

PIANO DI LAVORO ANNUALE

Prof. Francesco Sambo

Classe **II B**

Materia **Discipline Turistiche Aziendali**

anno scolastico **2019/2020**

Obiettivi generali da raggiungere:

L'insegnamento di Economia Aziendale nella classe seconda dovrà concorrere, insieme ad altre discipline, alla formazione culturale complessiva dell'allievo, facendo acquisire allo studente le conoscenze e competenze di base sull'attività dell'azienda e sugli scambi economici necessarie per avere una visione sistematica della realtà aziendale e dei relativi processi gestionali. La disciplina mira a fornire una preparazione in cui l'aspetto teorico deve essere integrato con quello applicativo e tecnico, per poter far acquisire agli studenti quelle conoscenze e abilità di base complete che consentono loro di affrontare la classe seconda del biennio.

Obiettivi educativi e cognitivi trasversali:

Lo studente deve:

- dimostrare un atteggiamento responsabile verso l'ambiente scolastico e le sue regole
- imparare a comportarsi in modo corretto e rispettoso con i compagni e con i docenti
- saper dialogare rispettando le idee degli altri e sostenendo, con validi argomenti, le proprie
- acquisire un valido metodo di studio personale che sia efficace e produttivo
- sviluppare le capacità di organizzazione, analisi e sintesi delle informazioni acquisite
- saper partecipare in modo responsabile al lavoro organizzato

Risultati di apprendimento:

Conoscenze:

- conoscere le procedure relative alla scadenza comune
- conoscere le procedure di tenuta conto
- acquisire il concetto di gestione
- conoscere i mercati di approvvigionamento e di sbocco
- conoscere il contratto di compravendita
- conoscere i documenti della compravendita e la loro articolazione
- conoscere le caratteristiche dell'imposta sul valore aggiunto
- conoscere i mezzi di pagamento

Abilità / Capacità:

- calcolare la scadenza comune/adeguata
- compilare un prospetto di c/c corrente
- compilare i documenti della compravendita
- effettuare tecniche di calcolo nei documenti della compravendita
- classificare le operazioni e determinare l'Iva
- calcolare le liquidazioni Iva
- saper compilare i principali mezzi di pagamento

Competenze:

- completare la visione d'insieme relativa alle operazioni di anticipo/posticipo pagamenti
- saper procedere alla stesura dei movimenti di un c/c bancario; saper individuare i giorni valuta nei movimenti di un c/c bancario e calcolare i Numeri dare/avere
- acquisire le competenze di base di economia aziendale che gli consentono di comprendere in modo sistematico le attività connesse con gli scambi economici di un'impresa e con il loro regolamento.

- acquisire sufficienti capacità di analisi, di sintesi, di rielaborazione e di collegamento delle conoscenze
- dimostrare una esposizione semplice ma nel complesso corretta dei contenuti con un adeguato uso della terminologia tecnica.

Approccio metodologico:

La maggior parte delle lezioni saranno frontali. Durante l'attività formativa si cercherà di sviluppare e/o rafforzare negli studenti autonome capacità di ricerca, elaborazione ed espressione dei contenuti disciplinari studiati.

Organizzazione dell'attività didattica: lezione frontale, gruppi di lavoro, processi individualizzati, cooperative learning ecc...

Lezioni frontali e occasionalmente gruppi di lavoro (per la ricerca di informazioni in rete), attività collaborative su piattaforma e-learning (forum, wiki, ecc.)

Articolazione dell'attività didattica in modelli operativi

Unificazioni di capitali: scadenza comune/adequata
Il finanziamento dell'attività economica: operazioni bancarie su c/c
La compravendita elementi tecnici, giuridici, fiscali
Il sistema impositivo IVA
La fattura I contenuti della fattura La base imponibile Le note di variazione La ricevuta fiscale e lo scontrino fiscale
Rapporti creditizi Titoli di credito: La cambiale I pagherò La cambiale tratta Lo sconto di cambiali Il pagamento delle cambiali
L'assegno bancario L'assegno circolare I bonifici e i giroconti bancari Le ricevute bancarie Altri mezzi di pagamento

Risorse e strumenti: testi in adozione, laboratori, biblioteca, TIC: modalità ed uso

Testo in adozione e fotocopie da altri testi ad integrazione e completamento.

