



Istituto Professionale Servizi  
per l'Enogastronomia e  
l'Ospitalità Alberghiera  
"Carlo Porta"

Via Uruguay 26/2  
20151 Milano

[www.carloportamilano.edu.it](http://www.carloportamilano.edu.it)

C.F. 80194090157  
C.M. MIRH02000X

Tel. 02.38.00.36.86  
Fax 02.30.84.472

[info@carloportamilano.edu.it](mailto:info@carloportamilano.edu.it)

[mirh02000x@istruzione.it](mailto:mirh02000x@istruzione.it)

[mirh02000x@pec.istruzione.it](mailto:mirh02000x@pec.istruzione.it)



MOD.186/UD

<b>Materia</b>	<b>DIRITTO E TECNICHE AMMINISTRATIVE</b>
<b>Classe</b>	<b>5<sup>^</sup> CSV</b>
<b>Docente</b>	<b>Antonio Canino</b>
<b>Libri di testo adottati</b>	<b>Tutto compreso – Diritto e tecniche amministrative della struttura ricettiva vol. 3 – 5° anno F. Cammisa – P. Mastrisciano – M. Micelli / Ed. Scuola &amp; Azienda</b>

<b>Ore di lezione effettuate nell'anno scolastico 2023/2024</b>	
Ore di lezione previste dal piano di studi	<b>132</b>
Ore di lezione effettuate al 15.05.2023	<b>105</b>
Ore di lezione previste per il periodo finale	<b>13</b>

### Competenze disciplinari

<b>Competenza attesa per la disciplina</b>	<b>Raggiunta da</b>		
	<b>Tutti</b>	<b>Maggioranza</b>	<b>Solo alcuni</b>
Applicare le normative vigenti in fatto di sicurezza, trasparenza, qualità e tracciabilità dei prodotti.		<b>X</b>	
Utilizzare tecniche di lavorazione e strumenti gestionali nella produzione di prodotti e servizi enogastronomici relativi alle imprese ristorative e ricettive; redigere sintetiche relazioni tecniche e documenti di pianificazione aziendale; documentare le attività individuali e di gruppo relative a situazioni professionali.		<b>X</b>	
Adeguare e organizzare la produzione e la vendita in relazione alla domanda dei mercati, valorizzando i prodotti tipici.		<b>X</b>	

### Competenze trasversali coinvolte

<b>Competenza trasversale</b>	<b>Raggiunta da</b>		
	<b>Tutti</b>	<b>Maggioranza</b>	<b>Solo alcuni</b>
Imparare ad imparare: individuare, scegliere e utilizzare diverse fonti di informazioni in relazione agli obiettivi prefissati		<b>X</b>	



Emesso il 19.03.2015  
Approvato il 19.03.2015  
Rev. il 13.03.2020



Istituto Professionale Servizi  
per l'Enogastronomia e  
l'Ospitalità Alberghiera  
"Carlo Porta"

Via Uruguay 26/2  
20151 Milano

[www.carloportamilano.edu.it](http://www.carloportamilano.edu.it)

C.F. 80194090157  
C.M. MIRH02000X

Tel. 02.38.00.36.86  
Fax 02.30.84.472

[info@carloportamilano.edu.it](mailto:info@carloportamilano.edu.it)

[mirh02000x@istruzione.it](mailto:mirh02000x@istruzione.it)

[mirh02000x@pec.istruzione.it](mailto:mirh02000x@pec.istruzione.it)



MOD.186/LJD

Agire in modo autonomo e responsabile: pianificare in modo responsabile le attività di studio a casa e rispettare i tempi e le scadenze impartite		<b>X</b>	
Comunicare: saper interagire utilizzando un linguaggio appropriato e una terminologia pertinente		<b>X</b>	
Risolvere problemi: individuare fonti e risorse per risolvere casi e problemi e raccogliere e organizzare dati		<b>X</b>	
Acquisire ed interpretare le informazioni: saper leggere e interpretare correttamente tutte le informazioni ricevute		<b>X</b>	
Collaborare e partecipare: prendere parte attivamente alle lezioni utilizzando le informazioni acquisite per fornire il proprio contributo alla discussione		<b>X</b>	

### Unità di Apprendimento svolte

N°	Titolo	Ore
1	UDA 1 "LA MIA AZIENDA RISTORATIVA ECOSOSTENIBILE"	60
2	UDA 2 "NOI CITTADINI DEL MONDO"	35

#### UDA 1 "LA MIA AZIENDA RISTORATIVA ECOSOSTENIBILE"

##### Conoscenze disciplinari

- **La funzione marketing**

Il marketing management; le ricerche di marketing e l'analisi di mercato; la segmentazione del mercato; il targeting e il posizionamento; il marketing mix - le leve di marketing: il prodotto ed il suo ciclo di vita, le politiche di prezzo, la distribuzione e la promozione; il web marketing; il piano di marketing di un'impresa ristorativa; la SWOT analysis: analisi della situazione esterna ed interna.

