

CONTENUTI DISCIPLINARI

Diritto e Tecniche Amministrative della Struttura Ricettiva

Indirizzo: **Accoglienza Turistica**

Classi: 5[^]

Libro di testo: Caterina De Luca - Maria Teresa Fantozzi, *Diritto e tecnica amministrativa dell'Impresa turistica - Quinto anno: Accoglienza turistica*, DEA SCUOLA, Novara, 2017.

MODULO A – Il turismo e le fonti del diritto

UD1 Il fenomeno turistico

Chi è il turista? Forme di turismo. Il turismo sostenibile e responsabile. Gli effetti del turismo sull'economia nazionale. La Bilancia dei pagamenti: la Bilancia dei pagamenti in Italia.

UD2 Le dinamiche del mercato turistico in Europa e nel mondo

Le fonti statistiche. Gli indici di ricettività e di turisticità. Un settore in rapida crescita. Le macroaree del turismo mondiale. Le minacce del mercato turistico. Le opportunità del mercato turistico. Il posizionamento dell'Italia: l'andamento della domanda turistica - alcune criticità - l'importanza del brand Italia. I cambiamenti negli stili alimentari (cenni).

UD3 Le fonti del diritto comunitario e internazionale

La gerarchia delle fonti del diritto in Italia. Le istituzioni dell'UE. Le fonti del diritto comunitario: le fonti primarie • le fonti derivate. Gli accordi internazionali.

UD4 La politica europea per il turismo

Perché una politica per il turismo. Dal Trattato di Lisbona a oggi | 2009: Trattato di Lisbona | 2010: Comunicazione della Commissione Europea "L'Europa prima destinazione turistica mondiale" | 2011: Regolamento UE 692/2011 | 2011: Risoluzione sulla mobilità e l'inclusione delle persone con disabilità | 2015: Risoluzione sulle nuove sfide e strategie per la promozione del turismo in Europa.

MODULO B – La legislazione turistica

UD1 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* (D. Lgs.n. 196/03): la *privacy* in hotel. La sicurezza e salute sul luogo di lavoro: il Testo Unico sulla Sicurezza sul Lavoro (TUSL) - i soggetti coinvolti nella gestione della sicurezza - la valutazione dei rischi - il Documento di Valutazione dei Rischi (DVR) - la vigilanza e il controllo. La prevenzione incendi.

UD2 La disciplina dei contratti di settore

I contratti del settore turistico. La tutela del viaggiatore nell'UE. Il Codice del Turismo. Il pacchetto turistico. Il contratto di vendita del pacchetto turistico: il riconoscimento di un importante diritto, il danno da vacanza rovinata. Il contratto di trasporto: diritti dei viaggiatori a mobilità ridotta (Regolamento UE 1107/2006) - il contratto di trasporto aereo: tipologie di voli - prenotazione on line - overbooking e negato imbarco - cancellazione del volo - ritardo nella partenza - bagaglio -

danni ai passeggeri - code sharing. Il contratto di trasporto marittimo (e per vie navigabili interne): tipologie di trasporti - obbligo di informazioni - rinuncia al viaggio da parte del passeggero - mancata partenza della nave o ritardo - responsabilità per danni - crociere. Il contratto di trasporto ferroviario: titolo di viaggio - tipologie di treni - cancellazione o ritardo del treno - bagaglio - danni per incidente ferroviario. Il contratto di trasporto su strada: tipologie di trasporto. Il contratto d'albergo: le norme da applicare. Il contratto di deposito in albergo. Il contratto di catering e di banqueting in hotel: il contratto di banqueting. La responsabilità dell'albergatore. Il contratto di allotment.

UD3 Le norme volontarie (aspetti essenziali)

Il sistema di qualità. Gli organismi di normazione e le norme ISO: le norme ISO - la certificazione della qualità ISO 9001. I marchi: come vengono tutelati i marchi? Il marchio di qualità "ospitalità italiana". I marchi di qualità dei prodotti agroalimentari e dei vini (cenni).

MODULO C – Le politiche di vendita nella ristorazione

UD1 Il marketing

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

UD2 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 ricettiva - il posizionamento dell'impresa sul mercato - l'analisi SWOT. Gli obiettivi di marketing e 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 | il web marketing. Il controllo e la valutazione dei risultati.

MODULO D – Programmazione e controllo di gestione

UD1 La programmazione aziendale.

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.

UD2 La programmazione di una nuova iniziativa imprenditoriale: il *business plan*

Dall'idea imprenditoriale al business plan. Le fasi per realizzare un business plan: l'analisi del contesto esterno - l'analisi del contesto interno - la forma giuridica dell'impresa - la definizione delle strategie. I preventivi di impianto: il piano degli investimenti - il piano economico-finanziario: il preventivo finanziario | il preventivo economico. La valutazione dei dati. La fase di *start up*.

MODULO E¹ – La contabilità dei costi e la determinazione dei prezzi di vendita

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. La ripartizione dei costi comuni o indiretti. Il *Break even point* (analisi del punto di equilibrio). Il diagramma di redditività. La politica dei prezzi. Metodi matematici di determinazione del prezzo. Il *Revenue management* (cenni).

¹ Dal programma della classe quarta.