Verifiche e Valutazione: numero e tipologia delle verifiche previste, criteri di valutazione.

Modalità di verifica delle competenze, criteri di valutazione. Modalità di autoverifica

Test a domande aperte e/o test a scelta multipla; eventuali interrogazioni

Modalità di recupero curricolare:

Non si prevedono interventi di recupero all'interno di attività didattiche curricolari. Si potranno invece definire percorsi individuali basati su strumenti didattici inseriti nella piattaforma di e-learning Moodle.

Obiettivi generali da raggiungere:

Questo insegnamento nel secondo biennio e nel quinto anno è teso a fornire una visione organica ed essenziale dell'operare dell'impresa turistica.

Le conoscenze da acquisire in terza dovranno risultare basilari per affrontare le problematiche inerenti alla realtà produttiva del settore turistico. Si fornirà un quadro generale conoscitivo del fenomeno turistico e delle sue interrelazioni con l'ambiente.

Obiettivi educativi e cognitivi trasversali:

Lo studente deve:

- dimostrare un atteggiamento responsabile verso l'ambiente scolastico e le sue regole;
- acquisire un efficace metodo di studio;
- imparare a comportarsi in modo corretto e rispettoso con i compagni e con i docenti;
- saper dialogare rispettando le idee degli altri e sostenendo, con validi argomenti, le proprie;
- acquisire un valido metodo di studio personale che sia efficace e produttivo;
- sviluppare le capacità di organizzazione, analisi e sintesi delle informazioni acquisite;
- saper partecipare in modo responsabile al lavoro organizzato;

Risultati di apprendimento:**Conoscenze:**

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.

L'ambito è caratterizzato da un mercato complesso perché estremamente mutevole e molto sensibile alle variazioni dei fattori economici, ambientali, sociali che incidono sull'andamento dei flussi turistici e dell'offerta ad essi connessa. Tale complessità richiede percorsi formativi finalizzati al conseguimento di una ampia gamma di competenze tali da consentire allo studente di adottare stili e comportamenti funzionali alle richieste provenienti dai diversi contesti e di curare la propria professionalità secondo l'andamento della domanda. Per sviluppare simili competenze occorre, pertanto, favorire apprendimenti 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.

Abilità / Capacità:

Riconoscere i fattori che determinano il rischio imprenditoriale ed individuare possibili strategie di attenuazione del rischio;

Individuare compiti, azioni e piani di intervento dei soggetti pubblici che operano nel settore turistico;

Individuare le procedure che caratterizzano la gestione delle aziende turistiche, rappresentarne i processi e i flussi informativi;

Riconoscere gli elementi materiali e i servizi che compongono il prodotto turistico;

Individuare la documentazione e le procedure per la progettazione e realizzazione di un viaggio;
Identificare i ruoli e le responsabilità delle diverse funzioni aziendali nell'impresa turistica Gestire le rilevazioni elementari e saperle collocare nei programmi di contabilità;

Competenze:

Riconoscere i diversi aspetti dell'attività turistica;
Riconoscere le componenti storiche, sociali e culturali che concorrono allo sviluppo integrato del turismo;
Analizzare la domanda turistica ed individuare i potenziali target di clienti;
Riconoscere le tendenze dei mercati e le problematiche di localizzazione di una azienda turistica;
Distinguere le strutture organizzative e riconoscere le problematiche significative e ricorrenti del settore;
Saper costruire un'impresa turistica e saper effettuare le relative rilevazioni contabili;
Saper valutare statisticamente il fenomeno turistico e saper formulare percorsi turistici culturali;

Approccio metodologico:

In generale si avrà cura di offrire una visione unitaria della disciplina. Ogni blocco tematico sarà affrontato in modo da far risaltare sempre gli aspetti fondamentali. Le parti caratterizzanti la materia saranno trattate in modo articolato e ampio per consentirne uno studio più approfondito. I diversi argomenti saranno corredati, quando possibile, da esempi operativi di casi aziendali e da esercitazioni per facilitare la comprensione delle parti più complesse, per consolidare le nozioni apprese e abituare l'allievo a confrontarsi con reali problemi di gestione.

