

# **PROGRAMMA DI :**

## **Diritto e tecniche amministrative della struttura ricettiva**

### **CLASSE 3<sup>^</sup>**

#### **Strumenti operativi**

- Percentuali
- Calcolo proporzionale
- I documenti della compravendita
- La ricevuta fiscale
- Lo scontrino fiscale
- La fattura
- Il documento di trasporto (Ddt)
- L'Imposta sul Valore Aggiunto (IVA)
- La base imponibile
- Gli adempimenti
- I pagamenti elettronici bancari
- Gli assegni
- La cambiale
- L'interesse
- Lo sconto
- Il montante
- Il valore attuale

#### **Il mercato turistico**

- La domanda turistica
- L'offerta turistica
- Il prodotto turistico
- La bilancia dei pagamenti

#### **L'attività economica**

- I soggetti dell'attività economica
- L'azienda
- Le aziende di produzione o imprese
- Le aziende di consumo e composte
- La gestione dell'impresa
- La classificazione delle imprese

- La forma giuridica dell'impresa
- L'impresa individuale e l'impresa familiare
- Le imprese collettive o società

### **Le imprese turistico-ristorative**

- Le imprese ricettive
- La gestione delle imprese ricettive
- Le imprese ristorative

## **CLASSE 4<sup>^</sup>**

I finanziamenti delle imprese turistico-lavorative.

Il fabbisogno finanziario e i finanziamenti aziendali

I finanziamenti bancari

Interesse e il montante

Lo sconto commerciale e il valore attuale

La contabilità e il bilancio delle imprese turistico-ristorative.

La comunicazione aziendale

Le scritture dell'impresa turistico-ristorativa

Il bilancio d'esercizio

Le voci del bilancio

L'analisi dei costi delle imprese turistico-ristorative.

La classificazione dei costi

I metodi di calcolo dei costi

Il diagramma di redditività

Il food and beverage cost

La fissazione del prezzo di vendita

I contratti delle imprese turistico-ristorative.

I principali contratti

I contratti specifici del settore turistico-ristorativo

Le certificazioni di qualità

I contratti di lavoro e le norme sulla sicurezza del lavoro.

Il mercato del lavoro

Il contratto di lavoro

La retribuzione dei lavoratori dipendenti

Il foglio paga dei lavoratori dipendenti

## **CLASSE 5<sup>^</sup>**

### **LA PROSPETTIVA EUROPEA DEL TURISMO**

1. Breve storia dell'UE
2. Le istituzioni dell'UE
3. Le fonti del diritto comunitario

### **LA POLITICA EUROPEA PER IL TURISMO**

- 1.1 Europa prima destinazione turistica mondiale
- 1.2 Le sfide e le opportunità
- 1.3 Competitività, innovazione, qualità
- 1.4 Diversificazione e sostenibilità
- 1.5 Turismo e risorse

### **LA LEGISLAZIONE TURISTICA**

1. Le norme applicabili
2. Lo statuto dell'imprenditore commerciale
3. Il sistema di gestione della sicurezza
4. Il Testo Unico sulla sicurezza sul lavoro
5. La normativa antincendio
6. L'igiene e la sicurezza alimentare
7. Il codice della privacy

### **LA DISCIPLINA DEI CONTRATTI DI SETTORE**

- 2.1 i contratti ristorativi
- 2.2 le norme da applicare al contratto ristorativo
- 2.3 il Codice del consumo: la tutela del cliente consumatore
- 2.4 la responsabilità del ristoratore
- 2.5 il contratto di catering
- 2.6 il contratto di banqueting
- 2.7 prendere in gestione un ristorante
- 2.8 fare musica nei locali
- 2.9 i contratti tra imprese ristorative ed imprese di viaggi

### **LE NORME VOLONTARIE**

- 3.1 il sistema di qualità
- 3.2 i marchi
- 3.3 i prodotti a kilometro zero
- 3.4 i presidi Slow food

## **LA PROGRAMMAZIONE ED IL BUDGET**

1. La programmazione aziendale
2. La progettazione di una nuova iniziativa imprenditoriale: il business plan
3. La programmazione durante la gestione

## **IL BUDGET NELLE IMPRESE RISTORATIVE**

- 2.1 la struttura ed il contenuto del budget
- 2.2 il budget economico di un'impresa ristorativa
- 2.3 il controllo budgetario
- 2.4 vantaggi e limiti del budget

## **LE POLITICHE DI VENDITA NELLA RISTORAZIONE**

### **IL MARKETING**

1. L'evoluzione del concetto di marketing
2. Il marketing turistico territoriale

### **IL MARKETING STRATEGICO ED OPERATIVO**

- 2.1 il piano di marketing
- 2.2 l'analisi della situazione interna ed esterna
- 2.3 il ciclo di vita del prodotto e gli obiettivi di marketing
- 2.4 gli elementi del marketing mix
- 2.5 le forme di comunicazione
- 2.6 il controllo e la valutazione dei risultati