

STRUMENTO DI LAVORO

PER LA PROGETTAZIONE DELLA SECONDA PROVA SCRITTA DELL'ESAME DI STATO

Il presente strumento di lavoro, da leggersi insieme alla prova di esempio pubblicata con i riferimenti a questo documento, è stato utilizzato nell'anno scolastico 2015/2016 per la progettazione della seconda prova scritta dell'Esame di stato del II ciclo per la disciplina "Discipline Turistiche e Aziendali" (Indirizzo "Turismo" del Settore "Economico" dell'Istruzione Tecnica).

Le competenze in esito al percorso, come pure le conoscenze e le abilità per la classe quinta sotto riportate sono quelle previste dalle Linee Guida degli attuali ordinamenti (DPR 15/03/2010 n.88) dell'Istruzione Tecnica.

La codifica utilizzata (**CPn** per le competenze, **CO**n per le conoscenze, **AB**n per le abilità, dove **n** è un numero progressivo per la identificazione univoca) è stata predisposta al fine di facilitare la progettazione e la visione del quadro generale delle competenze, conoscenze e abilità coinvolte di cui si vuol verificare il conseguimento con la prova di esame.

Tale codifica, con gli opportuni adattamenti, può essere utilizzata per qualsiasi settore, indirizzo ed articolazione dell'Istruzione tecnica e professionale.

B2 – Indirizzo "Turismo"

L'indirizzo "Turismo" ha lo scopo di far acquisire allo studente, a conclusione del percorso quinquennale, le competenze relative all'ambito turistico, oggi essenziale per la competitività del sistema economico e produttivo del Paese e connotato dall'esigenza di dare valorizzazione integrata e sostenibile al patrimonio culturale, artistico, artigianale, enogastronomico, paesaggistico.

[...]

Per sviluppare simili competenze occorre, pertanto, favorire apprendimenti metacognitivi mediante il ricorso a metodologie esperienziali e la pratica di attività in grado di:

- sviluppare capacità diffuse di *vision*, motivate dalla necessità di promuovere continue innovazioni di processo e di prodotto;
- promuovere competenze legate alla dimensione relazionale intesa sia negli aspetti di tecnicità (dalla pratica delle lingue straniere, all'utilizzo delle nuove tecnologie), sia negli aspetti attitudinali (attitudine alla relazione, all'informazione, al servizio);
- stimolare sensibilità e interesse per l'intercultura, intesa sia come capacità di relazionarsi efficacemente a soggetti provenienti da culture diverse, sia come capacità di comunicare ad essi gli elementi più rilevanti della cultura di appartenenza.

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.

Disciplina: DISCIPLINE TURISTICHE e AZIENDALI**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:

- CP1. identificare e applicare le metodologie e le tecniche della gestione per progetti
 CP2. redigere relazioni tecniche e documentare le attività individuali e di gruppo relative a situazioni professionali
 CP3. individuare e utilizzare gli strumenti di comunicazione e di team working più appropriati per intervenire nei contesti organizzativi e professionali di riferimento
 CP4. 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
 CP5. individuare e accedere alla normativa pubblicitaria, civilistica, fiscale con particolare riferimento a quella del settore turistico
 CP6. interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi di gestione e flussi informativi
 CP7. riconoscere le peculiarità organizzative delle imprese turistiche e contribuire a cercare soluzioni funzionali alle diverse tipologie
 CP8. gestire il sistema delle rilevazioni aziendali con l'ausilio di programmi di contabilità integrata specifici per le aziende del settore turistico
 CP9. contribuire a realizzare piani di marketing con riferimento a specifiche tipologie di imprese o prodotti turistici
 CP10. progettare, documentare e presentare servizi o prodotti turistici
 CP11. individuare le caratteristiche del mercato del lavoro e collaborare alla gestione del personale dell'impresa turistica
 CP12. utilizzare il sistema delle comunicazioni e delle relazioni delle imprese turistiche

Quinto Anno

| Conoscenze | Abilità |
|--|--|
| CO1. Prodotti turistici: a catalogo e a domanda. CO2. Il catalogo come strumento di promozione-commercializzazione. CO3. Tecniche di organizzazione per eventi. CO4. Strategia aziendale e pianificazione strategica. CO5. Tecniche di controllo e monitoraggio dei processi. CO6. Qualità nelle imprese turistiche. CO7. Struttura e funzioni del business plan. CO8. Reporting ed analisi degli scostamenti. CO9. Marketing territoriale e politiche di sviluppo sostenibile dell'Ente Pubblico. | AB1. Elaborare prodotti turistici, anche a carattere tematico, e il relativo prezzo con riferimento al territorio ed alle sue caratteristiche. AB2. Interpretare le informazioni contenute sui cataloghi. AB3. Utilizzare tecniche e strumenti per la programmazione, l'organizzazione, la gestione di eventi e relative attività di sistema. AB4. Individuare mission, vision, strategia e pianificazione di casi aziendali dati. AB5. Monitorare i processi produttivi e analizzare i dati per ricavarne indici. |

| | |
|---|---|
| <p>CO10.Strategie di marketing anche elettronico e customer relationship management.</p> <p>CO11.Struttura del piano di marketing.</p> <p>CO12.Piano di qualificazione e sviluppo dell'offerta.</p> <p>CO13.Tecniche di selezione del personale e curriculum europeo.</p> | <p>AB6.Utilizzare procedure per lo sviluppo e la gestione del sistema di qualità nelle imprese turistiche.</p> <p>AB7.Elaborare business plan.</p> <p>AB8.Utilizzare le informazioni per migliorare la pianificazione, lo sviluppo e il controllo dell'impresa turistica.</p> <p>AB9. Rielaborare il piano aziendale a seguito del confronto con esperti di settore.</p> <p>AB10.Utilizzare strategie di marketing per la promozione del prodotto e dell'immagine turistica del territorio in Italia e all'Estero.</p> <p>AB11. Utilizzare strumenti multimediali e nuove tecniche di comunicazione per la promozione dell'immagine turistica del territorio e la commercializzazione del servizio.</p> <p>AB12. Elaborare un piano di marketing territoriale in funzione delle politiche economiche e finanziarie poste in essere per la governance del settore.</p> <p>AB13.Redigere il curriculum vitae europeo e simulare test e colloqui di selezione, anche in lingua straniera.</p> <p>AB14.Realizzare casi aziendali in collaborazione con il territorio.</p> |
|---|---|