



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

Via Uruguay 26/2
20151 Milano

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

mirh02000x@istruzione.it

mirh02000x@pec.istruzione.it



MOD.186/UD

Materia	DIRITTO E TECNICA AMMINISTRATIVA
Classe	5 A eno
Docente	Cristina Carrese
Libri di testo adottati	Cammisa_Matrisciano-Micelli TUTTO COMPRESO VOL. 3 - Scuola & Azienda

Ore di lezione effettuate nell'anno scolastico 2023/2024

Ore di lezione previste dal piano di studi	132
Ore di lezione effettuate al 15.05.24	93
Ore di lezione previste per il periodo finale	16

Competenze disciplinari

Competenza attesa per la disciplina	Raggiunta da		
	Tutti	Maggioranza	Solo alcuni
Applicare le normative vigenti, nazionali e internazionali.		X	
Riconoscere le peculiarità organizzative delle imprese turistiche e contribuire a cercare soluzioni funzionali alle diverse tipologie		X	
Utilizzare tecniche di lavorazione e strumenti gestionali nella produzione di servizi e prodotti enogastronomici e ristorativi		X	

Competenze trasversali coinvolte

Competenza trasversale	Raggiunta da		
	Tutti	Maggioranza	Solo alcuni
Competenza sociale e civica in materia di cittadinanza		X	
Competenza digitale		X	
Competenza imprenditoriale		X	



Emesso il 1
Approvato :
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

C.F. 80194090157

C.M. MIRH02000X

Tel. 02.38.00.36.86
Fax 02.30.84.472

info@carloportamilano.edu.it

mirh02000x@istruzione.it

mirh02000x@pec.istruzione.it



MOD.186/UD

Unità di Apprendimento svolte

N°	Titolo	Ore
1	<p>LA MIA AZIENDA RISTORATIVA ECOSOSTENIBILE</p> <p>Il marketing: -tecniche di marketing turistico (funzioni, analisi e ricerche di mercato, segmentazione, targeting, posizionamento, marketing mix) -il piano di marketing (obiettivi e struttura, analisi SWOT, planning e controllo) -marketing turistico territoriale (gestione, promozione e sviluppo sostenibile del territorio) -i prodotti a km zero Gestione strategica, budget, business plan -Pianificazione strategica, programmazione, controllo -Il budget (funzioni, budget settoriali ed economico generale, controllo, analisi degli scostamenti) -il business plan (analisi del mercato, preventivo finanziario ed economico) -I contratti delle imprese ricettive e ristorative -il contratto di ristorazione, catering, banqueting</p>	70
2	<p>NOI CITTADINI DEL MONDO</p> <p>Dinamiche del mercato turistico e ristorativo -turismo ed economia (aspetti economici del turismo, l'indotto) - -dinamiche del turismo (le nuove tendenze) -abitudini alimentari ed economia del territorio (tendenze dei consumi alimentari in Italia, la ristorazione moderna) -La normativa di settore nazionale ed europea -Igiene alimentare e tutela del consumatore (le filiere agroalimentari, HACCP, tracciabilità e rintracciabilità dei prodotti, etichettatura)</p>	19

Le ore previste per il periodo finale verranno dedicate al ripasso, al recupero e alla preparazione al colloquio.



Emesso il 1
Approvato :
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

C.F. 80194090157
C.M. MIRH02000X

Tel. 02.38.00.36.86
Fax 02.30.84.472

info@carloportamilano.edu.it

mirh02000x@istruzione.it

mirh02000x@pec.istruzione.it



MOD.186/UD

Metodologie e strategie di insegnamento

- lezione partecipata
- studio di casi aziendali
- soluzione di problemi reali

Ambienti e strumenti di lavoro

- aula
- Libro di testo
- Uso di strumenti informatici
- Mappe

Verifiche svolte	Tipologia
Orali 5	(Interrogazione, presentazione, lavoro in gruppo)
Scritte 5	semistrutturate- esercizi-domande aperte
Pratiche	

Milano, 2 maggio 2024

Il docente:
Cristina Carrese