

CURRICOLO PER ASSI DELLE UNITA' DI APPRENDIMENTO TRIENNIO

ASSE SCIENTIFICO TECNOLOGICO CLASSE TERZA CUCINA

Sc. E cultura dell'alimentazione

ANNO	UDA	Abilità	Conoscenze	Competenze	Modalità di verifica	Periodo e ore
3°	IL VIAGGIO DEL MIO SAPERE 3.1 Modulo 1: Merceologia degli alimenti ed elementi di dietetica.	<p>Utilizzare l'alimentazione per il benessere dell'individuo.</p> <p>Individuare i principali principi nutritivi nei prodotti alimentari</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Criteri di classificazione degli alimenti • Nuovi prodotti alimentari • alimentazione sana ed equilibrata • calcolo calorico nutrizionale di un piatto, delle bevande alcoliche e dei cocktail. • Ripasso dei principi nutritivi 	<p>Competenza n. 3 Utilizzare tecniche, strumenti e attrezzature idonee a svolgere compiti specifici in conformità con le norme HACCP e rispettando la normativa sulla sicurezza e la salute nei contesti professionali.</p> <p>Competenza n. 4 Utilizzare, all'interno delle macro aree di attività che contraddistinguono la filiera, procedure di base per la predisposizione di prodotti/servizi/menù coerenti con il contesto e le esigenze della clientela, in contesti strutturati.</p> <p>Competenza n. 7 -Collaborare alla realizzazione di eventi enogastronomici, culturali e di promozione del Made in Italy in contesti professionali noti</p>	<p>Domande aperte.</p> <p>Approfondimenti personali e lavori di gruppo. Verifiche orali (interrogazioni, intese anche come discussioni, aperte all'intero gruppo classe oltre che singolarmente)..</p>	Settembre, Ottobre

3°	IL VIAGGIO DEL MIO SAPERE 4.1 Modulo 2: La filiera agroalimentare e la qualità degli alimenti.	<p>Saper distinguere i criteri di certificazione e di qualità delle bevande e degli alimenti.</p> <p>Individuare i prodotti agroalimentari sostenibili.</p> <p>Individuare i prodotti tipici di un territorio</p>	<p>Certificazioni europee: DOP, IGP, STG.</p> <p>Certificazioni nazionali.</p> <p>Qualità degli alimenti.</p> <p>Analisi sensoriale del cibo.</p>	<p>Competenza n. 3 Utilizzare tecniche, strumenti e attrezzature idonee a svolgere compiti specifici in conformità con le norme HACCP e rispettando la normativa sulla sicurezza e la salute nei contesti professionali.</p> <p>Competenza n. 7 all. 2G DM92/18-Collaborare alla realizzazione di eventi enogastronomici, culturali e di promozione del Made in Italy in contesti professionali noti</p> <p>Competenza n. 4 all. 2G DM92/18 Utilizzare, all'interno delle macro aree di attività che contraddistinguono la filiera, procedure di base per la predisposizione di prodotti/servizi/menu coerenti con il contesto e le esigenze della clientela, in contesti strutturati.</p>	<p>Domande aperte</p> <p>Approfondimenti personali e lavori di gruppo.</p> <p>Verifiche orali (interrogazioni, intese anche come discussioni, aperte all'intero gruppo classe oltre che singolarmente).</p> <p>.</p>	<p>Novembre, Dicembre</p>
----	---	---	---	--	--	---------------------------

3°	UDA 3.2 MADE IN MATTEI ECO SOSTENIBILE A KM 0	<ul style="list-style-type: none"> • Applicare modalità di trattamento e trasformazione delle materie prime tenendo conto delle principali tendenze e delle esigenze del mercato • Valorizzare l'olio evo made in Italy 	<p>Tipologie di agricolture possibili: biologica, convenzionale, sostenibile, biodinamica</p> <ul style="list-style-type: none"> - caratteristiche di un appezzamento di terra che può essere convertito in orto - rigenerare un terreno degradato e incolto - OLIO EVO - etichetta <p>certificazione della qualità (Regolamento CEE 2081/1992 della Comunità Europea e Regolamento 1169/2011 che certifica etichetta)</p> <ul style="list-style-type: none"> - stagionalità - filiera di produzione (frangitura) - frodi dell'olio e frodi dei prodotti agroalimentari <p>conservazione dell'olio</p> <p>Questo argomento rientra anche per la parte di ed.civica e per il progetto di Beni Comuni Oliveta</p>	<p>Competenza N 2 all. 2G DM92/18- Utilizzare tecniche di gestione a supporto dei processi di approvvigionamento, di produzione e di vendita di prodotti e servizi rispettando parametri di qualità</p> <p>Competenza n. 7 all. 2G DM92/18- Collaborare alla realizzazione di eventi enogastronomici, culturali e di promozione del Made in Italy in contesti professionali noti</p> <p>Competenza n. 4 all. 2G DM92/18 Utilizzare, all'interno delle macro aree di attività che contraddistinguono la filiera, procedure di base per la predisposizione di prodotti/servizi/menù coerenti con il contesto e le esigenze della clientela, in contesti strutturati.</p> <p>Competenza di riferimento all.1 : padroneggiare l'uso di strumenti tecnologici con particolare attenzione alla sicurezza e tutela della salute nei luoghi di vita e di</p>	COMPITO DI REALTA'	TRIMESTRE
----	--	---	---	--	--------------------	-----------

				lavoro, alla tutela della persona, dell'ambiente e del territorio		
3°	UDA 3.3 RACCONTI <small>ENO</small> <small>GASTRONOMICI di</small> TOSCANA	<p>Applicare criteri di selezione di menu in funzione del contesto, delle esigenze della clientela, della stagionalità e nel rispetto della filiera corta</p> <p>Applicare modalità di trattamento e trasformazione delle materie prime tenendo conto delle principali tendenze e delle esigenze del mercato.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Aspetti storici del turismo • Turismo e risorse turistiche in Italia • Enogastronomia del Centro Italia • Enogastronomia del territorio Toscano • Alimentazione nella cultura e nella società (dal passato al presente) 	<p>Competenza n. 4.all.2G DM92/18 Utilizzare, all'interno delle macro aree di attività che contraddistinguono la filiera, procedure di base per la predisposizione di prodotti/servizi/menù coerenti con il contesto e le esigenze della clientela, in contesti strutturati.</p> <p>Competenza N. 6 .all.2G DM92/18 Competenza n. 6 Orientare i propri comportamenti alla realizzazione delle fasi del ciclo cliente in contesti professionali noti nel rispetto delle diverse culture ed esigenze della clientela.</p> <p>Competenza n. 7.all.2G DM92/18 -Collaborare alla realizzazione di eventi enogastronomici, culturali e di promozione del Made in Italy in contesti professionali noti</p> <p>Competenza di riferimento all.1: Padroneggiare l'uso di strumenti tecnologici con</p>	COMPITO DI REALTÀ'	PENTAMESTR E

				particolare attenzione alla sicurezza e alla tutela della salute nei luoghi di vita e di lavoro, alla tutela della persona, dell'ambiente e del territorio		
--	--	--	--	--	--	--

CURRICOLO PER ASSI DELLE UNITA' DI APPRENDIMENTO

TRIENNIO

ASSE SCIENTIFICO TECNOLOGICO CLASSE ACCOGLIENZA TURISTICA

Sc. E cultura dell'alimentazione

ANNO	UDA	Abilità	Conoscenze	Competenze	Modalità di verifica	Periodo e ore	Metodologie didattiche e strumenti
4°	IL VIAGGIO DEL MIO SAPERE 4.1 Modulo 1: Principi nutritivi: Macronutrienti, Micronutrienti e Sostanze bioattive	<p>Predisporre piatti scegliendo le materie prime in base alla qualità, alla tipicità e al loro valore nutrizionale</p> <p>Identificare il legame dei prodotti e servizi con il territorio, riconoscendone la qualità di filiera e, attraverso tecniche tradizionali di lavorazione/commerciali promuovere la valorizzazione.</p> <p>Riconoscere le principali tendenze evolutive, tecnologiche e di mercato, relative al</p>	<p>Carboidrati, proteine Lipidi Vitamine e Sali minerali. Triade delle vitamine antitumorali, molecole anti-nutrizionali molecole antiossidanti</p> <p>Principali sviluppi contemporanei in termini di: materie prime e loro derivati, tecniche professionali, materiali e attrezzature.</p>	<p>COMPETENZA 1 all. 2G DM82/18: Collaborare attraverso l'utilizzo di tecniche tradizionali ed innovative, alla lavorazione, organizzazione e commercializzazione di prodotti e servizi all'interno delle macro aree di attività che contraddistinguono la filiera, rispondendo adeguatamente alle mutevoli esigenze del contesto produttivo di riferimento</p> <p>COMPETENZA 2 all. 2G DM82/18:: Collaborare alla pianificazione e alla gestione dei processi di approvvigionamento, di produzione e di vendita di prodotti e servizi rispettando parametri di qualità e in un'ottica di sviluppo della cultura dell'innovazione.</p>	<p>Produzione scritta secondo le varie tipologie</p> <p>Produzione guidata</p> <p>Colloqui orali</p> <p>Prove domande aperte</p>	Settembre/ Ottobre	<p>Lezione frontale</p> <p>Lezione partecipata</p> <p>Lavori di gruppo</p> <p>Libri di testo</p> <p>Altro materiale: Filmati</p> <p>Videolezioni</p>

