



# Istituto d'Istruzione Superiore "Federico Flora"

Istituto Tecnico per il Turismo

Istituto Professionale per i Servizi

Commerciali – Enogastronomia e Ospitalità Alberghiera – Socio Sanitari

33170 Pordenone - Via Ferraris n. 2 Tel. 0434.231601 - 0434.538148 Fax: 0434.231607

Sito Web:

www.istitutoflora.gov.it

e-mail:

pnis00800v@istruzione.it

Casella Posta Certificata:

pnis00800v@pec.istruzione.it

C.f.:

80009070931



## Programma svolto

Anno scolastico:	2017/18	
Istituto (professionale/tecnico)	Indirizzo:	articolazione:
Professionale	Enogastronomico	Cucina e sala
classe:	5BKC/S	
Disciplina:	Diritto e tecniche amministrative delle strutture ricettive	
docente:	Corsale Elena	
Libro di testo:	Gestire le imprese ricettive 3, Stefano Rascioni, Fabio Ferriello, Tramontana	

### Moduli disciplinari

#### 1. MODULO RIPASSO. Primo quadrimestre: settembre-ottobre.

- Ripasso: analisi dei costi – full, direct costing; analisi del break even point.
- Trattazione del calcolo del food cost e dei metodi sulla fissazione del prezzo di vendita: metodo del costo pieno, del fattore, del coefficiente variabile, della concorrenza.

#### 2. MODULO DISCIPLINARE. Mercato turistico internazionale e nazionale - Primo quadrimestre: novembre.

- Caratteri generali ed evoluzione del turismo.
- Fattori che influenzano il turismo internazionale.
- Organismi internazionali e comunitari (compiti) e fonti normative.
- Strumenti di analisi del mercato interno. Gli indicatori della dimensione della domanda (arrivi, presenze, permanenza media, tasso di propensione turistica) e dell'offerta (tasso di ricettività, densità ricettiva) e gli indicatori economici.
- La bilancia turistica: definizione.
- Cenni agli organismi e alle fonti normative interne.

**3. MODULO DISCIPLINARE.** Normativa del settore turistico-alberghiero. Primo/secondo quadrimestre: novembre–febbraio.

- Elementi essenziali e caratteri di un contratto. Concetto di responsabilità.

I principali contratti.

- Il contratto di vendita: definizione, oggetto, forma, obblighi delle parti. Vendita di specie e di genere; vendita con riserva di gradimento, a prova, su campione, tramite distributore automatico, self-service.

- I contratti di somministrazione, trasporto, deposito, di appalto e di appalto d'opera, franchising: definizioni, caratteri, obblighi delle parti.

- Il contratto d'albergo: definizione, caratteri, i casi di inadempimento.

- I contratti delle imprese ristorative. Il contratto di ristorazione, catering e banqueting: definizione, caratteri, soggetti e funzionamento.

- Il codice del Turismo: definizione e principali contenuti – cenni.

- Il contratto di organizzazione, intermediazione di viaggio, di vendita di pacchetto turistico: definizioni, caratteri, forma e soggetti, calcolo del prezzo di un pacchetto. Aspetti contrattuali della tutela del turista - cenni, danno da vacanza rovinata - cenni.

- Il contratto di allotment e di vuoto per pieno: definizioni.

- Adempimenti giuridici per la costituzione di un'impresa turistico – ristorativa, requisiti.

- Normativa sulla sicurezza del lavoro e dei luoghi del lavoro, norme igieniche sul luogo di lavoro – cenni.

- Definizione di normativa alimentare e principi su cui si basa. Rintracciabilità, tracciabilità ed etichettatura degli alimenti. I controlli interni (sistema HACCP – definizione, procedure e obblighi) ed esterni (soggetti e compiti) della filiera agroalimentare.

- Tendenze dei consumi alimentari – cenni.

- Procedure di attribuzione dei marchi di qualità alimentare. I marchi DOP, IGP, STG, DOC, DOCG, IGT: definizione e caratteri distintivi; prodotti a chilometri zero: definizione.

**4. MODULO DISCIPLINARE.** Pianificazione strategica e programmazione aziendale - Secondo quadrimestre: febbraio-marzo.

- Definizione e tipologie di strategia di impresa. Analisi dell'ambiente interno ed esterno; analisi SWOT: definizione e funzione. Vision e mission aziendale: definizione. Pianificazione e programmazione aziendale: definizione. Il vantaggio competitivo: definizione e tipologie (leadership di costo, di differenziazione, di focalizzazione). Controllo di gestione: funzione, concetti di efficacia ed efficienza.

- Il budget: definizione e scopo. Costi standard: definizione e tipologie; articolazione dei budget. Redazione del budget degli investimenti, redazione del budget economico di un'impresa ristorative e ricettiva.

- Controllo budgetario: analisi degli scostamenti – definizione e cause.

- Business plan: definizione e contenuto.

**5. MODULO DISCIPLINARE.** Marketing - Secondo quadrimestre: aprile-maggio.

- Definizione di marketing. Evoluzione dell'orientamento delle imprese – cenni. Distinzione tra marketing strategico e operativo. Caratteri del marketing dei servizi. Marketing turistico: definizione e distinzione tra marketing privato, pubblico, integrato – cenni; sistemi turistici locali – cenni.

- Marketing strategico. Fonti informative del marketing: cenni. Analisi dell'ambiente interno ed esterno (domanda e concorrenza: scopo); analisi SWOT. Segmentazione del mercato: definizione e variabili; definizione di target e copertura dei segmenti. Posizionamento: definizione.

- Marketing operativo. Prodotto: definizione, caratteri e ciclo di vita; caratteri del prodotto ristorativo e delle imprese ricettive. Prezzo: fattori che influiscono sulla determinazione del prezzo (costi, prezzi dei concorrenti, andamento della domanda) – cenni. Prezzi allineati, di penetrazione, di scrematura – definizione. Distribuzione: definizione, soggetti. Canali dell'impresa ristorativa, franchising. Comunicazione: definizione. Forme di comunicazione. Pubblicità: definizione, caratteri e tipologie; promozione, pubbliche relazioni, direct marketing, web marketing: definizioni.

- Il marketing plan: definizione, contenuti – cenni.

Data 08.05.2018

Il docente  
Corsale Elena