SCRITTURE IN PD, COMPILAZIONE DI MODULISTICA TECNICA , INTERROGAZIONI ORALI , SIMULAZIONI D'ESAME .

MINIMO TRE VOTI PER QUADRIMESTRE.

Data, 06 /10/21

IL REFERENTE DEL GRUPPO DISCIPLINARE
BOSSI Paola