		<p>settore dell'enogastronomia e dell'ospitalità alberghiera.</p> <p>Identificare le risorse necessarie per la realizzazione del prodotto/servizio programmato.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Applicare tecniche di controllo della qualità dell'offerta preventiva. <p>Elaborare, coordinando il proprio lavoro con quello degli altri, un'offerta di prodotti/servizi sia innovativi che tradizionali, verificando la qualità, il rispetto degli standard di offerta in relazione al target dei clienti e alle loro necessità e/o interessi culturali e perseguendo obiettivi di redditività.</p> <p>Favorire la diffusione di abitudini e stili di vita equilibrati attraverso l'offerta di prodotti e servizi tradizionali, innovativi e sostenibili.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Principi di eco-turismo ed elementi di ecogastronomia. • Gli stili alimentari e le diete moderne. 	<p>COMPETENZA 4 all. 2G DM82/18:: Collaborare in contesti noti alla predisposizione di prodotti, servizi e menù all'interno delle macro aree di attività che contraddistinguono la filiera, adeguando il proprio operato al processo decisionale e attuativo.</p> <p>COMPETENZA 6 all. 2G DM82/18: Orientare i propri comportamenti alla realizzazione delle fasi del ciclo cliente in contesti professionali noti nel rispetto delle diverse culture ed esigenze della clientela</p>			
--	--	---	--	---	--	--	--

4°	IL VIAGGIO DEL MIO SAPERE 4.1 Modulo 2: modifiche dei principi nutritivi a seguito della cottura	<p>Saper individuare adeguate tecnica di cottura degli alimenti in modo da non alterare i principi nutritivi in esso contenuti</p>	<p>Effetti della cottura sugli alimenti Modificazione dei glucidi a seguito della cottura Modificazione dei protidi a seguito della cottura Modificazione dei lipidi a seguito della cottura Modificazione dei Sali minerali e vitamine a seguito della cottura</p>	<p>COMPETENZA 1: Collaborare attraverso l'utilizzo di tecniche tradizionali ed innovative, alla lavorazione, organizzazione e commercializzazione di prodotti e servizi all'interno delle macro aree di attività che contraddistinguono la filiera, rispondendo adeguatamente alle mutevoli esigenze del contesto produttivo di riferimento</p> <p>COMPETENZA 2: Collaborare alla pianificazione e alla gestione dei processi di approvvigionamento, di produzione e di vendita di prodotti e servizi rispettando parametri di qualità e in un'ottica di sviluppo della cultura dell'innovazione.</p> <p>COMPETENZA 3: Intervenire nella realizzazione di attività in contesti noti adeguando i propri comportamenti nel rispetto della normativa HACCP, della sicurezza e della salute nei luoghi di lavoro.</p> <p>COMPETENZA 5: Collaborare alla realizzazione e presentazione di prodotti dolciari e di panificazione sulla base delle tradizioni locali, nazionali, ed internazionali</p>	<p>Produzione scritta secondo le varie tipologie Produzione guidata</p> <p>Colloqui orali Prove semistrutturate</p>	<p>Novembre e Dicembre</p>	<p>Lezione frontale Lezione partecipata Lavori di gruppo Libri di testo Altro materiale: Filmati Videolezioni</p>
----	---	--	---	--	---	--	---

4°	IL VIAGGIO DEL MIO SAPERE 4.1 Modulo 3: Cottura degli alimenti	<p>Saper individuare adeguate tecnica di cottura degli alimenti in modo da non alterare i principi nutritivi in esso contenuti</p> <p>Utilizzare metodi, attrezzature, mezzi, per la gestione delle produzioni ed assicurare standard di qualità appropriati. Applicare procedure per la segnalazione delle non conformità</p> <p>Identificare il legame dei prodotti e servizi con il territorio, riconoscendone la qualità di filiera e, attraverso tecniche tradizionali di lavorazione/commercializzazione, promuoverne la valorizzazione.</p> <p>Predisporre preparazioni dolciarie e di arte bianca scegliendo le materie prime in base alla qualità, alla ipicità, al loro valore nutrizionale, bilanciandole in funzione del prodotto finito.</p>	<p>Cottura: trasmissione del calore e materiali utilizzati</p> <p>Trasmissione del calore</p> <p>Materiali usati per la cottura</p> <p>Tecniche di cottura: cottura per concentrazione cottura per espansione cottura mista</p>	<p>COMPETENZA 1: Collaborare attraverso l'utilizzo di tecniche tradizionali ed innovative, alla lavorazione, organizzazione e commercializzazione di prodotti e servizi all'interno delle macro aree di attività che contraddistinguono la filiera, rispondendo adeguatamente alle mutevoli esigenze del contesto produttivo di riferimento</p> <p>COMPETENZA 2: Collaborare alla pianificazione e alla gestione dei processi di approvvigionamento, di produzione e di vendita di prodotti e servizi rispettando parametri di qualità e in un'ottica di sviluppo della cultura dell'innovazione.</p> <p>COMPETENZA 3: Intervenire nella realizzazione di attività in contesti noti adeguando i propri comportamenti nel rispetto della normativa HACCP, della sicurezza e della salute nei luoghi di lavoro.</p> <p>COMPETENZA 5: Collaborare alla realizzazione e presentazione di prodotti dolciari e di panificazione sulla base delle tradizioni locali, nazionali, ed internazionali</p>	<p>Produzione scritta secondo le varie tipologie</p> <p>Produzione guidata</p> <p>Colloqui orali</p> <p>Prove semistrutturate</p>	<p>Gennaio</p> <p>Febbraio</p>	<p>Lezione frontale</p> <p>Lezione partecipata</p> <p>Lavori di gruppo</p> <p>Libri di testo</p> <p>Altro materiale: Filmati</p> <p>Videolezioni</p>
----	---	---	---	--	---	--------------------------------	--

4°	IL VIAGGIO DEL MIO SAPERE 4.1 Modulo 4: Conservazione degli alimenti	<p>Applicare tecniche di conservazione degli alimenti idonee alla prevenzione di tossinfezioni alimentari</p> <p>Utilizzare metodi, attrezzature, mezzi, per la gestione delle produzioni ed assicurare standard di qualità appropriati. Applicare procedure per la segnalazione delle non conformità</p>	<p>Tecniche di conservazione degli alimenti</p> <p>Conservazioni con metodi fisici</p> <p>Conservazioni con metodi chimici, chimico -fisici, biologici.</p> <p>Conservazione dell'Olio (parte che rientra nel progetto di Oliveta Beni Comuni).</p>	<p>COMPETENZA 1: Collaborare attraverso l'utilizzo di tecniche tradizionali ed innovative, alla lavorazione, organizzazione e commercializzazione di prodotti e servizi all'interno delle macro aree di attività che contraddistinguono la filiera, rispondendo adeguatamente alle mutevoli esigenze del contesto produttivo di riferimento</p> <p>COMPETENZA 2: Collaborare alla pianificazione e alla gestione dei processi di approvvigionamento, di produzione e di vendita di prodotti e servizi rispettando parametri di qualità e in un'ottica di sviluppo della cultura dell'innovazione.</p> <p>COMPETENZA 3: Intervenire nella realizzazione di attività in contesti noti adeguando i propri comportamenti nel rispetto della normativa HACCP, della sicurezza e della salute nei luoghi di lavoro</p>	<p>Produzione scritta secondo le varie tipologie</p> <p>Produzione guidata</p> <p>Colloqui orali</p> <p>Prove semistrutturate</p>	marzo	<p>Lezione frontale</p> <p>Lezione partecipata</p> <p>Lavori di gruppo</p> <p>Libri di testo</p> <p>Altro materiale: Filmati</p> <p>Videolezioni</p>
----	---	---	--	---	---	-------	--

4°	IL VIAGGIO DEL MIO SAPERE 4.1 Modulo 5 Etichettatura e marchi di qualità	<p>Identificare il legame di prodotti e servizi con il territorio, riconoscendone la qualità di filiera</p> <p>Identificare le risorse necessarie per la realizzazione del prodotto/servizio programmato.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Applicare tecniche di controllo della qualità dell'offerta preventiva. • Riconoscere le principali tendenze evolutive, tecnologiche e di mercato, relative al settore dell'enogastronomia e dell'ospitalità alberghiera. 	<p>Etichettatura degli alimenti. I marchi di qualità.</p>	<p>COMPETENZA 1: Collaborare attraverso l'utilizzo di tecniche tradizionali ed innovative, alla lavorazione, organizzazione e commercializzazione di prodotti e servizi all'interno delle macro aree di attività che contraddistinguono la filiera, rispondendo adeguatamente alle mutevoli esigenze del contesto produttivo di riferimento</p> <p>COMPETENZA 2: Collaborare alla pianificazione e alla gestione dei processi di approvvigionamento, di produzione e di vendita di prodotti e servizi rispettando parametri di qualità e in un'ottica di sviluppo della cultura dell'innovazione.</p> <p>COMPETENZA 5: Collaborare alla realizzazione e presentazione di prodotti dolciari e di panificazione sulla base delle tradizioni locali, nazionali, ed internazionali</p>	<p>Produzione scritta secondo le varie tipologie Produzione guidata</p> <p>Colloqui orali Prove domande aperte e trattazione guidata</p>	<p>aprile</p>	<p>Lezione frontale Lezione partecipata Lavori di gruppo Libri di testo Altro materiale: Filmati Videolezioni</p>
----	---	---	---	---	--	----------------------	---