Organizzazione dell'attività didattica: lezione frontale, gruppi di lavoro, processi individualizzati, cooperative learning ecc...

Lezioni frontali e occasionalmente gruppi di lavoro (per la ricerca di informazioni in rete), attività collaborative in classe e su piattaforma e-learning (forum, wiki, ecc.)

<p>Articolazione dell'attività didattica in modelli operativi</p> <p>Turismo nel contesto storico e socio-economico La definizione del turismo Il mercato turistico Il turismo e l'ambiente Il turismo e il territorio</p> <p>Gestione e prodotti delle aziende turistiche Le aziende ricettive Le agenzie di viaggi e turismo Le aziende di trasporto Le altre aziende turistiche</p> <p>Figure professionali nel settore turismo</p> <p>G. Campagna, V. Loconsole: <i>Scelta Turismo Più 1</i>, Tramontana, 2018 Moduli A,B,C,D,E</p>

Risorse e strumenti: testi in adozione, laboratori, biblioteca, TIC: modalità ed uso

Testo in adozione, presentazioni in formato .ppt, eventuali fotocopie da altri testi ad integrazione e completamento. Piattaforma Moodle. Verranno forniti gli strumenti utili per uno sviluppo di autonome capacità di ricerca sui temi trattati in classe

Verifiche e Valutazione: numero e tipologia delle verifiche previste, criteri di valutazione. Modalità di verifica delle competenze, criteri di valutazione. Modalità di autoverifica

Test a domande aperte e/o test a scelta multipla; eventuali interrogazioni

Modalità di recupero curricolare:

Non si prevedono interventi di recupero all'interno di attività didattiche curricolari. Si potranno invece definire percorsi individuali basati su strumenti didattici inseriti nella piattaforma di e-learning Moodle.

Obiettivi generali da raggiungere:

Le conoscenze ad oggi acquisite dovranno risultare di base per affrontare le problematiche inerenti alla realtà produttiva del settore turistico. Si fornirà un quadro generale conoscitivo del processo contabile delle aziende turistiche e del loro approccio al mercato .

Obiettivi educativi e cognitivi trasversali:

Gli studenti dovranno essenzialmente imparare il corretto comportamento in classe, il rispetto per i compagni, gli insegnanti, gli altri operatori scolastici. Si cercherà di favorire negli studenti l'acquisizione di un metodo di studio corretto della materia guidando con esercitazioni in classe il suo studio e simulando, sempre in classe, gli esercizi domestici. Si cercherà di esemplificare e schematizzare i contenuti per facilitare l'apprendimento e far acquisire capacità di sintesi e di schematizzazione nonché capacità di trascrizione di quanto spiegato in classe. Dovranno iniziare ad esprimersi con un appropriato linguaggio effettuando rielaborazioni personali.

Obiettivi educativi/comportamentali:

- Mantenere comportamenti corretti nell'ambito scolastico, nei confronti degli insegnanti, dei compagni e di tutto il personale della scuola,
- Rispettare le regole dell'Istituto (puntualità, assiduità nella frequenza, giustificazione tempestiva delle assenze, ecc.);
- Potenziare la capacità di lavorare con impegno e sistematicità;
- Rafforzare le capacità di lavorare in gruppo;
- Conoscere ed accettare modelli culturali diversi dai propri in un'ottica di educazione all'interculturalità.;
- Saper riconoscere i propri errori e saper ridefinire le strategie (di apprendimento e di comportamento) a partire da essi.

