

M071 - ESAME DI STATO DI ISTITUTO PROFESSIONALE**CORSO DI ORDINAMENTO****Indirizzo:** TECNICO DEI SERVIZI DELLA RISTORAZIONE**Tema di:** ECONOMIA E GESTIONE DELLE AZIENDE RISTORATIVE

In buona parte dei settori del turismo la diversificazione dell'offerta è un tema di grande attualità. Nuovi prodotti e nuovi mercati sono al centro della sfida futura. Il turismo è diventato un fenomeno mondiale "globale", nel quale imprese e destinazioni nazionali sono in concorrenza con quelle internazionali. Queste tendenze offrono anche nuove possibilità e nuovi sbocchi di mercato. Non va comunque persa di vista la regionalizzazione, come trend opposto alla globalizzazione. È anche possibile che in futuro si verifichi uno spostamento di valori che dia una nuova impronta alla consuetudini di viaggio e di gestione del tempo libero. Tutto ciò potrebbe anche condurre a una crescente tendenza al non-viaggio.

Il candidato si soffermi sulle tematiche descritte, illustri le tendenze di viaggio attuali, le possibili tendenze future ed esprima a tale proposito un proprio parere sulla base delle sue conoscenze ed esperienze pratiche.

Il candidato sviluppi inoltre due dei temi di seguito proposti e contraddistinti con le lettere A, B e C.

A**Stato patrimoniale** della "Hotel Srl" al 31.12.

Attività	€	Passività	€
A) Crediti verso soci per versamenti ancora dovuti	0	A) Patrimonio netto <ul style="list-style-type: none"> ▪ Capitale 700.000 ▪ Riserve 100.000 ▪ Utile dell'esercizio 293.800 ▪ Utili portati a nuovo 16.400 	
B) Immobilizzazioni		B) Fondi per rischi ed oneri	92.000
I) Immobilizzazioni immateriali	80.000		
II) Immobilizzazioni materiali	2.535.400		
III) Immobilizzazioni finanziarie			
C) Attivo circolante		C) T.F.R. di lavoro subordinato	118.600
I) Rimanenze	131.200	D) Debiti	1.800.000
II) Crediti	173.000		
III) Attività finanziarie	80.000		
IV) Disponibilità liquide	67.200		
D) Ratei e risconti	78.400	E) Ratei e risconti	24.400
Totale	3.145.200	Totale	3.145.200

M071 - ESAME DI STATO DI ISTITUTO PROFESSIONALE**CORSO DI ORDINAMENTO****Indirizzo:** TECNICO DEI SERVIZI DELLA RISTORAZIONE**Tema di:** ECONOMIA E GESTIONE DELLE AZIENDE RISTORATIVE**Conto economico**

	Valori in €
A) Valore della produzione (+)	11.240.000
B) Costi di produzione (-)	10.565.000
= Differenza tra valore e costi di produzione	675.000
C) Proventi e oneri finanziari (±)	- 65.000
D) Rettifiche valore di attività finanziarie (±)	- 26.200
E) Proventi e oneri straordinari (±)	- 95.000
= Risultato prima delle imposte	488.800
Imposte sul reddito dell'esercizio (-)	- 195.000
= Utile (perdita) dell'esercizio	293.800

Il candidato proceda all'analisi per indici e all'interpretazione dei risultati ottenuti:

- Composizione degli impieghi (attività)
- Incidenza del capitale proprio
- Analisi della situazione finanziaria (indici di solidità)
- Indici di liquidità
- Analisi della redditività
- Flusso monetario generato dalle attività d'esercizio (cash flow): Costi non monetari:
Ammortamenti: 492.000 €

M071 - ESAME DI STATO DI ISTITUTO PROFESSIONALE

CORSO DI ORDINAMENTO

Indirizzo: TECNICO DEI SERVIZI DELLA RISTORAZIONE**Tema di:** ECONOMIA E GESTIONE DELLE AZIENDE RISTORATIVE**B**

Molte imprese reagiscono all'evoluzione dei mercati turistici con massicci adattamenti organizzativi e cambiamenti della politica di mercato. La pressione concorrenziale che diventa sempre più grande ed il contemporaneo rafforzamento della spinta all'innovazione esigono per tutte le organizzazioni turistiche una gestione strategica delle risorse umane. La gestione delle risorse umane assume un ruolo sempre più importante nella pratica economica.

Il candidato descriva le caratteristiche dello *staff management* e si soffermi in particolare sulle componenti del marketing del personale nel settore turistico specificando quali sono gli elementi che caratterizzano il successo di una strategia di marketing del personale nel settore delle imprese ristorative.

C

Il marketing è molto di più della mera pubblicità e non può limitarsi alle inserzioni pubblicitarie e alla distribuzione di prospetti e cataloghi. I vari strumenti di marketing devono essere abilmente combinati e coerenti con la filosofia d'impresa, al fine di consentire all'impresa turistica di posizionarsi con successo sul mercato. L'elaborazione di un adeguato piano di marketing assume quindi un ruolo di fondamentale importanza sia per le grandi aziende del settore turistico, sia per quelle di medie e piccole dimensioni.

Il candidato descriva a grandi linee i vari strumenti di marketing e indichi di seguito come questi strumenti possono essere impiegati in modo adeguato nell'ambito di una struttura ristorativa.