



Istituto Professionale di Stato per i Servizi "GRAZIELLA FUMAGALLI"

Via della Misericordia, 4 – 23880 CASATENOVO (LC)

DIPARTIMENTO DI ECONOMIA E DIRITTO

PROGRAMMAZIONE DI DIRITTO E TECNICHE AMMINISTRATIVE DELLA STRUTTURA RICETTIVA

CLASSI QUINTE, SEZIONI C e G

OBIETTIVI DISCIPLINARI - INDIRIZZO SALA E CUCINA

Contenuti programmazione di dipartimento

MODULO	COMPETENZE ATTESE PER LA CLASSE QUINTA	CONOSCENZE	ABILITA'	TEMPI
Il mercato turistico	<ul style="list-style-type: none"> • Predisporre prodotti, servizi e menu coerenti con il contesto e le esigenze della clientela (anche in relazione a specifici regimi dietetici e stili alimentari), perseguendo obiettivi di qualità, redditività e favorendo la diffusione di abitudini e stili di vita sostenibili e equilibrati. • Partecipare alla progettazione, in collaborazione con il territorio, di pacchetti di offerta turistica integrata, promuovendo la vendita di servizi e prodotti coerenti con i principi dell'ecosostenibilità ambientale. • Contribuire alle strategie di Destination Marketing attraverso la promozione dei beni culturali e ambientali, delle tipicità enogastronomiche, delle attrazioni, degli eventi e delle manifestazioni, per veicolare un'immagine riconoscibile e rappresentativa del territorio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Caratteristiche e dinamiche del mercato turistico internazionale • Caratteristiche e dinamiche del mercato turistico nazionale • Enti e organismi internazionali • Enti e organismi interni • Normativa internazionale e comunitaria di settore • Normativa nazionale di settore 	<ul style="list-style-type: none"> • Identificare le caratteristiche del mercato turistico • Analizzare il mercato turistico e interpretarne le dinamiche • Riconoscere gli elementi principali della normativa nazionale, internazionale e comunitaria di riferimento • Individuare le risorse per promuovere e potenziare il turismo integrato 	1 [^] trimestre (novembre)
Il marketing	<ul style="list-style-type: none"> • Supportare la pianificazione e la gestione dei processi di approvvigionamento, di produzione e di vendita in un'ottica di qualità e di sviluppo 	<ul style="list-style-type: none"> • Tecniche di marketing turistico • Marketing pubblico, privato 	<ul style="list-style-type: none"> • Analizzare il mercato turistico e interpretarne le dinamiche • Distinguere le caratteristiche del 	2 [^] Pentamestre

	<p>della cultura dell'innovazione</p> <ul style="list-style-type: none"> • Curare tutte le fasi del ciclo cliente nel contesto professionale, applicando le tecniche di comunicazione più idonee ed efficaci nel rispetto delle diverse culture, delle prescrizioni religiose e delle specifiche esigenze dietetiche. • Progettare, anche con tecnologie digitali, eventi enogastronomici e culturali che valorizzino il patrimonio delle tradizioni e delle tipicità locali, nazionali anche in contesti internazionali per la promozione del Made in Italy. 	<p>e integrato</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analisi interna ed esterna • Targeting, posizionamento e scelte strategiche • Leve di marketing • Tecniche e strumenti di web-marketing • Piano di marketing 	<p>mercato turistico</p> <ul style="list-style-type: none"> • Individuare le risorse per promuovere il turismo integrato • Operare scelte di marketing strategico • Utilizzare le leve di marketing mix • Utilizzare le tecniche di marketing con particolare attenzione agli strumenti digitali • Realizzare in semplici situazioni operative un piano di marketing 	
<p>Pianificazione, programmazione e controllo di gestione</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Supportare la pianificazione e la gestione dei processi di approvvigionamento, di produzione e di vendita in un'ottica di qualità e di sviluppo della cultura dell'innovazione • Predisporre prodotti, servizi e menu coerenti con il contesto e le esigenze della clientela (anche in relazione a specifici regimi dietetici e stili alimentari), perseguendo obiettivi di qualità, redditività e favorendo la diffusione di abitudini e stili di vita sostenibili e equilibrati. • Supportare le attività di budgeting-reporting aziendale e collaborare alla definizione delle strategie di Revenue Management, perseguendo obiettivi di redditività attraverso opportune azioni di marketing. 	<ul style="list-style-type: none"> • Analisi dell'ambiente e scelte strategiche • Pianificazione e programmazione aziendale • Vantaggio competitivo • Controllo di gestione • Budget e tipologie di budget • Controllo budgetario e report • Business plan e suo contenuto • Marketing plan 	<ul style="list-style-type: none"> • Individuare gli elementi alla base di una strategia aziendale • Riconoscere i punti di forza e di debolezza di un'impresa • Riconoscere le opportunità e le minacce per un'impresa provenienti dall'ambiente esterno • Analizzare casi aziendali esprimendo valutazioni personali sulle strategie adottate dalle imprese • Individuare le funzioni e gli elementi del budget • Redigere il budget degli investimenti • Redigere i budget settoriali e il budget economico • Calcolare gli scostamenti tra dati effettivi e dati programmati • Redigere un business plan in situazioni operative semplificate 	<p>1^ trimestre</p>
<p>Le abitudini alimentari e l'economia del territorio</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Utilizzare tecniche tradizionali e innovative di lavorazione, di organizzazione, di commercializzazione dei servizi e dei prodotti enogastronomici, ristorativi e di accoglienza turistico-alberghiera, 	<ul style="list-style-type: none"> • Consumi alimentari e abitudini alimentari • Fattori che incidono sui consumi 	<ul style="list-style-type: none"> • Individuare i fattori che incidono sui consumi e sulle abitudini alimentari • Analizzare i fattori economici territoriali che condizionano le 	<p>2^ Pentamestre</p>

