

A. S. 2024/2025

Programma di DIRITTO E TECNICA AMMINISTRATIVA NELLE STRUTTURE

RICETTIVE

Classi: QUINTE

Quadro orario (N. ore settimanali): 4

Libro di testo:

ISBN 9788849471335

DIRITTO E TECNICHE AMMINISTRATIVE DELLA STRUTTURA RICETTIVA / VOLUME 3 CLASSE V ENOGASTRONOMIA

- SALA E VENDITA + EBOOK

FANTOZZI M. T. DE LUCA C.

LIVIANA

ISBN 9788849471281

DIRITTO E TECNICHE AMMINISTRATIVE DELLA STRUTTURA RICETTIVA / VOLUME 3 CLASSE V ACCOGLIENZA

TURISTICA + EBOOK

FANTOZZI M. T. DE LUCA C.

LIVIANA

PROGRAMMA DI DIRITTO E TECNICA AMMINISTRATIVA DELLE STRUTTURE

RICETTIVE

CLASSE V

UDA N° 1 CLASSE QUINTA
DISCIPLINA: DIRITTO E TECNICA AMMINISTRATIVA

Denominazione UDA	Primo bimestre UDA N° 1 Tematica generale: Conoscere per valorizzare Focus Ed. Civica: Valorizzazione e tutela del patrimonio Agenda2030 Nucleo tematico fondamentale di indirizzo 2. Pianificazione e gestione di prodotti e/o di servizi, con particolare riguardo ai seguenti ambiti: identificazione delle risorse, valutazione dei mutamenti delle tendenze di acquisto e di consumo, controllo della qualità, ottimizzazione dei risultati, efficienza aziendale e sostenibilità ambientale. 7. Lettura e promozione del territorio, dalla corretta rilevazione delle sue risorse alla selezione di eventi rappresentativi delle sue specificità; adozione di tecniche efficaci per la pubblicizzazione degli eventi; valorizzazione di prodotti e servizi, che interconnettono ambiti culturali e professionali
Competenze di riferimento Area generale	Individuare ed utilizzare le moderne forme di comunicazione visiva e multimediale, anche con riferimento alle strategie espressive e agli strumenti tecnici della comunicazione in rete.
Competenze di indirizzo	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

Abilità	Saper riconoscere l'evoluzione nel tempo del marketing e l'importanza delle diverse strategie di marketing Individuare il marketing-mix idoneo al raggiungimento di obiettivi specifici
Conoscenze	L'evoluzione del concetto di marketing Marketing turistico territoriale: Micromarketing, micromarketing e marketing integrato Piano di marketinganalisi ambiente interno ed esterno, analisi SWOT, obiettivi e studio delle strategie 4 P: prodotto, prezzo, distribuzione e comunicazione Analisi dei risultati e azioni correttive
Attività e metodologie	ATTIVITA' Analisi di marketing di un' azienda turistica Attività : si parte attraverso l'analisi SWOT di un hotel o ristorante, dopo aver risposto ad un questionario ,creare lo SWOT CHART ed analizzare e individuare delle strategie competitive efficaci. Metodologia: laboratoriale ATTIVITA' Creazione di un messaggio pubblicitario Analizzare le nuove strategie di comunicazione affinché le aziende siano competitive. Analizzare il cambiamento avvenuto nelle strategie della comunicazione attraverso visione di video, e creare un messaggio di pubblicità per una nuova azienda che opera sul mercato turistico. E confronto tra le varie proposte

UDA N° 2 CLASSE QUINTA
DISCIPLINA: DIRITTO E TECNICA AMMINISTRATIVA

Denominazione UDA	Secondo bimestre UDA N° 2 Tematica generale: Made in Italy Focus Ed.Civica: Agenda 2030 Nucleo tematico fondamentale di indirizzo 1. Predisposizione di prodotti e/o servizi che abbiano come riferimento i bisogni, le attese e i profili dietetici e/o culturali del cliente, focalizzandosi, in particolare, sugli stili di alimentazione, sui contesti culturali e sui modelli di ospitalità Nucleo tematico fondamentale di indirizzo 5. Valorizzazione del "made in Italy" come area integrata tra individuazione dei prodotti di qualità organizzazione ottimale dei processi produttivi e/o dei servizi, adozione di efficaci strategie di comunicazione e di commercializzazione
Competenze di riferimento Area generale	6. Riconoscere il valore e le potenzialità dei beni artistici e ambientali 7. Individuare ed utilizzare le moderne forme di comunicazione visiva e multimediale, anche con riferimento alle strategie espressive e agli

