

# **PROGRAMMAZIONE DIDATTICA**

## **CLASSE PRIMA**

### **ANNO SCOLASTICO**

**2017/2018**

#### **LABORATORIO DI ACCOGLIENZA TURISTICA**

##### **BLOCCHI TEMATICI**

- 1) Cenni storici sull'evoluzione storica del turismo e dell'impresa alberghiera in ambito nazionale.
- 2) Legge quadro sul turismo: classificazione delle aziende di servizi turistici.
- 3) Struttura ricettiva: I diversi tipi di strutture ricettive
- 4) Etica professionale, portamento e contegno.
- 5) Igiene personale, delle attrezzature e dei locali.
- 6) Prevenzione antinfortunistica.
- 7) Ricevimento, Portineria, Cassa, e Segreteria: Organigramma, funzioni del personale addetto.
- 8) Unificazione dei servizi nel Front-Office.
- 9) La comunicazione in albergo al Front-Office, telefonica e la corrispondenza.

## **PROGRAMMA SVOLTO**

### **CLASSE SECONDA**

**ANNO 2017/2018**

### **LABORATORIO DI ACCOGLIENZA TURISTICA**

#### **BLOCCHI TEMATICI**

- 1) Organizzazione alberghiera: Organigrammi ( Room division, Food and Beverage, Housekeeping)
- 2) Individuazione delle operazioni compiute al Front-Office: Check-in, Live-in, Check-out.
- 3) Rapporti con gli altri reparti.
- 4) Ricevimento: Caratteristiche generali ed operazioni specifiche.
- 5) Portineria: Operazioni specifiche e caratteristiche.
- 6) Back desk: segreteria e maincourante
- 7) Il fenomeno turistico: L'offerta, la domanda, gli intermediari.
- 8) Introduzione all'uso di programmi di gestione alberghiera.

**PROGRAMMAZIONE DIDATTICA DELLA CLASSE TERZA.  
ANNO 2017/2018**

**LABORATORIO DEI SERVIZI DI ACCOGLIENZA TURISTICA**

**BLOCCHI TEMATICI**

- 1) Organizzazione dell'albergo moderno: gestione autonoma e gestione a catena.
- 2) Il turismo nell'economia nazionale.
- 3) Applicazione delle operazioni di check-in, live-in, e check-out con un programma di gestione alberghiera e con modulistica.
- 4) Analisi dei principali settori dell'albergo: Room division, Food and Beverage.
- 5) Settore Commerciale: Cenni di Marketing alberghiero.
- 6) Econmato: Compiti, relazioni interne ed esterne.
- 7) Ufficio Amministrativo: Obblighi di legge, sistema contabile, statistiche.
- 8) Ufficio del Personale: C.C.N.L., libri obbligatori e retribuzioni.

**PROGRAMMA SVOLTO**  
**Classe IV accoglienza turistica**  
**Istituto Striano Terzigno**

***Unità 1. I servizi complementari.***

***1. LA RISTORAZIONE ALBERGHIERA***

- A. Il food & beverage***
- B. I servizi della moderna ristorazione alberghiera***
- C. L'informatizzazione nella ristorazione alberghiera***
- D. I rapporti tra front office e reparto ristorazione***

***2. CONGRESSI ED EVENTI***

- A. La domanda e l'offerta di servizi congressuali***
- B. Tipologie congressuali***
- C. Gli organizzatori congressuali***
- D. I congressi nelle strutture alberghiere***
- E. L'organizzazione del congresso***
- F. Arrivo e sistemazione dei partecipanti***
- G. La fatturazione***

***3. WELLNESS***

- A. La ricerca del benessere***
- B. Il centro benessere e l'albergo***
- C. I pacchetti "hotel e benessere"***
- D. La valutazione dei servizi***

## ***Unità 2. La distribuzione del prodotto alberghiero.***

### ***1. I CANALI DI DISTRIBUZIONE NELLA VENDITA DEI SERVIZI ALBERGHIERI***

- A. Le tipologie dei canali di distribuzione***
- B. Le caratteristiche del canale breve***
- C. Il canale diretto online***