Obiettivi cognitivi:

- Saper usare un lessico adeguato e pertinente alla disciplina.
- Potenziare le capacità di ascolto, di comprensione, di sintesi, di espressione e di rielaborazione personale.
- Sviluppare le capacità di comprensione anche di testi specialistici disciplinari.
- Saper sviluppare le consegne attribuite in modo autonomo
- Essere in grado di applicare le conoscenze e le strategie apprese per risolvere problemi
- Essere consapevoli della trasversalità dei saperi e delle loro relazioni; saper attuare collegamenti interdisciplinari.
- Sviluppare le capacità di contestualizzazione e di storicizzazione

Risultati di apprendimento:**Conoscenze:**

Le rilevazioni tipiche della contabilità di imprese turistiche.
Bilancio d'esercizio documenti collegati analisi per indici..
Principi e teoria del marketing turistico: operativo e strategico.
Tecniche e metodologie strumenti e comunicazione di marketing

Abilità / Capacità:

Individuare compiti, azioni e piani di intervento, strategie e strumenti di marketing dei soggetti pubblici e privati che operano nel settore turistico.
Individuare le procedure che caratterizzano la gestione delle aziende turistiche, rappresentarne i processi e i flussi informativi.
Compilare, analizzare e saper interpretare documenti contabili e semplici bilanci.

Gestire le rilevazioni elementari e saperle collocare nell'ambito dei flussi informativi e delle rilevazioni delle diverse aziende del settore turistico.

Essere in grado di compiere semplice analisi di mercato.

Individuare forme di promozione e commercializzazione adeguate diversi mercati sulla base delle risorse disponibili.

Utilizzare codici e tecniche della comunicazione aziendale funzionali ai diversi contesti.

Competenze:

Riconoscere i diversi aspetti dell'attività turistica.

Analizzare la domanda turistica e interpretare le tendenze dei mercati anche in relazione a casi concreti.

Utilizzare gli strumenti di marketing in differenti casi e contesti.

Saper costituire un'impresa turistica e conoscere le rilevazioni contabili generali e sezionali.

Saper redigere correttamente documenti originari e collocarli nell'ambito del flusso della documentazione che devono tenere i diversi tipi di azienda.

Essere in grado di leggere analizzare ed interpretare documenti contabili, anche di sintesi.

Approccio metodologico:

In generale si avrà cura di offrire una visione unitaria della disciplina. Inoltre ogni blocco tematico sarà affrontato in modo da far risaltare sempre gli aspetti fondamentali. Le parti caratterizzanti la materia saranno trattate in modo articolato e ampio per consentirne uno studio più approfondito. I diversi argomenti saranno corredati da esempi operativi di casi aziendali e da esercitazioni per facilitare la comprensione delle parti più complesse, per consolidare le nozioni apprese e per abituare l'allievo a confrontarsi con reali problemi di gestione.

Organizzazione dell'attività didattica: lezione frontale, gruppi di lavoro, processi individualizzati, cooperative learning ecc...

Lezioni frontali e occasionalmente gruppi di lavoro (per la ricerca di informazioni in rete), attività collaborative su piattaforma e-learning (forum, wiki, ecc,)

Articolazione dell'attività didattica in modelli operativi
Rilevazioni elementari sezionali nelle imprese turistiche: scritture elementari e sezionali.
La contabilità generale; sistema e metodo contabile nelle rilevazioni delle operazioni di gestione.
Il bilancio d'esercizio: normativa civilistica, postulati criteri di valutazione contenuto. La relazione sull'andamento della gestione e gli organi di controllo delle società
La gestione delle imprese turistiche: condizioni di equilibrio il patrimonio sotto l'aspetto finanziario ed economico.
Analisi di bilancio per indici.
Il finanziamento delle imprese turistiche: fonti di finanziamento
Il marketing nel turismo: conoscitivo, strategico e operativo

Risorse e strumenti: testi in adozione, laboratori, biblioteca, TIC: modalità ed uso

Testo in adozione e fotocopie da altri testi ad integrazione e completamento. Lavagna interattiva multimediale. Piattaforma Moodle

Verranno forniti gli strumenti utili per uno sviluppo di autonome capacità di ricerca sui temi trattati in classe

Verifiche e Valutazione: numero e tipologia delle verifiche previste, criteri di valutazione.