4°	UDA 4.2 VIAGGIO ENOGASTR ONOMICO NELL' ARCIPELAG O TOSCANO	<p>Saper riconoscere le principali qualità organolettiche, chimico fisiche di un prodotto del territorio.</p> <p>Saper riconoscere eventuali alterazioni indesiderate di un alimento</p>	<p>Il pesce azzurro e il pescato nel nostro mare:</p> <p>principi nutritivi; le caratteristiche organolettiche che la raffinazione rischia di disperdere</p> <p>conservazione dell'olio extra vergine d'oliva; la palamita; le sostanze che alterano la qualità del pesce: istamina, TMA.</p> <p>Contaminazioni da Anisakis</p>	<p>COMPETENZA 1: Collaborare attraverso l'utilizzo di tecniche tradizionali ed innovative, alla lavorazione, organizzazione e commercializzazione di prodotti e servizi all'interno delle macro aree di attività che contraddistinguono la filiera, rispondendo adeguatamente alle mutevoli esigenze del contesto produttivo di riferimento</p> <p>>>Partecipare alla pianificazione di attività promozionali e pubblicitarie delle nuove tendenze alimentari ed enogastronomiche utilizzando tecniche e strumenti di presentazione e promozione del prodotto/servizio</p> <p>COMPETENZA 2: Collaborare alla pianificazione e alla gestione dei processi di approvvigionamento, di produzione e di vendita di prodotti e servizi rispettando parametri di qualità e in un'ottica di sviluppo della cultura dell'innovazione.</p> <p>COMPETENZA 3: Intervenire nella realizzazione di attività in contesti noti adeguando i propri comportamenti nel rispetto della normativa HACCP, della sicurezza e della salute nei luoghi di lavoro.</p> <p>>>Applicare procedure per la segnalazione delle non conformità</p> <p>COMPETENZA 4: Collaborare in contesti noti alla predisposizione di prodotti,</p>	COMPITO DI REALTA'	TRIMESTRE	<p>Lezione frontale</p> <p>Lezione partecipata</p> <p>Lavori di gruppo</p> <p>Libri di testo</p> <p>Altro materiale: Filmati</p> <p>Videolezioni</p>
----	---	--	---	--	--------------------	-----------	--

				<p>servizi e menù all'interno delle macro aree di attività che contraddistinguono la filiera, adeguando il proprio operato al processo decisionale e attuativo.</p> <p>>> Favorire la diffusione di abitudini e stili di vita equilibrati attraverso l'offerta di prodotti e servizi tradizionali, innovativi e sostenibili.</p> <p>COMPETENZA 6: Orientare i propri comportamenti alla realizzazione delle fasi del ciclo cliente in contesti professionali noti nel rispetto delle diverse culture ed esigenze della clientela.</p>			
--	--	--	--	--	--	--	--

4°	UDA 4.3 MARE NOSTRUM VIAGGIO ENOGASTR ONOMICO NEL MAR MEDITERRA NEO	<p>Identificare prodotti di origine animale nutrizionalmente equilibrati nel rispetto della sostenibilità ambientale; sapere individuare le migliori tecniche di conservazione dei prodotti ittici;</p>	<p>I pesci del Mediterraneo che meglio identificano la dieta mediterranea. I piatti tipici a base di pesce del nostro territorio.</p>	<p>COMPETENZA 1: Collaborare attraverso l'utilizzo di tecniche tradizionali ed innovative, alla lavorazione, organizzazione e commercializzazione di prodotti e servizi all'interno delle macro aree di attività che contraddistinguono la filiera, rispondendo adeguatamente alle mutevoli esigenze del contesto produttivo >>Partecipare alla pianificazione di attività promozionali e pubblicitarie delle nuove tendenze alimentari ed enogastronomiche utilizzando tecniche e strumenti di presentazione e promozione del prodotto/servizio</p> <p>COMPETENZA 2: Collaborare alla pianificazione e alla gestione dei processi di approvvigionamento, di produzione e di vendita di prodotti e servizi rispettando parametri di qualità e in un'ottica di sviluppo della cultura dell'innovazione.</p> <p>COMPETENZA 3: Intervenire nella realizzazione di attività in contesti noti adeguando i propri comportamenti nel rispetto della normativa HACCP, della sicurezza e della salute nei luoghi di lavoro. >>Applicare procedure per la segnalazione delle non conformità</p> <p>COMPETENZA 4: Collaborare in contesti noti alla predisposizione di prodotti,</p>	COMPITO DI REALTA'	PENTAM ESTRE	<p>Lezione frontale Lezione partecipata Lavori di gruppo Libri di testo Altro materiale: Filmati Videolezioni</p>
----	--	--	--	---	--------------------	--------------	---

				<p>servizi e menù all'interno delle macro aree di attività che contraddistinguono la filiera, adeguando il proprio operato al processo decisionale e attuativo.</p> <p>>> Favorire la diffusione di abitudini e stili di vita equilibrati attraverso l'offerta di prodotti e servizi tradizionali, innovativi e sostenibili.</p> <p>COMPETENZA 6: Orientare i propri comportamenti alla realizzazione delle fasi del ciclo cliente in contesti professionali noti nel rispetto delle diverse culture ed esigenze della clientela</p>			
--	--	--	--	---	--	--	--

LABORATORIO DI ACCOGLIENZA TURISTICA

ANNO	UDA	Abilità	Conoscenze	Competenze	Modalità di verifica	Periodo e ore	Metodologie didattiche e strumenti
4°	IL VIAGGIO DEL MIO SAPERE	Esercitare i principi della cittadinanza digitale, con competenza e coerenza rispetto al sistema integrato di valori che regolano la	Strumenti di pubblicità e comunicazione. Principi e criteri di storytelling in campo enogastronomico.	DM 92/2018 Allegato 2G Competenza n. 2 Collaborare attraverso l'utilizzo di tecniche	verifiche orali, scritte, pratiche sommativie, in itinere e formative	Settembre Ottobre	Lezione frontale Lezione partecipata Lavori di gruppo

	MODULO 1 La gestione delle fasi del ciclo cliente nelle imprese di viaggio Il target di clientela Il turismo sostenibile	<p>vita democratica.</p> <p>Rispettare l'ambiente, curarlo, conservarlo, migliorarlo, assumendo il principio di responsabilità</p> <p>Partecipare alla gestione dell'intero processo del ciclo cliente applicando tecniche di fidelizzazione e di monitoraggio del grado di soddisfazione della clientela.</p>	<p>Tecniche per la gestione dei reclami.</p> <p>Marchi di qualità e sistemi di tutela dei prodotti enogastronomici di eccellenza.</p> <p>Risorse enogastronomiche / culturali territoriali e nazionali.</p>	<p>tradizionali ed innovative, alla lavorazione, organizzazione e commercializzazione di prodotti e servizi all'interno delle macro aree di attività che contraddistinguono la filiera, rispondendo adeguatamente alle mutevoli esigenze del contesto produttivo di riferimento.</p> <p>Competenza n. 4 Utilizzare all'interno delle macro-aree di attività che contraddistinguono la filiera, procedure di base per la predisposizione di prodotti/servizi/menu coerenti con il contesto e le esigenze della clientela, in contesti strutturati.</p> <p>Competenza n.8 Utilizzare le procedure di base per la predisposizione e la vendita di pacchetti di offerte turistiche coerenti con i principi dell'ecosostenibilità e con le opportunità offerte dal territorio.</p>			<p>Libri di testo</p> <p>Altro materiale:</p>
ANNO 4°	UDA IL VIAGGIO DEL MIO SAPERE MODULO 2 Domanda e offerta turistica La valorizzazione e turistica del territorio	<p>Abilità</p> <p>Individuare e riconoscere beni culturali, tipicità enogastronomiche ed eventi che caratterizzano l'offerta turistica del territorio di appartenenza.</p> <p>Individuare eventuali criticità nei principali processi di pianificazione, approvvigionamento, produzione e vendita di prodotti e servizi. Individuare le principali tecniche di ricettività e accoglienza in linea con la tipologia di servizio ricettivo e il target di clientela.</p>	<p>Conoscenze</p> <p>Rispettare l'ambiente, curarlo, conservarlo, migliorarlo, assumendo il principio di responsabilità</p>	<p>Competenze</p> <p>DM 92/2018</p> <p>Allegato 2G</p> <p>Competenza n. 11 Utilizzare all'interno delle macro-aree di attività che contraddistinguono la filiera di riferimento, idonee modalità di supporto alle attività di Destination Marketing secondo procedure standard, in contesti professionali strutturati.</p>	<p>Modalità di verifica</p> <p>verifiche orali, scritte, pratiche</p> <p>sommative, in itinere e formative</p>	<p>Periodo e ore</p> <p>Novembre Dicembre</p>	<p>Metodologie didattiche e strumenti</p> <p>Lezione frontale</p> <p>Lezione partecipata</p> <p>Lavori di gruppo</p> <p>Libri di testo</p> <p>Altro materiale:</p>
ANNO 4°	UDA Modulo di educazione	<p>Abilità</p> <p>Realizzazione di pacchetti di offerta</p>	<p>Conoscenze</p> <p>Promozione di un turismo</p>	<p>Competenze</p> <p>Utilizzare all'interno delle macro-aree di attività che contraddistinguono la filiera,</p>	<p>Modalità di verifica</p> <p>Esposizione orale/verifica scritta (realizzazione di un</p>	<p>Periodo e ore</p> <p>2 ore primo</p>	<p>Metodologie didattiche e strumenti</p>