	strumenti tecnici della comunicazione in rete
Competenze di indirizzo	8 Realizzare pacchetti di offerta turistica integrata con i principi di sostenibilità ambientale, promuovendo la vendita dei servizi e dei prodotti coerenti con il contesto territoriale usando il web
Abilità	- Comprendere il fenomeno turistico nei suoi molteplici aspetti sociali ed economici - Distinguere i diversi aspetti del turismo sulla situazione economica del Paese Riconoscere l'importanza delle azioni volte a garantire la sostenibilità del turismo
Conoscenze	Il fenomeno turistico e le forme del turismo Il turismo sostenibile e responsabile Gli effetti del turismo sull'economia nazionale
Attività e metodologie	Attività Analizzare le nuove forme di mercato turistico tramite la lettura di un testo, con particolare riferimento alla sostenibilità. Sviluppo sostenibile e i nuovi modelli agroalimentari Individuare i criteri chiave e analizzare. Attività: ricercare i prodotti del MADE IN ITALY e analizzare gli effetti sull'economia nazionale. Metodologia: Project-based learning Perché usare o non i prodotti del Made in Italy?
UDA N° 3 CLASSE QUINTA DISCIPLINA: DIRITTO E TECNICA AMMINISTRATIVA	
Denominazione UDA	Terzo bimestre UDA N° 3 Tematica generale: Prevenzione, salute e benessere Focus Ed. Civica La Costituzione e la tutela della salute Nucleo tematico fondamentale di indirizzo 3. Programmazione e attivazione degli interventi di messa in sicurezza nella lavorazione di prodotti e/o nell'allestimento di servizi: dalle procedure dei piani di autocontrollo all'implementazione della prevenzione dei rischi sul luogo di lavoro, alla connessione tra sicurezza, qualità e privacy. 4. Cultura della "Qualità totale" dei prodotti e dei servizi: come si esprime e si realizza nella valorizzazione delle tipicità e nell'integrazione con il territorio, nei marchi di qualità, nella digitalizzazione dei processi e nel sostegno all'innovazione.
Competenze di riferimento Area generale	11. Padroneggiare l'uso di strumenti tecnologici con particolare attenzione alla sicurezza e alla tutela della salute nei luoghi di vita e di lavoro, alla tutela della persona, dell'ambiente e del territorio
Competenze di indirizzo	3. Applicare correttamente il sistema HACCP, la normativa sulla sicurezza e sulla salute nei luoghi di lavoro
Abilità	Riconoscere l'importanza delle norme sulla sicurezza

	Distinguere i contratti ristorativi e riconoscere le responsabilità del ristoratore Comprendere l'importanza e gli effetti dei sistemi di qualità
Conoscenze	Le norme obbligatorie per l'impresa Le norme sulla sicurezza alimentare La disciplina dei contratti: il contratto ristorativo, le responsabilità del ristoratore, tipologie dei contratti nel settore ristorativo Catering e banqueting Le norme volontarie: Qualità e certificazione. Marchi di qualità
Attività e metodologie	Attività: Ricerca di catering e banqueting e norme applicabili. Analisi e lettura di contratti ristorativi e commento delle relative norme applicabili. Analisi di un caso: analizzare la tracciabilità e rintracciabilità sulle certificazioni di qualità Debate: Perché è importante la tracciabilità o la rintracciabilità di un prodotto?
UDA N° 4 CLASSE QUINTA DISCIPLINA: DIRITTO E TECNICA AMMINISTRATIVA	
Denominazione UDA	Quarto bimestre Quarto bimestre UDA N° 4 (Orientamento formativo) Tematica generale: La costruzione del futuro tra competenze e prospettive Focus Ed. Civica: La cittadinanza digitale Nucleo tematico fondamentale di indirizzo 6. Sviluppo delle attività e delle figure professionali tra tradizione e innovazione: diffusione della cultura di una sana e corretta alimentazione; introduzione di nuovi alimenti e/o di nuove tipologie di servizi; nuove tendenze del turismo e nuovi modelli di gestione aziendale. 4. Cultura della "Qualità totale" dei prodotti e dei servizi: come si esprime e si realizza nella valorizzazione delle tipicità e nell'integrazione con il territorio, nei marchi di qualità, nella digitalizzazione dei processi e nel sostegno all'innovazione.
Competenze di riferimento Area generale	8. Utilizzare le reti e gli strumenti informatici nelle attività di studio, ricerca e approfondimento
Competenze di indirizzo	10. 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.
Abilità	Comprendere gli scopi della programmazione come strumento di controllo della gestione Distinguere la pianificazione strategica dalla programmazione d'esercizio Comprendere le problematiche da affrontare nello studio di fattibilità di una nuova impresa Saper redigere il business plan di un'impresa a dati semplificati
Conoscenze	Programmazione aziendale



Istituto Istruzione Superiore

con convitto annesso

"Ignazio e Vincenzo Florio"

Via Mario Barresi, 26 - 91016 Erice (Casa Santa)

TEL. +39 0923 556001

e-mail : tpis03300r@istruzione.it, p.e.c.: tpis03300r@pec.istruzione.it

sito internet www.istitutoflorioerice.edu.it



	Budget Controllo budgetario Business plan
Attività e metodologie	Attività Studio di fattibilità : dalla business idea al business plan; Metodologie Analisi di un caso aziendale e problem solving

Il Coordinatore di Dipartimento discipline Giuridiche ed Economiche

Prof.ssa Francesca LA SALA