Modulo 1 – Il mercato turistico

* I caratteri del turismo
* Evoluzione del turismo
* Fattori che influenzano il turismo
* Organismi internazionali (UNWTO e WTTC)
* Organi dell’Unione Europea
* Strumenti di analisi del mercato turistico interno (permanenza media, tasso di propensione turistica, tasso di ricettività, densità ricettiva, bilancia turistica)
* Organismi interni con finalità di promozione (Enit, APT, Pro Loco, STL) e di rilevazione statistiche (ISTAT, Banca d’Italia, ONT, ISNART)
* Fonti normative interne

Modulo 2 – Il marketing

* Definizione
* Orientamento alla produzione, alle vendite e al mercato
* Marketing turistico
* Marketing strategico (analisi interna, della concorrenza, della domanda, segmentazione, posizionamento, SWOT)
* Marketing operativo (prodotto, prezzo, distribuzione e promozione)
* Franchising (nell’ambito della distribuzione)
* Web marketing

Modulo 3 – Pianificazione e programmazione

* Strategia di espansione, consolidamento e ridimensionamento
* Ambiente esterno ed interno
* Vision, mission e vantaggio competitivo
* Il budget e il controllo budgetario
* Il business plan

Modulo 4 – normativa settore turistico – ristorativo

* Norme di costituzione dell’impresa
* Norme di igiene (pacchetto igiene, tracciabilità e rintracciabilità, etichettatura)
* Il contratto (gli elementi e la responsabilità)
* Il contratto di ristorazione
* Il codice del consumo (cenni)
* Il contratto di catering e di banqueting
* Il marchio (cenni)

Firma degli alunni Firma del docente

Giovanni Gatto