	civica: Turismo sostenibile e i principi dell'ecosostenibilità ambientale e sociale	turistica integrata, seguendo i principi dell'ecosostenibilità ambientale e sociale.	responsabile e a ridotto impatto ambientale, soggiorni in strutture ricettive ecosostenibili, proposta di alimenti biologici, itinerari rispettosi dell'ambiente, offerte a basso impatto ambientale, riscoperta di luoghi vicini ed autentici.	procedure di base per la predisposizione di prodotti/servizi/menu coerenti con il contesto e le esigenze della clientela, in contesti strutturati	itinerario)	periodo	Lezione frontale, dispense fornite dal docente.
ANNO 4°	UDA IL VIAGGIO DEL MIO SAPERE MODULO 3 La tutela della salute e della sicurezza sul lavoro Le modalità di collaborazione tra imprese turistiche	Abilità Prefigurare forme comportamentali di prevenzione del rischio Applicare i protocolli di autocontrollo relativi all'igiene e alla sicurezza. Utilizzare tecniche per verificare la sostenibilità economica del prodotto/servizio. Essere consapevoli del valore e delle regole della vita democratica anche attraverso l'approfondimento degli elementi fondamentali del diritto che la regolano, con particolare riferimento al diritto del lavoro.	Conoscenze Risorse enogastronomiche / culturali territoriali e nazionali. Tecniche di rilevazione della customer satisfaction. Costituzione, diritto, legalità e solidarietà.	Competenze DM 92/2018 Allegato 2G Competenza n. 2 Collaborare alla pianificazione e alla gestione dei processi di approvvigionamento, di produzione e di vendita dei prodotti e servizi rispettando parametri di qualità e in un'ottica di sviluppo della cultura dell'innovazione Competenza n. 3 Utilizzare tecniche, strumenti e attrezzature idonee a svolgere i compiti specifici in conformità con le norme HACCP e rispettando la normativa sulla sicurezza e la salute nei contesti professionali. Competenza n. 9 Applicare tecniche di Hospitality Management all'interno delle macro-aree di attività che contraddistinguono la filiera di riferimento, adottando le modalità più adeguate di comunicazione in relazione ai principi di efficienza.	Modalità di verifica verifiche orali, scritte, pratiche sommative, in itinere e formative	Periodo e ore Gennaio	Metodologie didattiche e strumenti Lezione frontale Lezione partecipata Lavori di gruppo Libri di testo Altro materiale:
ANNO 4°	UDA IL VIAGGIO DEL MIO SAPERE	Abilità Gestire in collaborazione con gli altri, la comunicazione professionale con il	Conoscenze Costituzione, diritto, legalità e solidarietà.	Competenze DM 92/2018 Allegato 2G	Modalità di verifica verifiche orali, scritte, pratiche sommative, in itinere e formative	Periodo e ore Febbraio	Metodologie didattiche e strumenti Lezione frontale

	MODULO 4 La comunicazione professionale e interculturale e accessibile	<p>cliente, personalizzando il servizio in base alle esigenze speciali</p> <p>Applicare procedure e tecniche di comunicazione nei confronti del cliente anche straniero per rilevare i bisogni e anticipare possibili soluzioni nel rispetto della sua cultura.</p> <p>Tradurre i dati della customer satisfaction in proposte di miglioramento del prodotto/servizio erogato.</p>		<p>Competenza n. 6 Orientare i propri comportamenti alla realizzazione delle fasi del ciclo cliente in contesti professionali noti nel rispetto delle diverse culture ed esigenze della clientela.</p> <p>Competenza n. 9 Applicare tecniche di Hospitality Management all'interno delle macro-aree di attività che contraddistinguono la filiera di riferimento, adottando le modalità più adeguate di comunicazione in relazione ai principi di efficienza.</p>			<p>Lezione partecipata</p> <p>Lavori di gruppo</p> <p>Libri di testo</p> <p>Altro materiale:</p>
ANNO 4°	UDA IL VIAGGIO DEL MIO SAPERE MODULO 5 I pacchetti turistici La progettazione e di un evento enogastronomico	<p>Abilità</p> <p>Individuare i canali comunicativi più efficaci per la promozione dell'offerta turistica integrata con i principi dell'ecosostenibilità. Elaborare, coordinando il lavoro con gli altri, un'offerta di prodotti/servizi sia innovativi che tradizionali, verificando la qualità, il rispetto degli standard di offerta in relazione al target dei clienti e alle loro necessità e/o interessi culturali e perseguendo obiettivi di redditività.</p> <p>Strutturare attività efficaci di promozione del Made in Italy.</p>	<p>Conoscenze</p> <p>Sviluppo sostenibile, educazione ambientale, conoscenza e tutela del patrimonio e del territorio.</p> <p>Rispettare l'ambiente, curarlo, conservarlo, migliorarlo, assumendo il principio di responsabilità. Rispettare e valorizzare il patrimonio culturale dei beni pubblici comuni.</p>	<p>Competenze</p> <p>DM 92/2018</p> <p>Allegato 2G</p> <p>Competenza n. 4 Utilizzare all'interno delle macro-aree di attività che contraddistinguono la filiera, procedure di base per la predisposizione di prodotti/servizi/menu coerenti con il contesto e le esigenze della clientela, in contesti strutturati.</p> <p>Competenza n. 7 Collaborare alla realizzazione di eventi enogastronomici, culturali e di promozione del Made in Italy in contesti professionali noti, affrontando situazioni mutevoli che richiedono adeguamenti al proprio operato.</p> <p>Competenza n.8 Utilizzare le procedure di base per la predisposizione e la vendita di pacchetti di offerte turistiche coerenti con i principi dell'ecosostenibilità e con le opportunità offerte dal territorio.</p>	<p>Modalità di verifica</p> <p>verifiche orali, scritte, pratiche</p> <p>sommative, in itinere e formative</p>	<p>Periodo e ore</p> <p>Marzo</p>	<p>Metodologie didattiche e strumenti</p> <p>Lezione frontale</p> <p>Lezione partecipata</p> <p>Lavori di gruppo</p> <p>Libri di testo</p> <p>Altro materiale:</p>
ANNO 4°	UDA Modulo di educazione civica:	<p>Abilità</p> <p>Realizzazione di pacchetti di offerta turistica integrata,</p>	<p>Conoscenze</p> <p>Promozione di un turismo responsabile e a</p>	<p>Competenze</p> <p>Utilizzare all'interno delle macro-aree di attività che contraddistinguono la filiera, procedure di base per la predisposizione di</p>	<p>Modalità di verifica</p> <p>Esposizione orale/verifica scritta (realizzazione di un itinerario)</p>	<p>Periodo e ore</p> <p>2 ore secondo</p>	<p>Metodologie didattiche e strumenti</p> <p>Lezione frontale,</p>

	Studio del modello Ecobnb. Pacchetti turistici sostenibili e responsabili	seguendo i principi dell'ecosostenibilità ambientale e sociale.	ridotto impatto ambientale, soggiorni in strutture ricettive ecosostenibili, proposta di alimenti biologici, itinerari rispettosi dell'ambiente, offerte a basso impatto ambientale, riscoperta di luoghi vicini ed autentici (Modello Ecobnb).	prodotti/servizi/menu coerenti con il contesto e le esigenze della clientela, in contesti strutturati		periodo	dispense fornite dal docente.
ANNO 4°	UDA IL VIAGGIO DEL MIO SAPERE MODULO 6 L'immagine del territorio La qualità del prodotto turistico alberghiero	Abilità Partecipare a eventi significativi del territorio curando gli aspetti che riguardano la comunicazione, la promozione e la commercializzazione Raccogliere e analizzare informazioni turistiche e condividerle anche attraverso i social media. Collaborare alla realizzazione di campagne pubblicitarie cooperando con tutti gli attori del territorio. Individuare eventuali criticità nei principali processi di pianificazione, approvvigionamento, produzione e vendita di prodotti e servizi.	Conoscenze Sviluppo sostenibile, educazione ambientale, conoscenza e tutela del patrimonio e del territorio. Compiere le scelte di partecipazione alla vita pubblica e di cittadinanza coerentemente agli obiettivi di sostenibilità sanciti a livello comunitario attraverso l'Agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile. Rispettare l'ambiente, curarlo, conservarlo, migliorarlo, assumendo il principio di responsabilità.	Competenze DM 92/2018 Allegato 2G Competenza n. 2 Collaborare alla pianificazione e alla gestione dei processi di approvvigionamento, di produzione e di vendita dei prodotti e servizi rispettando parametri di qualità e in un'ottica di sviluppo della cultura dell'innovazione. Competenza n. 9 Applicare tecniche di Hospitality Management all'interno delle macro-aree di attività che contraddistinguono la filiera di riferimento, adottando le modalità più adeguate di comunicazione in relazione ai principi di efficienza. Competenza n. 11 Utilizzare all'interno delle macro-aree di attività che contraddistinguono la filiera di riferimento, idonee modalità di supporto alle attività di Destination Marketing secondo procedure standard, in contesti professionali strutturati.	Modalità di verifica verifiche orali, scritte, pratiche sommative, in itinere e formative	Periodo e ore Aprile Maggio	Metodologie didattiche e strumenti Lezione frontale Lezione partecipata Lavori di gruppo Libri di testo Altro materiale:

4°	4.2 VIAGGIO DENTRO L'ENOGASTRONOMIA DELL' ARCIPELAGO TOSCANO	Abilità Lavorare con il pubblico, confrontandosi nei momenti di criticità, comprendere le opportunità creative e le difficoltà gestionali di una impresa alberghiera e imparare a gestire la comunicazione con l'ospite e la sua soddisfazione.	Conoscenze Conoscenza dei saperi di base del servizio professionale nell'accoglienza ricettiva Creatività e organizzazione. Conoscenza della tradizione e cultura dell'arcipelago toscano. Conoscenza della Ecosostenibilità e di Agenda 2030 . Il bene comune. Il turismo sostenibile.	Competenze Competenze D.M. 92/2018 All 2G COMPETENZA 1 Saper valutare fatti e orientare i propri comportamenti in situazioni sociali e professionali soggette a cambiamenti che possono richiedere un adattamento del proprio operato nel rispetto di regole condivise e della normativa specifica di settore. COMPETENZA 3 Utilizzare criteri di scelta di dati che riguardano il contesto sociale, culturale, economico di un territorio per rappresentare in modo efficace le trasformazioni intervenute nel corso del tempo. COMPETENZA 4 Interpretare e spiegare documenti ed eventi della propria cultura e metterli in relazione con quelli di altre culture utilizzando metodi e strumenti adeguati. COMPETENZA 7 Utilizzare strumenti di comunicazione visiva e multimediale per produrre documenti complessi, scegliendo le strategie comunicative più efficaci rispetto ai diversi contesti inerenti alla sfera sociale e all'ambito professionale di appartenenza, sia in italiano sia in lingua straniera. COMPETENZA 10 Applicare i concetti fondamentali relativi all'organizzazione aziendale e alla produzione di beni e servizi per la soluzione di	COMPITO DI REALTÀ' Elaborare una proposta di itinerari nell'arcipelago toscano con ispirazione ecosostenibile con tutte le info per prenotazione dei traghetti;	Periodo TRIMESTRE Metà ottobre Fine dicembre 2021 80 H totali	Metodologie didattiche e strumenti Lezione frontale: visione dei video e scelta dei prodotti/luoghi Lavoro di gruppo ed individuale a scuola ed a casa Imparare facendo: realizzazione della performance live sulla base delle scelte Scaffolding Dibattito: riflettere sull'esperienza