### ***2.IL CANALE MEDIO INDIRETTO***

- A. Le funzioni delle imprese di viaggi nel canale medio indiretto***
- B. I rapporti tra l'agenzia e l'azienda alberghiera***
- C. Il calcolo della provvigione***
- D. Altre forme di collaborazione tra albergo e imprese di viaggi***

### ***3.IL CANALE INDIRETTO ONLINE***

- A. Il ruolo di Internet nel settore turistico***
- B. Gli intermediari online***
- C. I contratti di collaborazione con le OTA***

## ***Unità 3. La gestione della clientela.***

### ***1.LE TIPOLOGIE DI CLIENTELA***

- A. Criteri di classificazione della clientela***
- B. Clienti leisure e clienti business***
- C. I gruppi***

***D. I clienti speciali***

***E. L'ecoturista***

## ***2.LA GUEST RELATION***

***A. La cultura "ospite-centrica"***

***B. Gli standard e le procedure***

## ***3.La promozione del territorio***

***A. Nuovi trend del turismo***

***B. Il turismo sostenibile e responsabile***

***C. L'importanza di fare sistema***

***D. Itinerari turistici e promozione del territorio***

***IL DOCENTE***

***GLI ALUNNI***

**PROGRAMMA SVOLTO**  
**Classe V accoglienza turistica**  
**Istituto Striano Terzigno**

**Unità 1. Il Marketing**

**1. Il marketing strategic**

- 1.1 Nascita ed evoluzione del marketing**
- 1.2 Definizione di marketing**
- 1.3 Il marketing relazionale**
- 1.4 Funzioni del marketing**
- 1.5 Tipologie di marketing**

**2. Il marketing operative**

- 2.1 Il marketing tattico**
- 2.2 Il marketing mix**
- 2.3 Il marketing operative**
- 2.4 Il piano di marketing**
- 2.5 SWOT ANALYSIS**

**3. Il web marketing**

- 3.1 Il web marketing**
- 3.2 Il sito web**
- 3.3 La posta elettronica**
- 3.4 I social media**
- 3.5 Sharing tourism e sharing economy**

**4. Il marketing turistico**

- 4.1 Il marketing turistico**
- 4.2 Il prodotto turistico**

***4.3 Micromarketing, macromarketing e marketing integrato***

***4.4 Il mercato turistico***

***4.5 Il caso Italia***

## ***5. Il marketing territoriale***

***5.1 Il marketing territoriale***

***5.2 Gli eventi come leva di marketing territoriale***

***5.3 I prodotti tipici come leva di marketing territoriale***

***5.4 La web reputation***

***5.5 Casi di marketing territoriale***

## ***Unità 2. La vendita del prodotto turistico***

### ***1. Dal prodotto all'esperienza turistica***

***1.1 Il turismo globale***

***1.2 Distribuzione e vendita***

***1.3 Intermediazione online***

***1.4 Le Online Travel Agencies (OTA)***

***1.5 I metamotori***

### ***2. Yield & revenue management***

***2.1 Yield management***

***2.2 Revenue management***

***2.3 Il revenue manager***

***2.4 PMS e Channel Manager***

***2.5 Room division: la gestione delle recensioni***

## ***Unità 3. Il pacchetto turistico***

### ***1. Ruolo ed evoluzione dei tour operator***



- 1.1 Caratteristiche del mercato turistico*
- 1.2 La segmentazione della domanda*
- 1.3 La rivoluzione internet*
- 1.4 Tour operator*
- 1.5 Pacchetto turistico*
- 2. I contratti delle imprese di viaggio*
  - 2.1 Il codice del turismo*
  - 2.2 Caratteristiche del contratto di vendita pacchetto turistico*
  - 2.3 Il danno da “vacanza rovinata”*
  - 2.4 Caratteristiche del contratto di trasporto*
  - 2.5 I rapporti tra T.O., ADV, imprese ricettive e imprese di trasporto*