



## SCHEDA DELL'INSEGNAMENTO (SI)

### “PROCESSI GESTIONALI PER LE AZIENDE RISTORATIVE”

SSD AGR/01

DENOMINAZIONE DEL CORSO DI STUDIO: PROCESSI GESTIONALI PER LE AZIENDE RISTORATIVE

ANNO ACCADEMICO: 2022-2023

#### INFORMAZIONI GENERALI - DOCENTE

DOCENTE: FRANCO MANNA

TELEFONO:3356282083

EMAIL:FRANCOMANNA@ROSSOPOMODORO.IT

#### INFORMAZIONI GENERALI - ATTIVITÀ

ANNO DI CORSO (I, II, III): II-III

SEMESTRE (I, II): II

CFU: 6 (42 ORE)

## INSEGNAMENTI PROPEDEUTICI

N/A

## EVENTUALI PREREQUISITI

N/A

## OBIETTIVI FORMATIVI

*Il corso prevede una panoramica sulle funzioni aziendali relative alle aziende ristorative e sui principali processi gestionali e offre una preparazione sulle dinamiche aziendali e offre gli strumenti di base necessari per una corretta analisi. Il percorso è pensato per aspiranti imprenditori e junior manager del mondo della ristorazione e che necessitano di conoscere i principali step da percorrere per sviluppare e gestire con successo il proprio format. Lo studente sarà stimolato, attraverso l'analisi di casi studio, a sviluppare un approccio critico e ragionato alle tematiche oggetto del corso.*

*Obiettivi formativi specifici del corso sono:*

- *Introdurre nozioni fondamentali riguardanti la progettazione e la gestione sostenibile di format aziendali legati al mondo del Food&Beverage.*
- *Contribuire allo sviluppo delle capacità individuali di analisi, sintesi e comunicazione sui processi gestionali per le aziende ristorative.*

## RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI (DESCRITTORI DI DUBLINO)

### **Conoscenza e capacità di comprensione**

*Lo studente dovrà dimostrare di possedere le conoscenze generali sulle dinamiche che regolano la gestione delle aziende ristorative, sul controllo dei costi e sull'analisi delle vendite. Dovrà altresì essere in grado di impostare la reportistica necessaria per l'analisi dei risultati.*

### **Capacità di applicare conoscenza e comprensione**

*Alla fine del corso l'allievo dovrà dimostrare di aver acquisito una visione generale e critica dei processi gestionali per le aziende ristorative. Dovrà anche essere in grado di applicare il sapere acquisito al settore del Food&Beverage, valorizzando la propria professionalità.*

### **Eventuali ulteriori risultati di apprendimento attesi, relativamente a:**

*Autonomia di giudizio: Lo studente dovrà essere in grado di analizzare in autonomia e di giudicare in modo critico come applicare le conoscenze acquisite alla gestione delle aziende ristorative.*

*Abilità comunicative: Attraverso lezioni frontali ed esercitazioni pratiche, lo studente sarà stimolato a utilizzare un linguaggio tecnico e ad acquisire capacità di analisi e sintesi relativamente agli argomenti del corso.*

*Capacità di apprendimento: Lo studente dovrà dimostrare di essere capace di attuare azioni all'insorgere di problematiche relative alla gestione, di identificare i punti di forza e di debolezza delle aziende ristorative, di impostare sistemi di controllo e di essere in grado di monitorare gli andamenti e apportare miglioramenti laddove si riscontrano valori negativi.*

## PROGRAMMA-SYLLABUS

1. *Il Business Plan - Studio di fattibilità, analisi del mercato*
2. *Il menù - Come creare un menù, l'offerta, il layout, il pricing, le strategie di prezzo, il mark-up*
3. *Il Food & Beverage Cost - La distinta base, le grammature, lo scarto, il capitolato, Il costo ideale, il controllo dei consumi, il calcolo del food cost, i diversi metodi di calcolo, le valutazioni inventario, i sistemi inventariali, l'indice di turn over*
4. *I fornitori - La selezione dei fornitori, i listini, il ciclo dei prodotti alimentari, l'acquisto, lo stoccaggio, la valutazione dei fornitori, indici di prestazione*
5. *La vendita - Il mix di vendita, l'up-selling, Pareto e il principio dell'80/20 nella ristorazione, la vendita consigliata, Il menù engineering e la sua analisi, L'efficienza nella gestione, il Revpash*
6. *Il costo del personale - le assunzioni, i contratti, l'organizzazione dei turni, la produttività oraria*
7. *L'analisi - Il budget, Il break Even-point, indicatori di costo KPI, la valutazione dei risultati, profitti e perdite, gli scostamenti, le leve finanziarie*
8. *Marketing e Comunicazione - Il Marketing strategico, il local Marketing, i competitors, Benchmarking, le promozioni, i competitors, social media, delivery.*

## MATERIALE DIDATTICO

Dispense basate sulle lezioni svolte in aula e sui focus di approfondimento fornite dal docente.

## MODALITÀ DI SVOLGIMENTO DELL'INSEGNAMENTO

Il docente utilizzerà: a) lezioni frontali per circa il 70% delle ore totali; b) esercitazioni e stage seminari per circa il 30% delle ore totali. Il docente nel preparare ed erogare le lezioni farà ampio uso di supporti multimediali (e.g. PowerPoint).

## VERIFICA DI APPRENDIMENTO E CRITERI DI VALUTAZIONE

Al fine di verificare l'apprendimento dello studente, si intende comprovare l'effettivo conseguimento dei risultati di apprendimento attesi di cui sopra (box "Conoscenza e capacità di comprensione", "Conoscenza e capacità di comprensione applicata" e "Autonomia di giudizio", "Capacità comunicative" e "Capacità di apprendimento") con le modalità di accertamento e di verifica di seguito indicate.

### a) Modalità di esame:

L'esame si articola in prova	
scritta e orale	
solo scritta	X
solo orale	
discussione di elaborato progettuale	
altro	

In caso di prova scritta i quesiti sono (*)	A risposta multipla	X
	A risposta libera	
	Esercizi numerici	

### b) Modalità di valutazione:

Prova scritta a fine corso.

Numero di quesiti a risposta multipla: 30

Tempo medio per prova scritta: 60 minuti

Valutazione prova scritta: Ogni risposta corretta vale 1 punto, risposta errata o mancante 0 punti. Per il superamento dell'esame occorre rispondere in modo corretto ad almeno 18 domande.