				<p>casi aziendali relativi al settore professionale di riferimento anche utilizzando documentazione tecnica e tecniche elementari di analisi statistica e matematica.</p> <p>COMPETENZA 11 Utilizzare in modo avanzato gli strumenti tecnologici avendo cura della sicurezza, della tutela della salute nei luoghi di lavoro, della dignità della persona, dell'ambiente e del territorio, rispettando le normative specifiche dell'area professionale ed adottando comportamenti adeguati al contesto.</p>			
--	--	--	--	---	--	--	--

4°	4.3 MARE NOSTRUM (VIAGGIO DENTRO L'ENOGASTRONOMIA DEL MEDITERRANEO)	Abilità La prenotazione dei traghetti nel mare Mediterraneo.	Conoscenze Conoscenza dei saperi di base del servizio professionale nell'accoglienza ricettiva. Creatività e organizzazione. Conoscenza della tradizione e cultura del mare	Competenze -Competenza intermedia n°1 all. 2g dm 92 del 2018 Utilizzare tecniche tradizionali di lavorazione, organizzazione e commercializzazione dei servizi e dei prodotti all'interno delle macro aree di attività che contraddistinguono la filiera, secondo modalità di realizzazione adeguate ai diversi contesti produttivi. -Competenza intermedia n°2 all. 2g dm 92 del 2018 Utilizzare tecniche di gestione a supporto dei processi di approvvigionamento, di produzione e di vendita di prodotti e servizi rispettando parametri di qualità. -Competenza intermedia n°3 all. 2g dm 92 del 2018 Utilizzare tecniche, strumenti e attrezzature idonee a svolgere compiti specifici in conformità con le norme HACCP e rispettando la normativa sulla sicurezza e la salute nei contesti professionali. -Competenza intermedia n° 4 all. 2g dm 92 del 2018 Utilizzare, all'interno delle macro aree di attività che contraddistinguono la filiera, procedure di base per la predisposizione di prodotti/servizi/menù coerenti con il contesto e le esigenze della clientela, in contesti strutturati. -Competenza intermedia n° 5 all. 2g dm 92 del 2018 Utilizzare procedure tradizionali per l'elaborazione di prodotti dolciari e di panificazione in contesti strutturati, con situazioni mutevoli che richiedono una modifica del proprio operato. -Competenza intermedia n° 6 all. 2g	COMPITO DI REALTÀ' <i>Breve descrizione e modalità di documentazione e presentazione (anche a carattere multimediale)</i> Presentazioni multimediali e brochure cartacee realizzati dai ragazzi	Periodo PENTAMESTRE Marzo - Giugno	Metodologie didattiche e strumenti Lezione frontale: visione dei video e scelta dei prodotti/luoghi Lavoro di gruppo ed individuale a scuola ed a casa Imparare facendo: realizzazione della performance live sulla base delle scelte Scaffolding Dibattito: riflettere sull'esperienza
----	---	--	--	--	--	---	---

				<p>dm 92 del 2018 Curare le fasi del ciclo cliente utilizzando modalità comunicative adeguate al raggiungimento dei risultati previsti, in contesti strutturati, con situazioni mutevoli che richiedono un adeguamento del proprio operato.</p> <p>-Competenza intermedia n° 7 all. 2g dm 92 del 2018 Collaborare alla realizzazione di eventi enogastronomici, culturali e di promozione del Made in Italy in contesti professionali noti.</p> <p>-Competenza intermedia n°8 all. 2g dm 92 del 2018 Utilizzare procedure di base per la predisposizione e la vendita di pacchetti di offerte turistiche coerenti con i principi dell'eco sostenibilità e con le opportunità offerte dal territorio.</p> <p>-Competenza intermedia n° 9 all. 2g dm 92 del 2018 Utilizzare idonee modalità di collaborazione per la gestione delle fasi del ciclo cliente all'interno delle macro aree di attività che contraddistinguono la filiera di riferimento, secondo procedure standard, in contesti strutturati e con situazioni mutevoli che richiedono modifiche del proprio operato.</p> <p>-Competenza intermedia n° 10 all. 2g dm 92 del 2018 Utilizzare idonee modalità di supporto alle attività di budgeting-reporting aziendale secondo procedure standard, in contesti professionali strutturati.</p> <p>-Competenza intermedia n° 11 all. 2g dm 92 del 2018 Utilizzare all'interno delle macro aree di attività che contraddistinguono la filiera di riferimento, idonee modalità</p>			
--	--	--	--	--	--	--	--

				di supporto alle attività di Destination marketing secondo procedure standard, in contesti professionali strutturati.			
--	--	--	--	---	--	--	--

DIRITTO E TECNICHE AMMINISTRATIVE

ANNO	UDA	Abilità	Conoscenze	Competenze	Modalità di verifica	Periodo e ore	Metodologie didattiche e strumenti
4°	IL VIAGGIO DEL MIO SAPERE 4.1 Modulo 1 I finanziamenti delle imprese turistico-ristorative.	- Individuare le diverse forme di finanziamento in funzione delle finalità e dell'attività di gestione	- Fabbisogno finanziario e fonti di finanziamento. - Interesse e sconto - Capitale proprio e capitale di debito - Banca e sue funzioni - Finanziamenti bancari - Prestito obbligazionario	- Collaborare, attraverso l'utilizzo di tecniche tradizionali ed innovative, alla lavorazione, organizzazione e commercializzazione di prodotti e servizi all'interno delle macro aree di attività che contraddistinguono la filiera, rispondendo adeguatamente alle mutevoli esigenze del contesto produttivo di riferimento. - Collaborare alla pianificazione e alla gestione dei processi di approvvigionamento, di produzione e di vendita di prodotti e servizi rispettando parametri di qualità e in un'ottica di sviluppo della cultura dell'innovazione.	Produzione scritta secondo le varie tipologie Produzione guidata Colloqui orali Prove semi-strutturate	20 ORE OTT./NOV.	Lezione frontale Lezione partecipata Lavori di gruppo Libri di testo Altro materiale: Filmati Videolezioni

4°	IL VIAGGIO DEL MIO SAPERE 4.1 Modulo 2: La contabilità e il bilancio delle imprese turistico-	<ul style="list-style-type: none"> - Interpretare i contabili e amministrativi dell'impresa turistico-ristorativa. - Redigere la contabilità di settore - Interpretare i dati del bilancio d'esercizio 	<ul style="list-style-type: none"> - Sistema informativo aziendale. - Scritture contabili dell'impresa turistico-ristorativa. - Contabilità elementari, sezionali e complesse. - Contabilità generale 	<ul style="list-style-type: none"> - Collaborare, attraverso l'utilizzo di tecniche tradizionali ed innovative, alla lavorazione, organizzazione e commercializzazione di prodotti e servizi all'interno delle macro aree di attività che contraddistinguono la filiera, rispondendo adeguatamente alle mutevoli esigenze del contesto produttivo di riferimento. 	Produzione scritta secondo le varie tipologie Produzione guidata Colloqui orali Prove semi-strutturate	30 ORE DIC./GEN. / FEB.	Lezione frontale Lezione partecipata Lavori di gruppo Libri di testo Altro materiale: Filmati Videolezioni Codice Civile Casi aziendali LIM e internet
----	---	---	---	--	--	-------------------------------	---

	ristorative.		<ul style="list-style-type: none"> - Bilancio d'esercizio. - Interpretazione del bilancio d'esercizio. - Indici di bilancio e margini patrimoniali. 	Collaborare alla pianificazione e alla gestione dei processi di approvvigionamento, di produzione e di vendita di prodotti e servizi rispettando parametri di qualità e in un'ottica di sviluppo della cultura dell'innovazione. - Applicare tecniche di Hospitality management all'interno delle macro aree di attività che contraddistinguono la filiera di riferimento, adottando le modalità più adeguate di comunicazione in relazione ai principi di efficienza aziendale.			
--	--------------	--	--	---	--	--	--

