



**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**

**Cucina - Sala - Pasticceria**

**OBIETTIVI DISCIPLINARI - INDIRIZZO SALA E CUCINA**

**Contenuti programmazione di dipartimento**

<b>MODULO</b>	<b>COMPETENZE ATTESE PER LA CLASSE QUINTA</b>	<b>CONOSCENZE</b>	<b>ABILITA'</b>	<b>TEMPI</b>
<b>Il mercato turistico</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 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.</li> <li>• 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.</li> <li>• 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.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Caratteristiche e dinamiche del mercato turistico internazionale</li> <li>• Caratteristiche e dinamiche del mercato turistico nazionale</li> <li>• Enti e organismi internazionali</li> <li>• Enti e organismi interni</li> <li>• Normativa internazionale e comunitaria di settore</li> <li>• Normativa nazionale di settore</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificare le caratteristiche del mercato turistico</li> <li>• Analizzare il mercato turistico e interpretarne le dinamiche</li> <li>• Riconoscere gli elementi principali della normativa nazionale, internazionale e comunitaria di riferimento</li> <li>• Individuare le risorse per promuovere e potenziare il turismo integrato</li> </ul>	<b>Primo quadrimestre</b>
<b>Il marketing</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Supportare la pianificazione e la gestione dei processi di approvvigionamento, di produzione e di vendita in un'ottica di qualità e di sviluppo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tecniche di marketing turistico</li> <li>• Marketing pubblico, privato</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analizzare il mercato turistico e interpretarne le dinamiche</li> <li>• Distinguere le caratteristiche del</li> </ul>	<b>secondo quadrimestre</b>

	<p>della cultura dell'innovazione</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 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.</li> <li>• 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.</li> </ul>	<p>e integrato</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Analisi interna ed esterna</li> <li>• Targeting, posizionamento e scelte strategiche</li> <li>• Leve di marketing</li> <li>• Tecniche e strumenti di web-marketing</li> <li>• Piano di marketing</li> </ul>	<p>mercato turistico</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Individuare le risorse per promuovere il turismo integrato</li> <li>• Operare scelte di marketing strategico</li> <li>• Utilizzare le leve di marketing mix</li> <li>• Utilizzare le tecniche di marketing con particolare attenzione agli strumenti digitali</li> <li>• Realizzare in semplici situazioni operative un piano di marketing</li> </ul>	
<p><b>Pianificazione, programmazione e controllo di gestione</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 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</li> <li>• 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.</li> <li>• 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.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analisi dell'ambiente e scelte strategiche</li> <li>• Pianificazione e programmazione aziendale</li> <li>• Vantaggio competitivo</li> <li>• Controllo di gestione</li> <li>• Budget e tipologie di budget</li> <li>• Controllo budgetario e report</li> <li>• Business plan e suo contenuto</li> <li>• Marketing plan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Individuare gli elementi alla base di una strategia aziendale</li> <li>• Riconoscere i punti di forza e di debolezza di un'impresa</li> <li>• Riconoscere le opportunità e le minacce per un'impresa provenienti dall'ambiente esterno</li> <li>• Analizzare casi aziendali esprimendo valutazioni personali sulle strategie adottate dalle imprese</li> <li>• Individuare le funzioni e gli elementi del budget</li> <li>• Redigere il budget degli investimenti</li> <li>• Redigere i budget settoriali e il budget economico</li> <li>• Calcolare gli scostamenti tra dati effettivi e dati programmati</li> <li>• Redigere un business plan in situazioni operative semplificate</li> </ul>	<p><b>Primo quadrimestre</b></p>
<p><b>Le abitudini alimentari e l'economia del territorio</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Utilizzare tecniche tradizionali e innovative di lavorazione, di organizzazione, di commercializzazione dei servizi e dei prodotti enogastronomici, ristorativi e di accoglienza turistico-alberghiera,</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Consumi alimentari e abitudini alimentari</li> <li>• Fattori che incidono sui consumi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Individuare i fattori che incidono sui consumi e sulle abitudini alimentari</li> <li>• Analizzare i fattori economici territoriali che condizionano le</li> </ul>	<p><b>secondo quadrimestre</b></p>

	<p>promuovendo le nuove tendenze alimentari ed enogastronomiche.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 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.</li> <li>• 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.</li> </ul>	<p>alimentari</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tendenze in campo alimentare</li> <li>• Economia del territorio</li> <li>• Normativa di settore</li> <li>• Marchi di qualità alimentare</li> <li>• Prodotti a chilometro zero</li> </ul>	<p>abitudini alimentari</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Individuare gli elementi costitutivi di un marchio</li> <li>• Classificare i marchi</li> <li>• Illustrare la procedura di attribuzione di un marchio</li> <li>• Riconoscere le caratteristiche dei prodotti a chilometro zero</li> </ul>	
--	--	---	---	--

## 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