- **Il marketing territoriale: gestione, promozione e sviluppo sostenibile del territorio**

I compiti della Pubblica Amministrazione nel turismo; il marketing turistico pubblico e integrato; i prodotti a km zero; l'analisi SWOT di un territorio; le finalità di un piano di marketing turistico territoriale; gli eventi da progettare; un caso di marketing territoriale: "Il cous cous fest"

- **Gestione strategica, budget e business plan:**

La pianificazione strategica, la programmazione operativa e il controllo di gestione; la qualità aziendale e gli indicatori di performances; le funzioni del budget; i budget settoriali; i budget delle imprese ricettive e ristorative; i budget degli investimenti e finanziario; il budget economico generale; il controllo di budget e l'analisi degli scostamenti; il business plan e le sue parti: executive summary, analisi tecnica e politiche di comunicazione e commerciali, l'analisi economica finanziaria,



Emesso il 19.03.2015  
Approvato il 19.03.2015  
Rev. il 13.03.2020



Istituto Professionale Servizi  
per l'Enogastronomia e  
l'Ospitalità Alberghiera  
"Carlo Porta"

Via Uruguay 26/2  
20151 Milano

[www.carloportamilano.edu.it](http://www.carloportamilano.edu.it)

C.F. 80194090157  
C.M. MIRH02000X

Tel. 02.38.00.36.86  
Fax 02.30.84.472

[info@carloportamilano.edu.it](mailto:info@carloportamilano.edu.it)

[mirh02000x@istruzione.it](mailto:mirh02000x@istruzione.it)

[mirh02000x@pec.istruzione.it](mailto:mirh02000x@pec.istruzione.it)



MOD.186/UD

il piano di start-up, il preventivo finanziario ed economico; esempio di business plan di un'impresa turistica.

#### Abilità

- conoscere gli elementi del marketing
- realizzare la mappa di posizionamento ed individuare la strategia di targeting più idonea
- individuare gli elementi necessari per sviluppare un piano di marketing
- effettuare l'analisi SWOT
- segmentare il mercato in base agli obiettivi
- analizzare l'ambiente politico, economico e sociale in cui opera un'impresa turistico-ristorativa
- progettare eventi turistici di interesse culturale e ambientale per la valorizzazione dell'ambito territoriale di appartenenza
- riconoscere i fattori geografici che favoriscono lo sviluppo delle attività turistiche in un territorio
- saper individuare e proporre semplici modelli e strategie che favoriscono la sostenibilità di un'impresa ristorativa
- calcolare gli indici di efficienza ed efficacia
- redigere alcuni semplici budget e analizzare gli scostamenti
- individuare fasi e procedure per redigere il business plan
- saper redigere semplici preventivi d'impianto (piano di start up, preventivo finanziario e preventivo economico)
- calcolare gli indici di redditività e di dipendenza / autonomia finanziaria

#### Competenze attese

- Utilizzare i concetti e i fondamentali strumenti degli assi culturali per comprendere la realtà ed operare in campi applicativi;
- 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;
- redigere relazioni e schemi attraverso l'uso di strumenti informatici e digitali per documentare le attività relative a situazioni professionali;
- Utilizzare le reti e gli strumenti informatici e digitali nelle attività progettuali, di ricerca e di approfondimento disciplinare.

#### UDA 2 "NOI CITTADINI DEL MONDO"

##### Conoscenze disciplinari

- **La normativa di settore**

Le fonti del diritto; le principali fonti costituzionali sul turismo; i principali organismi in materia turistica; la normativa europea; le fonti del diritto europeo: diritto primario (i trattati) e diritto secondario (regolamenti, direttive, decisioni); sviluppo sostenibile e Agenda 2030; le filiere agroalimentari e la loro classificazione; i canali di distribuzione; il sistema di autocontrollo HACCP; la rintracciabilità dei prodotti agroalimentari; i marchi di qualità; i principali contratti di settore.

