

**ISTITUTO DI ISTRUZIONE SUPERIORE
"ENZO FERRARI "
BATTIPAGLIA**

**ANNO SCOLASTICO 2018-2019
INDIRIZZO IPSEA**

CLASSE V PRODUZIONE DOLCIARIA

**PROGRAMMA DI:
DIRITTO E TECNICHE AMMINISTRATIVE DELLA STRUTTURA RICETTIVA**

DOCENTE: prof.ssa BUCCELLA MARIA LUISA

LIBRO DI TESTO: STRUMENTI GESTIONALI PER IL TURISMO

**Autori: Maria Rosaria Cesarano-Maria Dolores Esposito-Teresa Acampora
Editore: CLITT**

LA PIANIFICAZIONE AZIENDALE

IL CONSUMATORE AL CENTRO DELLE SCELTE AZIENDALI

Il ruolo della domanda nel processo di pianificazione aziendale

Le abitudini alimentari

- I fattori di natura sociale
- I fattori legati allo sviluppo tecnologico
- I fattori economici
- I fattori culturali

I cambiamenti delle abitudini alimentari in Italia

Tendenze future

IL PROCESSO DI PIANIFICAZIONE E PROGRAMMAZIONE AZIENDALE

Il sistema di pianificazione, programmazione e controllo

Pianificazione e programmazione

Il processo di pianificazione, programmazione e controllo

L'analisi della situazione di partenza:

l'ambiente esterno e l'ambiente interno

- L'analisi dell'ambiente esterno:
il macroambiente e il microambiente
- L'analisi dell'ambiente interno

Definizione della mission, della vision e degli obiettivi strategici generali

La formulazione delle strategie

- Principali orientamenti strategici

La redazione del piano strategico

La programmazione e l'esecuzione del piano

Il controllo

LA REDAZIONE DEL PIANO INDUSTRIALE E DEL BUSINESS PLAN

Il piano

Il business plan

L'approvazione, l'esecuzione e la flessibilità del piano

IL CONTROLLO DI GESTIONE

IL PROCESSO DI CONTROLLO

Il controllo di gestione

- Vantaggi dell'attività di controllo
- Svantaggi dell'attività di controllo

Le fasi del processo di controllo

Il budget

La misurazione e il reporting

La valutazione dei risultati raggiunti

LA REDAZIONE DEL BUDGET

La composizione del budget aziendale

La redazione del budget

Le principali funzioni del budget

L'analisi degli scostamenti

IL MARKETING STRATEGICO

SVILUPPO E RUOLO DEL MARKETING

Definizione di marketing

Azienda e mercato

- Orientamento alla produzione
- Orientamento alla vendita
- Orientamento al mercato
- Orientamento al cliente

Nuove tendenze del marketing

- Co-marketing
- Marketing sociale
- Marketing relazionale
- Marketing non convenzionale
- Marketing tribale
- Green marketing

IL MARKETING STRATEGICO

Il marketing strategico

Bisogni e desideri del consumatore

Tipologie di mercato

La segmentazione della domanda

Le strategie di targeting

- Strategia di targeting indifferenziato
- Strategia di targeting differenziato
- Strategia di targeting concentrato

IL MARKETING OPERATIVO

IL MARKETING MIX

Definizione

Il marketing mix dei servizi

LA POLITICA DEL PRODOTTO

Il prodotto

Il ciclo di vita del prodotto:

introduzione, sviluppo, maturità, declino

Strategie di marketing e ciclo di vita del prodotto:

introduzione, sviluppo, maturità, declino

Il “prodotto ristorativo”

Le innovazioni nella ristorazione

La ristorazione a km 0

LA POLITICA DEL PREZZO

Il prezzo e gli obiettivi aziendali

La determinazione del prezzo

Le politiche del prezzo

LA POLITICA DI DISTRIBUZIONE DEL PRODOTTO

La distribuzione dei prodotti

La distribuzione del servizio ristorativo

La vendita on line dei servizi ristorativi

LA POLITICA DI COMUNICAZIONE

La comunicazione nell'ambito del marketing

Il mix promozionale

- La pubblicità
- La promozione delle vendite
- Le pubbliche relazioni
- Il direct marketing
- La vendita personale

La comunicazione nelle aziende di servizi

IL WEB MARKETING

Il web marketing

Gli strumenti del web marketing

Il web marketing nell'azienda ristorativa

QUALITÀ E SICUREZZA ALIMENTARE

LA QUALITÀ

La qualità dei prodotti alimentari

Il controllo della qualità

L'IGIENE E LA SICUREZZA ALIMENTARE

La normativa in tema di igiene e sicurezza alimentare

La frode alimentare

TRACCIABILITÀ

IL SISTEMA DI TRACCIABILITÀ

Principi generali della tracciabilità

Il sistema della tracciabilità

La rintracciabilità

Gli elementi costitutivi dei processi di tracciabilità

IL DOCENTE Maria Luisa Buccella