

I.S.I.S. "EINAUDI- A. CECCHERELLI" PIOMBINO (LI)

Classe 5° D Sala. - A.S. 2019 / 2020

Disciplina : **Diritto e tecniche amministrative della struttura ricettiva**

Indirizzo: **Servizi per l'enogastronomia e l'ospitalità alberghiera - Servizi di sala e di vendita**

Docente : **Prof. Giulio Capitani.**

UDA 1 - IL MERCATO TURISTICO - Tempi di realizzazione : 25 Ore

CONOSCENZE	COMPETENZE	ABILITA'	METODI E STRUMENTI	VERIFICHE
<ul style="list-style-type: none">• Caratteristiche e dinamiche del mercato turistico nazionale e internazionale• Enti e organismi interni e internazionali• Normativa internazionale e comunitaria di settore• Normativa nazionale di settore	<ul style="list-style-type: none">• Adeguare la produzione e la vendita dei servizi di accoglienza e di ospitalità in relazione alle richieste dei mercati e della clientela• Redigere relazioni tecniche e documentare le attività individuali e di gruppo relative a situazioni professionali	<ul style="list-style-type: none">• Identificare le caratteristiche del mercato turistico• Analizzare il mercato turistico e interpretarne le dinamiche• Riconoscere gli elementi principali della normativa nazionale, internazionale e comunitaria di riferimento	<ul style="list-style-type: none">• Libri di testo (Gestire le imprese ricettive, Rascioni – Ferriello, Tramontana)• Appunti del docente• Sussidi didattici e/o di approfondimento• LIM-Strumenti multimediali• Fotocopie di articoli del settore turistico-alberghiero• Casi aziendali	<ul style="list-style-type: none">• Prove strutturate, semi-strutturate, prove orali• Il recupero avverrà in itinere

MODULO 2 - IL MARKETING - Tempi di realizzazione : 40 ORE

CONOSCENZE	COMPETENZE	ABILITA'	METODI E STRUMENTI	VERIFICHE
<ul style="list-style-type: none"> • Tecniche di marketing turistico • Marketing pubblico, privato e integrato • Analisi interna e esterna • Targeting e posizionamento • Leve di marketing • Tecniche e strumenti di web-marketing • Piano di marketing 	<ul style="list-style-type: none"> • Interpretare la richiesta e lo sviluppo dei mercati • Adeguare e organizzare la produzione e la vendita in relazione alla domanda dei mercati • Utilizzare le nuove tecnologie nell'ambito della produzione, dell'erogazione, della gestione del servizio, della comunicazione, della vendita e del marketing di settore • Individuare le strategie appropriate per la soluzione dei problemi • Documentare le attività individuali e di gruppo relative a situazioni professionali 	<ul style="list-style-type: none"> • Analizzare il mercato turistico e interpretarne le dinamiche • Distinguere le caratteristiche del mercato turistico • Individuare le risorse per promuovere il turismo integrato • Operare scelte di marketing strategico • Utilizzare le leve di marketing mix • Utilizzare le tecniche di marketing con particolare attenzione agli strumenti digitali • Realizzare in semplici situazioni operative un piano di marketing 	<ul style="list-style-type: none"> • Libri di testo (Gestire le imprese ricettive, Rascioni – Ferriello, Tramontana) • Appunti del docente • Sussidi didattici e/o di approfondimento • LIM-Strumenti multimediali • Fotocopie di articoli del settore turistico-alberghiero • Casi aziendali 	<ul style="list-style-type: none"> • Prove strutturate, semi-strutturate, prove orali • Il recupero avverrà in itinere

MODULO 3 - PIANIFICAZIONE, PROGRAMMAZIONE E CONTROLLO DI GESTIONE - Tempi di realizzazione : 48 ORE

CONOSCENZE	COMPETENZE	ABILITA'	METODI E STRUMENTI	VERIFICHE
<ul style="list-style-type: none"> • Pianificazione e programmazione aziendale • Budget e tipologie di budget • Controllo di gestione • Business plan e suo contenuto 	<ul style="list-style-type: none"> • Individuare le strategie appropriate per la soluzione dei problemi • Redigere relazioni tecniche e documentare le attività individuali e di gruppo relative a situazioni professionali 	<ul style="list-style-type: none"> • Individuare gli elementi alla base di una strategia aziendale • Riconoscere i punti di forza e di debolezza di un'impresa • Riconoscere le opportunità e le minacce per un'impresa • Analizzare casi aziendali esprimendo valutazioni personali sulle strategie adottate dalle imprese • Individuare le funzioni e gli elementi del budget • Redigere un business plan in situazioni operative semplificate 	<ul style="list-style-type: none"> • Libri di testo (Gestire le imprese ricettive, Rascioni – Ferriello, Tramontana) • Appunti del docente • Sussidi didattici e/o di approfondimento • LIM-Strumenti multimediali • Fotocopie di articoli del settore turistico-alberghiero • Casi aziendali 	<ul style="list-style-type: none"> • Prove strutturate, semi-strutturate, prove orali • Il recupero avverrà in itinere

MODULO 4 - LA NORMATIVA DEL SETTORE TURISTICO ALBERGHIERO - Tempi di realizzazione : 8 ORE

CONOSCENZE	COMPETENZE	ABILITA'	METODI E	VERIFICHE
-------------------	-------------------	-----------------	-----------------	------------------

			STRUMENTI	
	<ul style="list-style-type: none"> • Applicare la normativa in materia di igiene alimentare e tracciabilità dei prodotti 	<ul style="list-style-type: none"> • Individuare norme e procedure per la tracciabilità dei prodotti • <input type="checkbox"/> Conoscere la normativa in materia di igiene alimentare. • <input type="checkbox"/> Conoscere le norme volontarie ISO 9000 	<ul style="list-style-type: none"> • Libri di testo (Gestire le imprese ricettive, Rascioni – Ferriello, Tramontana) • Appunti del docente • Sussidi didattici e/o di approfondimento • LIM-Strumenti multimediali • Fotocopie di articoli del settore turistico-alberghiero • Casi aziendali 	<ul style="list-style-type: none"> • Prove strutturate, semi-strutturate, prove orali • Il recupero avverrà in itinere

MODULO 5 - LE ABITUDINI ALIMENTARI E L'ECONOMIA DEL TERRITORIO - Tempi di realizzazione : 15

			METODI E	
--	--	--	-----------------	--

CONOSCENZE	COMPETENZE	ABILITA'	STRUMENTI	VERIFICHE
<ul style="list-style-type: none"> • Abitudini alimentari ed economia del territorio • Economia del territorio • Normativa di settore 	<ul style="list-style-type: none"> • Adeguare la produzione e la vendita in relazione alle richieste dei mercati e della clientela • Operare nel sistema produttivo promuovendo le tradizioni locali 	<ul style="list-style-type: none"> • Individuare i fattori che incidono sui consumi e sulle abitudini alimentari • Individuare gli elementi costitutivi di un marchio • Classificare i marchi • Illustrare la procedura di attribuzione di un marchio 	<ul style="list-style-type: none"> • Libri di testo (Gestire le imprese ricettive, Rascioni – Ferriello, Tramontana) • Appunti del docente • Sussidi didattici e/o di approfondimento • LIM-Strumenti multimediali • Fotocopie di articoli del settore turistico-alberghiero • Casi aziendali 	<ul style="list-style-type: none"> • Prove strutturate, semi-strutturate, prove orali • Il recupero avverrà in itinere