



Ministero dell'istruzione

Istituto Tecnico Economico
"Antonio Bordonì"

Via San Carlo, 2 – 27100 Pavia Tel. 0382/22243

Codice Fiscale 80005760188 – Codice Meccanografico PVT010005 e-mail: pvtd010005@istruzione.it segreteria@bordoni.edu.it
pec pvtd010005@pec.istruzione.it – indirizzo internet: www.bordoni.edu.it

DIPARTIMENTO DI ECONOMIA AZIENDALE

Classe 5[^] TUR

Competenze, conoscenze e abilità essenziali
per l'ammissione agli Esami di Stato

Materia DISCIPLINE TURISTICHE E AZIENDALI	Classe 5	Indirizzo TURISMO
--	---------------------------	------------------------------------

Nuclei tematici fondamentali	Competenze	Conoscenze	Abilità
L'analisi e il controllo dei costi nelle imprese turistiche	<p>Determinare i costi delle imprese turistiche per il loro controllo</p> <p>Calcolare i prezzi dei prodotti turistici</p> <p>Effettuare calcoli di convenienza economica (prodotti da sostituire, da eliminare, make or buy, ecc.)</p>	<p>L'analisi dei costi con la metodologia del direct costing e del full costing</p> <p>I problemi di scelta</p> <p>La break even analysis</p>	<p>Monitorare i processi produttivi e analizzare i dati.</p>
Prodotti turistici a catalogo e a domanda	<p>Individuare le caratteristiche dei prodotti turistici a catalogo e a domanda in riferimento a varie tipologie di viaggi</p> <p>Determinare il prezzo di un pacchetto turistico</p> <p>Il catalogo come strumento di promo-commercializzazione.</p>	<p>L'attività dei tour operator</p> <p>Il prezzo di un pacchetto turistico</p> <p>Strategie di commercializzazione di un pacchetto turistico</p> <p>Il marketing e la vendita di un pacchetto turistico</p>	<p>Elaborare prodotti turistici, anche a carattere tematico, e il relativo prezzo con riferimento anche al territorio ed alle sue caratteristiche.</p> <p>Interpretare le informazioni contenute sui cataloghi.</p>

<p>Pianificazione, programmazione e controllo nelle imprese turistiche</p>	<p>Individuare le strategie da impiegare nella realizzazione delle attività delle imprese turistiche</p> <p>Redigere il business plan</p> <p>Redigere il budget</p> <p>Effettuare l'analisi degli scostamenti</p>	<p>La pianificazione strategica</p> <p>Il business plan</p> <p>Il budget</p> <p>L'analisi degli scostamenti</p>	<p>Utilizzare le informazioni per migliorare la pianificazione, lo sviluppo e il controllo dell'impresa turistica.</p> <p>Elaborare business plan.</p> <p>Utilizzare tecniche e strumenti per la programmazione, l'organizzazione, la gestione di eventi e relative attività di sistema.</p>
<p>Marketing territoriale e politiche di sviluppo sostenibile</p>	<p>Contribuire a realizzare semplici piani di marketing territoriale con riferimento a specifiche tipologie di imprese o prodotti turistici.</p> <p>Analizzare i fattori di attrazione di una destinazione turistica e i flussi turistici</p> <p>Individuare le politiche di sviluppo sostenibile dell'Ente pubblico</p>	<p>Il prodotto destinazione e il marketing territoriale</p> <p>I fattori di attrazione di una destinazione turistica</p> <p>I flussi turistici</p> <p>L'analisi SWOT e il posizionamento di una destinazione turistica</p> <p>Il piano di marketing territoriale e le politiche di sviluppo sostenibile dell'Ente pubblico</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>Utilizzare strategie di marketing per la promozione del prodotto e 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>