

Curricolo della scuola	Discipline turistiche e aziendali	4° Turistica
-------------------------------	--	---------------------

Competenze al termine del quinto anno

La studentessa, lo studente è in grado di

- rappresentare le figure professionali, i tipi di impresa nel settore del turismo e valutare le peculiarità nel settore locale
- realizzare offerte turistiche per aziende e territori e sviluppare adeguate strategie di marketing
- gestire i cicli dei processi aziendali di un'azienda turistica anche con l'ausilio di strumenti informatici
- esprimersi correttamente nel linguaggio specialistico del settore
- analizzare criticamente testi specialistici e relazioni su temi inerenti il turismo ed esprimere la propria opinione a riguardo

	Abilità	Conoscenze	Argomenti / Contenuti	Indicazioni metodologiche e didattiche – Materiali – Media – Strumenti	Percorsi pluridisciplinari – Riferimenti – Aggiunte personali
	applicare i principi fondamentali della contabilità	principi fondamentali della contabilità	Metodo della Partita Doppia e rilevazioni elementari e sezionali nelle imprese turistiche	Libri di testo Lavoro individuale Lavoro di gruppo Insegnamento frontale Stage Casi aziendali	

	contabilizzare i casi tipici di un'azienda turistica nel sistema della doppia contabilità con un software integrato di gestione alberghiera e aziendale	contabilizzazione di casi tipici nel settore turistico	La contabilità generale delle imprese turistiche	Libri di testo Lavoro individuale Lavoro di gruppo Insegnamento frontale Stage Casi aziendali	
	formulare e interpretare il bilancio annuale d'esercizio di un'azienda turistica	bilancio annuale d'esercizio	Il bilancio d'esercizio, l'analisi di bilancio e il finanziamento delle imprese turistiche	Libri di testo Lavoro individuale Lavoro di gruppo Insegnamento frontale Stage Casi aziendali	
	analizzare la domanda nel settore turistico e definire il target	analisi di mercato	Il marketing conoscitivo e strategico	Libri di testo Lavoro individuale Lavoro di gruppo Insegnamento frontale Stage Casi aziendali	
	sviluppare strategie di mercato e marketing mix in base alle relative situazioni di mercato e alle risorse disponibili	strategie di mercato, marketing mix	Il marketing operativo e la comunicazione di marketing	Libri di testo Lavoro individuale Lavoro di gruppo Insegnamento frontale Stage Casi aziendali	
	utilizzare tecniche di comunicazione interna ed esterna con l'ausilio di sistemi di informazione aziendale,	comunicazione aziendale interna ed esterna, customer relationship management	La comunicazione interna, la comunicazione organizzativa e la comunicazione socio ambientale	Libri di testo Lavoro individuale Lavoro di gruppo Insegnamento frontale Stage Casi aziendali	

	anche ai fini dei rapporti con i clienti				
--	---	--	--	--	--