Modalità di verifica delle competenze, criteri di valutazione. Modalità di autoverifica

Test a domande aperte e/o test a scelta multipla; interrogazioni

Eventuali proposte e/o contributi per l'area di progetto e/o raccordi interdisciplinari:

Non emergono esigenze interdisciplinari specifiche

Modalità di recupero curricolare:

Non si prevedono interventi di recupero all'interno di attività didattiche curricolari. Si potranno invece definire percorsi individuali basati su strumenti didattici inseriti nella piattaforma di e-learning Moodle, già in uso nella classe.

Obiettivi generali da raggiungere:

Questo insegnamento nel secondo biennio e nel quinto anno è teso a fornire una visione organica ed essenziale dell'operare dell'impresa. Le conoscenze così acquisite dovranno risultare di base per affrontare le problematiche inerenti alla realtà produttiva del settore turistico. Inoltre si fornirà un quadro generale conoscitivo del fenomeno turistico e delle interrelazioni con l'ambiente.

Obiettivi educativi e cognitivi trasversali:

Gli studenti dovranno essenzialmente imparare il corretto comportamento in classe, il rispetto per i compagni, gli insegnanti, gli altri operatori scolastici. Si cercherà di favorire negli studenti l'acquisizione di un metodo di studio corretto della materia guidando con esercitazioni in classe il suo studio e simulando, sempre in classe, gli esercizi domestici. Si cercherà di esemplificare e schematizzare i contenuti per facilitare l'apprendimento e far acquisire capacità di sintesi e di schematizzazione nonché capacità di trascrizione di quanto spiegato in classe. Dovranno iniziare ad esprimersi con un appropriato linguaggio effettuando rielaborazioni personali.

Obiettivi educativi/comportamentali:

Mantenere comportamenti corretti nell'ambito scolastico, nei confronti degli insegnanti, dei compagni e di tutto il personale della scuola.

Rispettare le regole dell'Istituto (puntualità, assiduità nella frequenza, giustificazione tempestiva delle assenze, ecc.).

Potenziare la capacità di lavorare con impegno e sistematicità.

Rafforzare le capacità di lavorare in gruppo.

Conoscere ed accettare modelli culturali diversi dai propri in un'ottica di educazione all'interculturalità.

Saper riconoscere i propri errori e saper ridefinire le strategie (di apprendimento e di comportamento) a partire da essi.

Obiettivi cognitivi:

Saper usare un lessico adeguato e pertinente a ciascuna disciplina.

Potenziare le capacità di ascolto, di comprensione, di sintesi, di espressione e di rielaborazione personale.

Sviluppare le capacità di comprensione anche di testi specialistici disciplinari.

Saper sviluppare le consegne attribuite in modo autonomo

Essere in grado di applicare le conoscenze e le strategie apprese per risolvere problemi

Essere consapevoli della trasversalità dei saperi e delle loro relazioni; saper attuare collegamenti interdisciplinari.

Sviluppare le capacità di contestualizzazione e di storicizzazione

Sviluppare le capacità logico critiche e la capacità di astrazione

Sviluppare le capacità di valutazione.

Risultati di apprendimento:

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. L'ambito è caratterizzato da un mercato complesso perché estremamente mutevole e molto sensibile alle variazioni dei fattori economici, ambientali, sociali che incidono sull'andamento dei flussi turistici e dell'offerta ad essi connessa.

Tale complessità richiede percorsi formativi finalizzati al conseguimento di un'ampia gamma di competenze tali da consentire allo studente di adottare stili e comportamenti funzionali alle richieste provenienti dai diversi contesti e di "curvare" la propria professionalità secondo l'andamento della domanda. Per sviluppare simili competenze occorre, pertanto, favorire apprendimenti mediante il ricorso a metodologie esperenziali 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.

Conoscenze:

Strategia aziendale e pianificazione strategica. Strategie di marketing anche elettronico. La struttura e gli funzioni del business plan e del reporting. Tecniche di controllo e di analisi dei processi. Conoscere le varie tipologie di prodotti turistici a catalogo e a domanda.