	<p>promuovendo le nuove tendenze alimentari ed enogastronomiche.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Curare tutte le fasi del ciclo cliente nel contesto professionale, applicando le tecniche di comunicazione più idonee ed efficaci nel rispetto delle diverse culture, delle prescrizioni religiose e delle specifiche esigenze dietetiche. • Progettare, anche con tecnologie digitali, eventi enogastronomici e culturali che valorizzino il patrimonio delle tradizioni e delle tipicità locali, nazionali anche in contesti internazionali per la promozione del Made in Italy. 	<p>alimentari</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tendenze in campo alimentare • Economia del territorio • Normativa di settore • Marchi di qualità alimentare • Prodotti a chilometro zero 	<p>abitudini alimentari</p> <ul style="list-style-type: none"> • Individuare gli elementi costitutivi di un marchio • Classificare i marchi • Illustrare la procedura di attribuzione di un marchio • Riconoscere le caratteristiche dei prodotti a chilometro zero 	
--	--	---	---	--

Programmazione standard

Ripasso bilancio d'esercizio

- Principi fondamentali della redazione del bilancio d'esercizio chiuso di ogni esercizio (Stato Patrimoniale, Conto Economico e Nota Integrativa al bilancio art.2424- 2425-2426)
- Forme e riclassificazioni di bilancio
- Analisi Patrimoniale – Economica e finanziaria

La pianificazione, la programmazione ed il controllo di gestione

- La Pianificazione e programmazione aziendale – Redazione del Budget d'Esercizio del Budget Economico, degli investimenti e dei Finanziamenti
- Il Controllo di gestione con analisi degli scostamenti fra preventivo e consuntivo
- Il Business Plan ed il suo contenuto
- apertura di un'attività di ristorazione modello Comunica e modelli obbligatori da compilare
- CCIAA, Agenzia dell'Entrate, INAIL, INPS

Il mercato turistico

- Le caratteristiche e le dinamiche del mercato turistico nazionale ed internazionale, enti ed organismi nazionali ed internazionali
- Normativa internazionale e comunitaria del settore - riconoscere le normative nazionali ed internazionali e comunitarie del settore

Il marketing

- Tecniche del Marketing Turistico
- Marketing Strategico ed operativo
- Il web Marketing
- Il Marketing Plan semplici esempi

Le abitudini alimentari e l'economia del Territorio

I Fattori che incidono sulle abitudini alimentari e le caratteristiche dei Consumi

Programmazione per obiettivi minimi

Ripasso bilancio d'esercizio

- I principi fondamentali della redazione del bilancio d'esercizio chiuso (Stato Patrimoniale, Conto Economico e Nota Integrativa al bilancio)

La pianificazione, la programmazione ed il controllo di gestione

- La Pianificazione e programmazione aziendale – Redazione del Budget d'Esercizio del Budget Economico, degli investimenti e dei Finanziamenti
- Il Controllo di gestione con analisi degli scostamenti fra preventivo e consuntivo
- Il Business Plan ed il suo contenuto
- apertura di un'attività di ristorazione modello Comunica e modelli obbligatori da compilare
- CCIAA, Agenzia dell'Entrate, INAIL, INPS

Il mercato turistico

- Le caratteristiche e le dinamiche del mercato turistico nazionale ed internazionale, enti ed organismi nazionali ed internazionali
- Normativa internazionale e comunitaria del settore

Il marketing

- Tecniche del Marketing Turistico
- Marketing Strategico ed operativo
- Il web Marketing
- Il Marketing Plan semplici esempi