4°	IL VIAGGIO DEL MIO SAPERE 4.1 Modulo 3: L'analisi dei costi delle imprese turistico-ristorative	<ul style="list-style-type: none"> - Redigere la contabilità di settore - Classificare i costi delle imprese turistico-ristorative. - Calcolare i costi delle imprese turistico-ristorative. - Determinare i costi delle imprese turistico-ristorative. - Determinare il prezzo di vendita dei prodotti e dei servizi delle imprese turistico-ristorative. - Utilizzare le tecniche di approvvigionamento. - Interpretare i dati contabili e amministrativi dell'impresa turistico-ristorativa. 	<ul style="list-style-type: none"> - Gestione economica dell'impresa turistico-ristorativa. - Metodi di calcolo dei costi. - Prezzo di vendita nelle imprese turistico-ristorative. 	<ul style="list-style-type: none"> - Collaborare in contesti noti alla predisposizione di prodotti, servizi e menu all'interno delle macro aree di attività che contraddistinguono la filiera, adeguando il proprio operato al processo decisionale e attuativo. - Applicare tecniche di Hospitality management all'interno delle macro aree di attività che contraddistinguono la filiera di riferimento, adottando le modalità più adeguate di comunicazione in relazione ai principi di efficienza aziendale. 	Produzione scritta secondo le varie tipologie Produzione guidata Colloqui orali Prove semi strutturate	30 ore MAR./APR.	Lezione frontale Lezione partecipata Lavori di gruppo Libri di testo Altro materiale: Filmati Videolezioni
----	--	--	--	--	--	---------------------	--

4°	IL VIAGGIO DEL MIO SAPERE 4.1 Modulo 4: I contratti di lavoro e le norme sulla sicurezza del lavoro	Utilizzare la terminologia giuridica Applicare la normativa vigente nei contesti di riferimento, con particolare attenzione alle norme di sicurezza e alle certificazioni Riconoscere i diritti e i doveri relativi al rapporto di lavoro Utilizzare i principali contratti di lavoro del settore turistico-ristorativo -Riconoscere gli elementi della retribuzione - Compilare il foglio paga	- Mercato del lavoro - Reclutamento del personale - Contratti di lavoro subordinato e autonomo - Retribuzione - Foglio paga - Norme in materia di sicurezza del lavoro	- Collaborare attraverso l'utilizzo di tecniche tradizionali ed innovative, alla lavorazione, organizzazione e commercializzazione di prodotti e servizi all'interno delle macro aree di attività che contraddistinguono la filiera, rispondendo adeguatamente alle mutevoli esigenze del contesto produttivo di riferimento. - Intervenire nella realizzazione di attività in contesti noti adeguando i propri comportamenti nel rispetto della normativa HACCP, della sicurezza e della salute nei luoghi di lavoro	Produzione scritta secondo le varie tipologie Produzione guidata Colloqui orali Prove semi strutturate	20 ore Mag./Giu.	Lezione frontale Lezione partecipata Lavori di gruppo Libri di testo Altro materiale: Filmati Videolezioni
4°	IL VIAGGIO DEL MIO SAPERE 4.1 Modulo 5: Educazione civica	- Identificare le competenze dello Stato e degli enti territoriali;	- Titolo V della Costituzione, Regioni, Città Metropolitane, Province e Comuni; - analisi degli enti che hanno la competenza sulla regolamentazione e promozione del turismo	Compiere le scelte di partecipazione alla vita pubblica e di cittadinanza coerentemente agli obiettivi di sostenibilità sanciti.	Produzione scritta secondo le varie tipologie Produzione guidata Colloqui orali Prove semi strutturate	7 ore	Lezione frontale; Dispense fornite dal docente Testo della Costituzione; Visita siti di Regioni e province che promuovono il territorio;

4°	UDA 4.2 VIAGGIO ENOCASTRO NOMICO NELL' ARCIPELAGO TOSCANO	<ul style="list-style-type: none"> - Applicare, anche collaborando con altri, tecniche standard di budgeting-reporting aziendale; - Applicare modalità di calcolo dei margini di guadagno; - Trasporre i costi di erogazione dei servizi in dati economici di fatturazione. 	<ul style="list-style-type: none"> - Gestione amministrativa del menù e/o del viaggio (business plan); - la Carta Europea per il Turismo Sostenibile; - Anci Toscana e Slow Food, firmata l'intesa per il mondo rurale; - Nuove economie collaborative e organizzate: Centro di Economia circolare di Gorgona, (dal 1869 colonia penale agricola) e Cooperativa di Comunità (promuove sull'isola del Giglio le attività tradizionali legate all'olivicoltura e alla pesca). - Applicare modalità di calcolo dei margini di guadagno e Trasporre i costi di erogazione dei servizi in dati economici di fatturazione - il lavoro in rete tra amministrazione del territorio, imprese di trasferimento tecnologico, terzo 	<ul style="list-style-type: none"> - Utilizzare criteri di scelta di dati che riguardano il contesto sociale, culturale, economico di un territorio per rappresentare in modo efficace le trasformazioni intervenute nel corso del tempo. - Applicare i concetti fondamentali relativi all'organizzazione aziendale e alla produzione di beni e servizi per la soluzione di casi aziendali relativi al settore professionale di riferimento anche utilizzando documentazione tecnica e tecniche elementari di analisi statistica e matematica. 	COMPITO DI REALTA'	TRIMESTRE 14 ore	Lezione frontale Lezione partecipata Lavori di gruppo Dispense fornite dal docente Altro materiale:
----	--	--	---	--	--------------------	-----------------------------------	---

			settore, scuola.			
--	--	--	------------------	--	--	--

4°	UDA 4.3 MARE NOSTRUM VIAGGIO ENOGASTRO NOMICO NEL MAR MEDITERRA N EO	<p>Applicare, anche collaborando con altri, tecniche standard di budgeting-reporting aziendale;</p> <p>- Applicare modalità di calcolo dei margini di guadagno;</p> <p>- Trasporre i costi di erogazione dei servizi in dati economici di fatturazione.</p>	<p>- Gestione amministrativa del menù e/o del viaggio (business plan);</p> <p>- la Carta Europea per il Turismo Sostenibile;</p>	<p>Utilizzare criteri di scelta di dati che riguardano il contesto sociale, culturale, economico di un territorio per rappresentare in modo efficace le trasformazioni intervenute nel corso del tempo.</p> <p>- Applicare i concetti fondamentali relativi all'organizzazione aziendale e alla produzione di beni e servizi per la soluzione di casi aziendali relativi al settore professionale di riferimento anche utilizzando documentazione tecnica e tecniche elementari di analisi statistica e matematica.</p>	COMPITO DI REALTA'	PENTAMES TRE	<p>Lezione frontale</p> <p>Lezione partecipata</p> <p>Lavori di gruppo</p> <p>Libri di testo</p> <p>Altro materiale: Filmati</p> <p>Videolezioni</p>
----	---	---	--	---	--------------------	--------------	--

CURRICOLO PER ASSI DELLE UNITA' DI APPRENDIMENTO TRIENNIO

ASSE SCIENTIFICO TECNOLOGICO CLASSE QUINTA ACCOGLIENZA TURISTICA

LABORATORIO DI ACCOGLIENZA TURISTICA

ANNO	UDA	Abilità	Conoscenze	Contenuti	Competenze	Modalità di verifica	Periodo e ore	Metodologie didattiche e strumenti
------	-----	---------	------------	-----------	------------	----------------------	---------------	------------------------------------

5° ANNO	5.1 IL VIAGGIO DEL MIO SAPERE Modulo 1 Turismo	<ul style="list-style-type: none"> - Diversificare il prodotto/servizio in base alle nuove tendenze, ai modelli di consumo, alle pratiche professionali, agli sviluppi tecnologici e di mercato. - Utilizzare tecniche e strumenti di presentazione e promozione del prodotto/servizio rispondenti alle aspettative e agli stili 	<ul style="list-style-type: none"> - Tecniche di promozione e vendita: marketing operativo e strategico. - Strategie di comunicazione del prodotto. - Strumenti di pubblicità e comunicazione orientati alle varie tipologie di clientela. 	<ul style="list-style-type: none"> - Modelli di comportamento del consumatore <ul style="list-style-type: none"> - I comportamenti turistici - Il comportamento d'acquisto - La motivazione turistica - L'immagine della vacanza - Utilizzo del Cloud Computing di Google 	Competenze D.M. 92/2018 All 2G Competenza n. 1 Utilizzare tecniche tradizionali e innovative di lavorazione, di organizzazione, di commercializzazione dei servizi e dei prodotti enogastronomici, ristorativi e di accoglienza turistico alberghiera, promuovendo le nuove tendenze alimentari ed enogastronomiche. Competenza n. 6 Curare tutte le fasi del ciclo cliente nel contesto professionale, applicando le	<ul style="list-style-type: none"> - Prove pratiche sulla modulistica - Simulazioni pratiche - Verifiche orali (programmate per DSA, H E BES) - Verifiche scritte - Prove pratiche d'informatica ed esercitazioni - Ricerche individuali 	Tutto l'anno	<ul style="list-style-type: none"> - Lezioni frontali e partecipate con discussioni ed interventi - Ricerche individuali e di gruppo - Esercitazione con la modulistica - Esercitazione in laboratorio d'informatica - Libro di testo - Slides fornite dal docente
---------	---	--	---	--	--	--	--------------	--

		di vita del target di riferimento. - Progettare attività promozionali e	- Strumenti e tecniche di costruzione e utilizzo dei veicoli comunicativi	- Utilizzo Canvas	tecniche di comunicazione più idonee ed efficaci nel rispetto delle diverse culture, delle prescrizioni religiose e delle	e/o di gruppo	- Fotocopie - LIM - Appunti
--	--	--	---	--------------------------	---	---------------	--

		pubbлицarіe secondo il tipo di clientela e la tipologia di struttura. - Monitorare il grado di soddisfazione della clientela, applicando tecniche di fidelizzazione post vendita del cliente. - Utilizzare i software applicativi di settore al fine di progettare/ideare attività di promozione e valorizzazione di prodotti e servizi per la filiera dell'enogastronomia e l'ospitalità alberghiera. - Utilizzare lessico e fraseologia di settore anche in lingua straniera. - Sostenere processi di fidelizzazione del cliente mediante la realizzazione di	(cartacei, audio, video, telematici ecc.). - Principi di fidelizzazione del cliente. - Tecniche di rilevazione delle nuove tendenze in relazione a materie prime, tecniche professionali, materiali e attrezzature. - Il sistema di customer satisfaction . - Tecniche di problem solving e gestione reclami - Principali tecniche di comunicazione		specifiche esigenze dietetiche			
--	--	--	---	--	--------------------------------	--	--	--

			e relazioni interpersonali e					
--	--	--	---------------------------------	--	--	--	--	--

		iniziative di customer care. - Usare modalità di interazione e codici diversi a seconda della tipologia di clientela per descrivere e valorizzare i servizi sia in forma orale che scritta anche in lingua straniera. - Adottare un atteggiamento di apertura, ascolto e interesse nei confronti del cliente straniero e della sua cultura. - Assistere il cliente nella fruizione del servizio interpretandone preferenze e richieste e rilevandone il grado di soddisfazione.	interculturali, anche in lingua straniera. - Tecniche di rilevamento della customer satisfaction. - Meccanismi di fidelizzazione del cliente.					
--	--	--	--	--	--	--	--	--

