

**I. P. S. E. O. A. S. C. “G. DE CAROLIS”
SPOLETO**

CONTENUTI DISCIPLINARI

di

DIRITTO E TECNICHE AMMINISTRATIVE DELLA STRUTTURA RICETTIVA

Indirizzo: SERVIZI PER L’ENOGASTRONOMIA E L’OSPITALITÀ ALBERGHIERA

Articolazione: ENOGASTRONOMIA e SALA E VENDITA

CLASSI 5

**LIBRO DI TESTO: DIRITTO E TECNICA AMMINISTRATIVA DELL’IMPRESA
RICETTIVA E TURISTICA- NUOVA EDIZIONE**

QUINTO ANNO

ENOGASTRONOMIA E SERVIZI DI SALA E DI VENDITA

CASA EDITRICE: LIVIANA

AUTRICI: CATERINA DE LUCA- MARIA TERESA FANTOZZI

ISBN 978-88-494-7120-5

CONTENUTI DA SVILUPPARE

MODULO A – IL TURISMO E LE FONTI DEL DIRITTO

Unità didattica n° 1 – Il fenomeno turistico

Chi è il turista? Forme di turismo. Il turismo sostenibile e responsabile. Nascita ed evoluzione del turismo in Italia. I cambiamenti negli stili alimentari. Gli effetti del turismo sull'economia nazionale. La bilancia turistica italiana. Il PIL. La bilancia dei pagamenti. Le fonti statistiche.

Unità didattica n° 2 – Le fonti del diritto comunitario e internazionale

La gerarchia delle fonti del diritto in Italia. Le istituzioni dell'UE. Breve storia dell'Unione Europea. Le fonti del diritto comunitario. Fonti primarie: i Trattati dell'Unione europea e la Carta dei diritti fondamentali. Fonti derivate: i Regolamenti e le Decisioni generali; le Direttive; le Decisioni individuali; le Raccomandazioni e i Pareri. Altri strumenti giuridici delle istituzioni comunitarie (Atti atipici): le Risoluzioni o Dichiarazioni; le Comunicazioni; i Libri Verdi e i Libri Bianchi. Gli accordi internazionali della UE. Gli accordi tra gli Stati membri.

MODULO B – LA LEGISLAZIONE TURISTICA

Unità didattica n° 1 – Le norme obbligatorie per l'impresa

Gli obblighi dell'imprenditore. I requisiti per l'avvio dell'impresa. La capacità all'esercizio dell'impresa. L'obbligo delle scritture contabili. Le procedure concorsuali. La tutela della privacy.

Unità didattica n° 2 – La disciplina dei contratti di settore

Il contratto ristorativo. Le caratteristiche del contratto ristorativo. Il contratto di catering. Il contratto di banqueting. Le norme da applicare ai contratti ristorativi. Il Codice del Consumo: la tutela del cliente-consumatore. La responsabilità del ristoratore. I contratti tra imprese ristorative e imprese di viaggi.

MODULO C – LE POLITICHE DI VENDITA NELLA RISTORAZIONE

Unità didattica n° 1 – Il marketing: concetti generali

L'evoluzione del concetto di marketing. Il Customer Relationship Management (CRM). Il marketing turistico territoriale.

Unità didattica n° 2 – Le tecniche del marketing

Il marketing strategico e operativo. Il piano di marketing. L'analisi della situazione esterna: le ricerche di mercato, l'analisi della domanda, l'analisi della concorrenza. L'analisi della situazione interna: la quota di mercato di un'impresa ristorativa, il posizionamento dell'impresa sul mercato, l'analisi SWOT. Gli obiettivi di marketing e il ciclo di vita del prodotto: il ciclo di vita del prodotto. Le strategie di marketing mix: la politica del prodotto, la politica dei prezzi, la distribuzione, le forme di comunicazione (la pubblicità, la promozione, le pubbliche relazioni, il direct marketing e il web marketing). Il controllo e la valutazione dei risultati.

MODULO D – IL SISTEMA COSTI-RICAVI-REDDITO

Unità didattica n° 1 – La contabilità dei costi

Come si classificano i costi. Costi fissi e costi variabili. Costi diretti e indiretti. Gli oneri figurativi e l'economicità della gestione. La graduale formazione del costo di produzione: il costo primo, il costo complessivo, il costo economico-tecnico.

Il Break even point (analisi del punto di equilibrio). Il diagramma di redditività.

Unità didattica n° 2- La determinazione dei prezzi di vendita

La politica dei prezzi. I metodi di determinazione del prezzo: il metodo del food cost e il metodo del costo totale (full costing).

MODULO E: - LA PROGRAMMAZIONE AZIENDALE

Unità didattica n° 1 – Programmazione e controllo di gestione

Perché programmare? I tempi della programmazione. Il budget. Come si costruisce il budget? Il budget economico. Il controllo budgetario (budgetary control) . Vantaggi e limiti del budget.

Unità didattica n° 2 – La programmazione di una nuova iniziativa imprenditoriale: il business plan

Dall'idea imprenditoriale al business plan. Le fasi per realizzare un business plan: la business idea, l'analisi del contesto esterno, l'analisi del contesto interno, la definizione delle strategie.

I preventivi d'impianto: il piano degli investimenti, il piano economico-finanziario. Il preventivo economico. La valutazione dei dati. La fase di start up.