##### Abilità

- Applicare le normative vigenti, nazionali e internazionali, in fatto di sicurezza, trasparenza, qualità nel settore delle imprese turistiche.
- Individuare la rintracciabilità di un prodotto alimentare
- Riconoscere il significato delle certificazioni di qualità e di tutela del prodotto;



Emesso il 19.03.2015  
Approvato il 19.03.2015  
Rev. il 13.03.2020



Istituto Professionale Servizi  
per l'Enogastronomia e  
l'Ospitalità Alberghiera  
"Carlo Porta"

Via Uruguay 26/2  
20151 Milano

[www.carloportamilano.edu.it](http://www.carloportamilano.edu.it)

C.F. 80194090157  
C.M. MIRH02000X

Tel. 02.38.00.36.86  
Fax 02.30.84.472

[info@carloportamilano.edu.it](mailto:info@carloportamilano.edu.it)

[mirh02000x@istruzione.it](mailto:mirh02000x@istruzione.it)

[mirh02000x@pec.istruzione.it](mailto:mirh02000x@pec.istruzione.it)



MOD.186/UD

- saper individuare e proporre semplici strategie di sviluppo sostenibile;
- distinguere le caratteristiche principali di alcuni contratti del settore turistico – ristorativo

#### Competenze attese

- Agire in riferimento ad un sistema di valori, coerenti con i principi delle Costituzione, in base ai quali essere in grado di valutare fatti e orientare i propri comportamenti personali, sociali e professionali;
- Utilizzare i concetti e i fondamentali strumenti degli assi culturali per comprendere la realtà ed operare in campi applicativi;
- Applicare le più importanti normative vigenti, nazionali e internazionali, in fatto di sicurezza, trasparenza, qualità e mondo del lavoro nel settore delle imprese turistiche e ricettive;
- Riconoscere il significato delle certificazioni di qualità e di tutela del prodotto;
- saper individuare e proporre semplici strategie di sviluppo sostenibile;
- Utilizzare le reti e gli strumenti informatici e digitali nelle attività progettuali, di ricerca e di approfondimento disciplinare.

Le ore previste per il periodo finale saranno dedicate al completamento delle seguenti tematiche: la normativa di settore (sia nazionale che europea); sicurezza e igiene alimentare: filiera produttiva, tracciabilità e rintracciabilità; la disciplina dei più importanti contratti del settore; le certificazioni e i marchi di qualità.

#### Metodologie e strategie di insegnamento

- Lezione frontale e partecipata
- Visione di video e relativo dibattito
- Esercitazioni guidate
- Studio di casi aziendali
- Soluzioni di problemi reali
- Lavori di gruppo

#### Ambienti e strumenti di lavoro

- Videoproiettore collegato al pc per la proiezione di slides, video e materiale vario;
- Office (word, excel, power point);
- Libro di testo;
- Sintesi, tabelle, mappe e materiale didattico forniti dal docente.

Verifiche svolte	Tipologia
Orali 4	Interrogazione, presentazione, lavoro in gruppo Compito di realtà UDA 1 "Progettare un evento o promuovere la mia azienda applicando tecniche di marketing"
Scritte 4	Tema, relazione, presentazione, etc.
Pratiche	



Emesso il 19.03.2015  
Approvato il 19.03.2015  
Rev. il 13.03.2020



Istituto Professionale Servizi  
per l'Enogastronomia e  
l'Ospitalità Alberghiera  
"Carlo Porta"

Via Uruguay 26/2  
20151 Milano

[www.carloportamilano.edu.it](http://www.carloportamilano.edu.it)

C.F. 80194090157  
C.M. MIRH02000X

Tel. 02.38.00.36.86  
Fax 02.30.84.472

[info@carloportamilano.edu.it](mailto:info@carloportamilano.edu.it)

[mirh02000x@istruzione.it](mailto:mirh02000x@istruzione.it)

[mirh02000x@pec.istruzione.it](mailto:mirh02000x@pec.istruzione.it)



Milano, 02/05/2023

Il docente

MOD.186/UD

Antonio Canino



Emesso il 19.03.2015  
Approvato il 19.03.2015  
Rev. il 13.03.2020