**CORSO DI STUDI: SALA E VENDITA**

**CLASSE QUINTA SERVIZI ENOGASTRONOMICI**

**NUCLEI FONDANTI DELLA DISCIPLINA:** **DIRITTO E TECNICA AMM.VA DELLE STRUTTURE RICETTIVE**

MODULO A IL TURISMO E LE FONTI DEL DIRITTO

1 Definizione ed evoluzione del turismo.

2 Aspetti sociali ed economici del turismo.

3 Turismo sostenibile e turismo responsabile.

4 Fonti del diritto nazionale, comunitario ed internazionale

MODULO B LA LEGISLAZIONE TURISTICA

1 Requisiti ed obblighi dell’imprenditore.

2 La capacità di esercizio dell’impresa.

3 Le procedure concorsuali.

4 Le scritture obbligatorie.

5 Le norme sulla privacy e sulla sicurezza sul lavoro.

6 Le caratteristiche e le norme che regolamentano il contratto ristorativo.

7 Le responsabilità del ristoratore.

8 Il sistema qualità ed i marchi di settore.

MODULO C LE POLITICHE DI VENDITA NELLA RISTORAZIONE

1 Evoluzione del concetto di marketing.

2 Marketing territoriale.

3 Marketing strategico ed operativo.

4 Ciclo di vita del prodotto ed obiettivi di marketing.

5 Strategie di marketing.

MODULO D LA PROGRAMMAZIONE AZIENDALE

1 Programmazione aziendale.

2 Business Plan di una impresa ristorativa.

**COMPETENZE**: Individuare le nuove tendenze di filiera, valorizzando e promuovendo i prodotti tipici e le tradizioni locali; adeguare produzione e vendita in relazione alla domanda dei mercati; applicare le normative vigenti, nazionali e comunitarie, che disciplinano i processi dei servizi, con riferimento alla riservatezza, alla sicurezza sui luoghi di lavoro, alla trasparenza e tracciabilità dei prodotti, alle responsabilità degli operatori produttivi; individuare le nuove tendenze di filiera, valorizzando e promuovendo i prodotti tipici e le tradizioni locali; adeguare produzione e vendita in relazione alla domanda dei mercati; promuovere e gestire i servizi turistico-ristorativi attraverso la progettazione di servizi per valorizzare le risorse culturali.

**ABILITA**’: Comprendere il fenomeno turistico nei suoi molteplici aspetti sociali ed economici; distinguere i diversi effetti del turismo sulla situazione economica di un Paese; comprendere i requisiti e gli obblighi degli imprenditori commerciali; riconoscere le applicazioni della legge sulla privacy nell’impresa ristorativa; 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; riconoscere l’evoluzione nel tempo del concetto di marketing; descrivere le diverse fasi di un piano di marketing; individuare il marketing mix idoneo al raggiungimento di obiettivi specifici; comprendere gli scopi della programmazione aziendale come strumento di controllo di gestione.

**CONOSCENZE:** definizione di turista; forme di turismo; turismo sostenibile e responsabile; i cambiamenti negli stili alimentari; effetti del turismo sull’economia nazionale; bilancia turistica e bilancia dei pagamenti; gerarchia delle fonti; istituzioni UE; fonti del diritto comunitario; accordi internazionali obblighi dell’imprenditore; requisiti per l’avvio dell’impresa; capacità all’esercizio dell’impresa; obbligo delle scritture contabili; procedure concorsuali; tutela della privacy; sicurezza e salute nei luoghi di lavoro il problema della sicurezza alimentare; la strategia di sicurezza “dai campi alla tavola”, l’EFSA; HACCP; controlli integrati in filiera; tracciabilità; rintracciabilità; l’etichettatura contratto ristorativo, di catering e di banqueting; le norme da applicare ai contratti ristorativi; Codice del consumo; contratti tra imprese ristorative ed imprese di viaggi; sistema di qualità; organismi di normazione e le ISO; i marchi; marchi di qualità dei prodotti agroalimentari; marchi di qualità dei vini; prodotti a km 0; i presidi “slow food; marketing turistico territoriale; marketing strategico ed operativo; piano di marketing; analisi della situazione interna ed esterna; obiettivi di marketing e ciclo di vita del prodotto; marketing mix; idea imprenditoriale e business plan; fasi di realizzazione di un business plan.

N.B. I candidati:

* potranno integrare il programma, ma non potranno in alcun modo presentare un programma che non contempli tutti gli argomenti indicati;
* potranno utilizzare come testi di riferimento i manuali adottati dalla scuola reperibili nella sezione “LIBRI DI TESTO” del sito della scuola.