Abilità:

Individuare compiti, azioni e piani di intervento dei soggetti pubblici che operano nel settore turistico. Individuare le procedure che caratterizzano la gestione delle aziende turistiche, i processi e i flussi informativi. Riconoscere gli elementi materiali e i servizi che compongono il prodotto turistico. Individuare la documentazione e le procedure per la progettazione e realizzazione di un viaggio. Identificare i ruoli e le responsabilità delle diverse funzioni aziendali nell'impresa turistica. Gestire le rilevazioni elementari. Analizzare la domanda turistica ed individuare i potenziali target di clienti. Utilizzare gli strumenti di marketing in specifici casi e contesti.

Competenze:

Riconoscere i diversi aspetti dell'attività turista. Analizzare la domanda turistica ed individuare i potenziali target di clienti. Riconoscere le tendenze dei mercati, individuare le politiche poste in essere dagli enti pubblici per incentivare il turismo. Elaborare prodotti turistici calcolandone il relativo prezzo. Saper formulare percorsi turistici. Utilizzare in modo coordinato i servizi turistici esistenti nel territorio. Conoscere le varie tipologie di operatori turistici, la loro funzione e la loro attività. Realizzare casi aziendali in collaborazione con il territorio.

Approccio metodologico:

La maggior parte delle lezioni saranno frontali. Durante l'attività formativa si cercherà di sviluppare e/o rafforzare negli studenti autonome capacità di ricerca, elaborazione ed espressione dei contenuti disciplinari studiati.

Organizzazione dell'attività didattica: lezione frontale, gruppi di lavoro, processi individualizzati, cooperative learning ecc...

Lezioni frontali e occasionalmente gruppi di lavoro (per la ricerca di informazioni in rete), attività collaborative su piattaforma e-learning (forum, wiki, ecc,)

Articolazione dell'attività didattica in modelli operativi
SCRITTURE DI ASSESTAMENTO
RICLASSIFICAZIONE BILANCIO
INDICI
ANALISI E CONTROLLO DEI COSTI
a. Classificazione e configurazione dei costi

- b. Il direct costing
- c. Il full costing
- d. Controllo dei costi: ABC
- e. Break Even Point

PRODOTTI TURISTICI A CATALOGO E A DOMANDA

- i mercati e i prodotti turistici
- i prezzi dei pacchetti turistici
- l'organizzazione di viaggi ed eventi

PIANIFICAZIONE STRATEGICA E CONTROLLO DI GESTIONE NELLE IMPRESE TURISTICHE

- La strategia aziendale e la pianificazione strategica
- Il controllo di gestione
- La programmazione, il budget e il controllo budgetario

MARKETING, MKTG. TERRITORIALE E AZIENDALE TURISTICO

- Il Marketing strategico/operativo
- Strategie di Marketing turistico e nuove tecniche di comunicazione
- Il Marketing territoriale e della destinazione
- Il piano di Marketing

RISORSE UMANE E GESTIONE DELLA QUALITA'

La politica del personale (cenni)

Risorse e strumenti: testi in adozione, laboratori, biblioteca, TIC: modalità ed uso

Testo in adozione e fotocopie da altri testi ad integrazione e completamento.

Laboratorio multimediale per la presentazione degli argomenti oggetto di studio (si utilizzerà principalmente l'applicativo PowerPoint).

Laboratorio multimediale per la ricerca in rete di dati statistici aggiornati e per la elaborazione degli stessi. Verranno forniti gli strumenti utili per uno sviluppo di autonome capacità di ricerca sui temi trattati in classe

Verifiche e Valutazione: numero e tipologia delle verifiche previste, criteri di valutazione.

Modalità di verifica delle competenze, criteri di valutazione. Modalità di autoverifica

Test a domande aperte e/o test a scelta multipla; eventuali interrogazioni

Eventuali proposte e/o contributi per l'area di progetto e/o raccordi interdisciplinari:

Non emergono esigenze interdisciplinari specifiche

Modalità di recupero curricolare:

Non si prevedono interventi di recupero all'interno di attività didattiche curricolari. Si potranno invece definire percorsi individuali basati su strumenti didattici inseriti nella piattaforma di e-learning Moodle.