		<ul style="list-style-type: none"> - Gestire la fidelizzazione del cliente mediante tecniche di customer care. - Identificare e comprendere le differenze gestuali, prossemiche e di valori culturali. 						
ANNO	UDA	Abilità	Conoscenze	Contenuti	Competenze	Modalità di verifica	Periodo e ore	Metodologie e strumenti
5° ANNO	5.1 IL VIAGGIO DEL MIO SAPERE Modulo 2 La guest experience	<ul style="list-style-type: none"> - Diversificare il prodotto/servizio in base alle nuove tendenze, ai modelli di consumo, alle pratiche professionali, agli sviluppi tecnologici e di mercato. - Utilizzare tecniche e strumenti di presentazione e promozione del 	<ul style="list-style-type: none"> - Tecniche di promozione e vendita: marketing operativo e strategico. - Strategie di comunicazione e del prodotto. - Strumenti di pubblicità e comunicazione orientati alle varie 	<ul style="list-style-type: none"> - L'ospitalità oggi - La personalizzazione e dei servizi - Gli elementi della guest experience - Utilizzo del Cloud Computing di Google - Utilizzo Canvas 	Competenze D.M. 92/2018 All 2G Competenza n. 1 Utilizzare tecniche tradizionali e innovative di lavorazione, di organizzazione, di commercializzazione dei servizi e dei prodotti enogastronomici, ristorativi e di accoglienza turisticoalberghiera, promuovendo le nuove	- Prove pratiche sulla modulistica - Simulazioni pratiche - Verifiche orali (programmate per DSA, H E BES) - Verifiche scritte - Prove pratiche d'informatica ed	Tutto l'anno	<ul style="list-style-type: none"> - Lezioni frontali e partecipate con discussioni ed interventi - Ricerche individuali e di gruppo - Esercitazione con la modulistica - Esercitazione in laboratorio d'informatica - Libro di testo - Slides fornite dal docente

		<p>prodotto/servizio rispondenti alle aspettative e agli stili di vita del target di riferimento.</p> <p>- Progettare attività promozionali e pubblicitarie secondo il tipo di clientela e la tipologia di struttura.</p> <p>- Monitorare il grado di soddisfazione della clientela, applicando tecniche di fidelizzazione post vendita del cliente.</p> <p>- Utilizzare i software applicativi di settore al fine di progettare/ideare attività di promozione e valorizzazione di prodotti e servizi per la filiera</p>	<p>tipologie di clientela.</p> <p>- Strumenti e tecniche di costruzione e utilizzo dei veicoli comunicativi (cartacei, audio, video, telematici ecc.).</p> <p>- Principi di fidelizzazione del cliente.</p> <p>- Tecniche di rilevazione delle nuove tendenze in relazione a materie prime, tecniche professionali, materiali e attrezzature.</p> <p>- Il sistema di customer satisfaction</p> <p>- Tecniche di problem solving e gestione reclami</p>		<p>tendenze alimentari ed enogastronomiche.</p> <p>Competenza n. 6 Curare tutte le fasi del ciclo cliente nel contesto professionale, applicando le tecniche di comunicazione più idonee ed efficaci nel rispetto delle diverse culture, delle prescrizioni religiose e delle specifiche esigenze dietetiche.</p> <p>Competenza n. 9 Gestire tutte le fasi del ciclo cliente applicando le più idonee tecniche professionali di Hospitality Management, rapportandosi con le altre aree aziendali, in un'ottica di comunicazione ed efficienza aziendale.</p>	<p>esercitazioni</p> <p>- Ricerche individuali e/o di gruppo</p>		<p>- Fotocopie</p> <p>- LIM</p> <p>- Appunti</p>
--	--	---	---	--	---	---	--	---

		<p>dell'enogastronomia e l'ospitalità alberghiera.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Utilizzare lessico e fraseologia di settore anche in lingua straniera. - Sostenere processi di fidelizzazione del cliente mediante la realizzazione di iniziative di customer care. - Usare modalità di interazione e codici diversi a seconda della tipologia di clientela per descrivere e valorizzare i servizi sia in forma orale che scritta anche in lingua straniera. - Adottare un atteggiamento di apertura, ascolto e interesse nei confronti del cliente straniero e 	<ul style="list-style-type: none"> - Principali tecniche di comunicazione e relazioni interpersonali e interculturali, anche in lingua straniera. - Tecniche di rilevamento della customer satisfaction. - Meccanismi di fidelizzazione del cliente. - Tecniche e strumenti di rilevazione delle aspettative e di analisi del gradimento. - Procedure e tecniche di organizzazione e di redazione di iniziative 					
--	--	--	---	--	--	--	--	--

		<p>della sua cultura.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Assistere il cliente nella fruizione del servizio interpretandone preferenze e richieste e rilevandone il grado di soddisfazione. - Gestire la fidelizzazione del cliente mediante tecniche di customer care. - Identificar e e comprendere le differenze gestuali, prossemiche e di valori culturali. - Assistere il cliente nella fruizione del servizio interpretandone preferenze e richieste. - Gestire la fidelizzazione del 	<p>finalizzate alla fidelizzazione dei clienti.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Terminologia di settore e registri linguistici, anche in lingua straniera. - Metodologie e tecniche di diffusione e promozione delle diverse iniziative, dei progetti e delle attività. 					
--	--	--	--	--	--	--	--	--

		<p>cliente mediante la programmazione di iniziative di customer care e di customer satisfaction.</p> <ul style="list-style-type: none">- Informare sui servizi disponibili ed extra di vario tipo, finalizzati a rendere gradevole la permanenza presso la struttura ricettiva.- Applicare tecniche di ricettività e accoglienza in linea con la tipologia di servizio ricettivo e il target di clientela, al fine di garantire l'immagine e lo stile della struttura e valorizzare il servizio offerto.- Rilevare il grado di soddisfazione della						
--	--	--	--	--	--	--	--	--

		clientela e tradurre i risultati dei rilevamenti in proposte migliorative del prodotto/servizio.						
ANNO	UDA	Abilità	Conoscenze	Contenuti	Competenze	Modalità di verifica	Periodo e ore	Metodologie e didattiche e strumenti
5° ANNO	5.1 IL VIAGGIO DEL MIO SAPERE Modulo 3 Sicurezza e salute degli ospiti in albergo	<ul style="list-style-type: none"> - Applicare le normative che disciplinano i processi dei servizi, con riferimento alla riservatezza, alla sicurezza e salute sui luoghi di vita e di lavoro, dell'ambiente e del territorio. - Garantire la tutela e la sicurezza del cliente. - Formulare proposte di miglioramento delle soluzioni organizzative/layout dell'ambiente di lavoro per evitare 	<ul style="list-style-type: none"> - Normativa relativa alla tutela della riservatezza dei dati personali. - Normativa volta alla tutela e sicurezza del cliente. 	<ul style="list-style-type: none"> - La comunicazione e della sicurezza <ul style="list-style-type: none"> - La sicurezza alimentare - La sicurezza biologica - La sicurezza dei dati personali - Utilizzo del Cloud Computing di Google - Utilizzo Canvas 	Competenze D.M. 92/2018 All 2G Competenza n. 3 il sistema HACCP, la normativa sulla sicurezza e sulla salute nei luoghi di lavoro.	<ul style="list-style-type: none"> - Prove pratiche sulla modulistica - Simulazioni pratiche - Verifiche orali (programmate per DSA, H E BES) - Verifiche scritte - Prove pratiche d'informatica ed esercitazioni - Ricerche individuali e/o di gruppo 	Tutto l'anno	<ul style="list-style-type: none"> - Lezioni frontali e partecipate con discussioni ed interventi - Ricerche individuali e di gruppo - Esercitazione con la modulistica - Esercitazione in laboratorio d'informatica - Libro di testo - Slides fornite dal docente - Fotocopie - LIM - Appunti
		fonti di rischio.						

