

Istituto di Istruzione Secondaria Superiore "Archimede"

PROGRAMMA SVOLTO

DIRITTO E TECNICHE AMMINISTRATIVE DELLE STRUTTURE RICETTIVE

5^B "Sala e vendita"

A.s. 2020/2021

DOCENTE: Prof.ssa Scollo Carmen

Libro di testo: Rascioni, Ferriello - "Gestire le imprese ricettive UP" - Tramontana vol.3

MODULO 1: LA CONTABILITA' GESTIONALE (Rascioni, Ferriello - "Gestire le imprese ricettive Più" - Tramontana, vol.2 per la classe quarta)

- Definizione e scopi della contabilità gestionale
- Classificazioni dei costi: costi fissi e variabili, costi diretti e indiretti
- Configurazioni di costo: costo primo, costo complessivo, costo economico-tecnico
- Metodi di calcolo dei costi: Direct costing e Full costing
- Calcolo del costo complessivo con riparto su base unica e multipla dei costi indiretti
- Break even analysis e diagramma di redditività
- Il food and beverage cost
- Tecniche di controllo dell'approvvigionamento
- Calcolo del livello di riordino e della scorta di sicurezza
- Il food cost
- Calcolo del prezzo di un piatto con il metodo del costo pieno
- Calcolo del prezzo di un piatto con il metodo del fattore

MODULO 2: LA PIANIFICAZIONE STRATEGICA E LA PROGRAMMAZIONE OPERATIVA

- Definizione di scelta strategica e tipi di strategie (di espansione, di consolidamento, di ridimensionamento)
- Le differenze tra pianificazione strategica e programmazione operativa
- Le fasi della pianificazione strategica: analisi dell'ambiente esterno, previsioni, analisi interna, definizione degli obiettivi a m/l termine, scelta delle strategie, redazione del piano strategico, formulazione dei programmi
- La matrice SWOT
- Il piano aziendale e la sua articolazione: linee teoriche generali
- I tipi di vantaggio competitivo
- La programmazione operativa
- Definizione e articolazione del budget d'esercizio
- Il budget economico e i budget settoriali
- Funzione del controllo di gestione
- Budgetary control e analisi degli scostamenti (linee teoriche generali)

MODULO 3: IL BUSINESS PLAN

- Cos'è il business plan
- Il contenuto del business plan

- I prospetti presenti all'interno del business plan: piano degli investimenti, piano finanziario, bilancio di previsione
- Analisi di un business plan

MODULO 4: IL MARKETING STRATEGICO

- Il marketing
- L'orientamento alla produzione, alle vendite, al marketing
- Il marketing turistico (pubblico, privato, integrato)
- Le fasi del marketing strategico: analisi interna, analisi esterna, segmentazione, targeting, posizionamento
- Le fonti informative per l'analisi di mercato: statistiche e ricerche di mercato
- Le indagini periodiche sulla customer satisfaction
- La determinazione della quota di mercato
- La segmentazione della domanda: definizione, scopo e criteri
- Il target
- Analisi della concorrenza
- Costruzione della mappa di posizionamento

MODULO 5: IL MARKETING OPERATIVO

- Gli strumenti del marketing mix (le 4 P)
- Il prodotto turistico e il prodotto delle imprese ristorative
- Il ciclo di vita del prodotto
- Fattori che influenzano le scelte di marketing operativo sul prezzo (costi, prezzi della concorrenza, domanda)
- Determinazione del prezzo di vendita in base ai costi: metodo del costo pieno e metodo del fattore
- Scelta del prezzo in base alla concorrenza: prezzi allineati, di penetrazione e di scrematura
- Scelta dei prezzi in base alla domanda: diversificazione dei prezzi in base alla clientela o alla stagionalità
- I canali di distribuzione
- La comunicazione: pubblicità, promozione, pubbliche relazioni, direct marketing e web marketing
- Gli strumenti del web marketing

MODULO EDUCAZIONE CIVICA: LE ORGANIZZAZIONI INTERNAZIONALI

- Il lungo cammino verso l'integrazione europea
- Le istituzioni europee
- Le fonti comunitarie
- Gli organismi internazionali

Data 28/05/2021

Docente

Prof.ssa Carmen Scollo