ANNO	UDA	Abilità	Conoscenze	Contenuti	Competenze	Modalità di verifica	Periodo e ore	Metodologie e strumenti
5° ANNO	5.1 IL VIAGGIO DEL MIO SAPERE Modulo 4 Apertura e cessazione di un'attività ricettiva	<ul style="list-style-type: none"> - Diversificare il prodotto/servizio in base alle nuove tendenze, ai modelli di consumo, alle pratiche professionali, agli sviluppi tecnologici e di mercato. - Utilizzare tecniche e strumenti di presentazione e promozione del prodotto/servizio rispondenti alle aspettative e agli stili di vita del target di riferimento. - Progettare attività promozionali e pubblicitarie secondo il tipo di clientela e la 	<ul style="list-style-type: none"> - Tecniche di promozione e vendita: marketing operativo e strategico. - Strategie di comunicazione e del prodotto. - Strumenti di pubblicità e comunicazione orientati alle varie tipologie di clientela. - Strumenti e tecniche di costruzione e utilizzo dei veicoli comunicativi (cartacei, audio, video, telematici ecc.). 	<ul style="list-style-type: none"> - La SCIA - L'accessibilità della struttura - Il regime di liberalizzazione e delle tariffe - La chiusura dell'attività - La regolamentazione e dei rapporti con il cliente-tipo - La fase ante: Il contratto di albergo. La caparra - La fase check-in: la notifica degli ospiti, il trattamento dei dati personali - La fase live-in – Le fasi Check-out e Post - L'imposta di soggiorno - Il modello Istat C-59 - Classificazione alberghiera: evoluzione della normativa 	Competenze D.M. 92/2018 All 2G Competenza n. 1 Utilizzare tecniche tradizionali e innovative di lavorazione, di organizzazione, di commercializzazione dei servizi e dei prodotti enogastronomici, ristorativi e di accoglienza turisticoalberghiera, promuovendo le nuove tendenze alimentari ed enogastronomiche. Competenza n. 2 Supportare la pianificazione e la gestione dei processi di approvvigionamento, di produzione e di vendita in un'ottica di qualità e di sviluppo della cultura dell'innovazione. Competenza n. 3 il sistema HACCP, la	<ul style="list-style-type: none"> - Prove pratiche sulla modulistica - Simulazioni pratiche - Verifiche orali (programmate per DSA, H E BES) - Verifiche scritte - Prove pratiche d'informatica ed esercitazioni - Ricerche individuali e/o di gruppo 	Tutto l'anno	<ul style="list-style-type: none"> - Lezioni frontali e partecipate con discussioni ed interventi - Ricerche individuali e di gruppo - Esercitazione con la modulistica - Esercitazione in laboratorio d'informatica - Libro di testo - Slides fornite dal docente - Fotocopie - LIM - Appunti

		<p>tipologia di struttura.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Monitorare il grado di soddisfazione della clientela, applicando tecniche di fidelizzazione post vendita del cliente. - Utilizzare i software applicativi di settore al fine di progettare/ideare attività di promozione e valorizzazione di prodotti e servizi per la filiera dell'enogastronomia e l'ospitalità alberghiera. - Utilizzare lessico e fraseologia di settore anche in lingua straniera. - Sostenere processi di fidelizzazione del cliente mediante la 	<ul style="list-style-type: none"> - Principi di fidelizzazione del cliente. - Tecniche di rilevazione delle nuove tendenze in relazione a materie prime, tecniche professionali, materiali e attrezzature. - Il sistema di customer satisfaction - Tecniche di problem solving e gestione reclami - Tecniche di realizzazione, lavorazione ed erogazione del prodotto/servizio - Tecniche di organizzazione del lavoro, strumenti per la gestione 	<ul style="list-style-type: none"> - Utilizzo del Cloud Computing di Google - Utilizzo Canvas 	<p>normativa sulla sicurezza e sulla salute nei luoghi di lavoro.</p> <p>Competenza n. 6 Curare tutte le fasi del ciclo cliente nel contesto professionale, applicando le tecniche di comunicazione più idonee ed efficaci nel rispetto delle diverse culture, delle prescrizioni religiose e delle specifiche esigenze dietetiche.</p> <p>Competenza n. 9 Gestire tutte le fasi del ciclo cliente applicando le più idonee tecniche professionali di Hospitality Management, rapportandosi con le altre aree aziendali, in un'ottica di comunicazione ed efficienza aziendale.</p> <p>Competenza n. 10 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.</p>			
--	--	--	--	---	---	--	--	--

		<p>realizzazione di iniziative di customer care.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Gestire il processo di consegna, stoccaggio e monitoraggio delle merci/prodotti/servizi. - Identificare quali quantitativamente le risorse necessarie per la realizzazione del prodotto/servizio programmato. - Applicare criteri di pianificazione del proprio lavoro, operando in équipe, e interagendo con le altre figure professionali e i vari reparti. - Applicare specifiche procedure e tecniche di 	<p>organizzativa.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Metodi per identificare, progettare e controllare i processi gestionali e operativi. - Strategie e tecniche per ottimizzare i risultati e per affrontare eventuali criticità. - Tecniche di programmazione e controllo dei costi. - Tecniche di rilevazione della qualità dell'offerta preventiva. - Normativa relativa alla tutela della riservatezza dei dati personali. - Normativa volta 					
--	--	--	--	--	--	--	--	--

		<p>gestione d'impresa.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Controllare la corrispondenza del prodotto/servizio ai parametri predefiniti e formulare proposte di miglioramento degli standard di qualità di prodotti e servizi. - Classificare e configurare i costi per verificare la sostenibilità economica del prodotto/servizio - Rilevare i mutamenti culturali, sociali, economici e tecnologici che influiscono sull'evoluzione dei bisogni e sull'innovazione dei processi di produzione di prodotti e servizi. - Applicare le normative che disciplinano i 	<p>alla tutela e sicurezza del cliente.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Principali tecniche di comunicazione e relazioni interpersonali e interculturali, anche in lingua straniera. - Tecniche di rilevamento della customer satisfaction. - Meccanismi di fidelizzazione del cliente. - Tecniche e strumenti di rilevazione delle aspettative e di analisi del gradimento. 					
--	--	--	---	--	--	--	--	--

		<p>processi dei servizi, con riferimento alla riservatezza, alla sicurezza e salute sui luoghi di vita e di lavoro, dell'ambiente e del territorio.</p> <p>- Garantire la tutela e la sicurezza del cliente.</p> <p>- Formulare proposte di miglioramento delle soluzioni organizzative/layout dell'ambiente di lavoro per evitare fonti di rischio.</p> <p>- Usare modalità di interazione e codici diversi a seconda della tipologia di clientela per descrivere e valorizzare i servizi sia in forma orale che scritta anche in lingua straniera.</p> <p>- Adottare un atteggiamento di</p>	<p>- Procedur e e tecniche di organizzazione e di redazione di iniziative finalizzate alla fidelizzazione dei clienti.</p> <p>- Terminologia di settore e registri linguistici, anche in lingua straniera.</p> <p>- Metodologie e tecniche di diffusione e promozione delle diverse iniziative, dei progetti e delle attività.</p> <p>- Elementi di budgeting per la quantificazione dell'entità dell'investimento economico e</p>					
--	--	---	--	--	--	--	--	--

		<p>apertura, ascolto e interesse nei confronti del cliente straniero e della sua cultura.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Assistere il cliente nella fruizione del servizio interpretandone preferenze e richieste e rilevandone il grado di soddisfazione. - Gestire la fidelizzazione del cliente mediante tecniche di customer care. - Identificare e comprendere le differenze gestuali, prossemiche e di valori culturali. - Assistere il cliente nella fruizione del servizio interpretandone preferenze e richieste. 	<p>valutazione della sua sostenibilità.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Elementi di diritto commerciale, organizzazione e gestione aziendale, contabilità analitica. - Tecniche di reportistica aziendale. - Tecniche di analisi per indici. 					
--	--	---	---	--	--	--	--	--

		<ul style="list-style-type: none"> - Gestire la fidelizzazione del cliente mediante la programmazione di iniziative di customer care e di customer satisfaction. - Informare sui servizi disponibili ed extra di vario tipo, finalizzati a rendere gradevole la permanenza presso la struttura ricettiva. - Applicare tecniche di ricettività e accoglienza in linea con la tipologia di servizio ricettivo e il target di clientela, al fine di garantire l'immagine e lo stile della struttura e valorizzare il servizio offerto. - Rilevare il grado di 						
--	--	--	--	--	--	--	--	--

		<p>soddisfazione della clientela e tradurre i risultati dei rilevamenti in proposte migliorative del prodotto/servizio.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Applicare tecniche di benchmarking. - Individuare i target e gli indicatori di performance. - Monitorare periodicamente gli indicatori attraverso la rilevazione e l'analisi dei costi e dei risultati. 						
ANNO	UDA	Abilità	Conoscenze	Contenuti	Competenze	Modalità di verifica	Periodo e ore	Metodologie e didattiche e strumenti
5° ANNO	<p>5.1 IL VIAGGIO DEL MIO SAPERE</p> <p>Modulo 5</p> <p>La professione del direttore di albergo</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Gestire il processo di consegna, stoccaggio e monitoraggio delle merci/prodotti/servizi. - Identificare qualitativamente le risorse 	<ul style="list-style-type: none"> - Tecniche di realizzazione, lavorazione ed erogazione del prodotto/servizio - Tecniche di organizzazione del lavoro, strumenti per la 	<ul style="list-style-type: none"> - Le mansioni - Le competenze - La formazione - La gestione delle risorse umane: il personale come fattore competitivo - L'outsourcing - Utilizzo del Cloud Computing 	<p>Competenze D.M. 92/2018 All 2G</p> <p>Competenza n. 2</p> <p>Supportare la pianificazione e la gestione dei processi di approvvigionamento, di produzione e di vendita in un'ottica di qualità e di sviluppo della cultura</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Prove pratiche sulla modulistica - Simulazioni pratiche - Verifiche orali (programmate per DSA, H E BES) - Verifiche 	Tutto l'anno	<ul style="list-style-type: none"> - Lezioni frontali e partecipate con discussioni ed interventi - Ricerche individuali e di gruppo - Esercitazione con la modulistica - Esercitazione in

		<p>necessarie per la realizzazione del prodotto/servizio o programmato.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Applicare criteri di pianificazione del proprio lavoro, operando in équipe, e interagendo con le altre figure professionali e i vari reparti. - Applicare specifiche procedure e tecniche di gestione d'impresa. - Controllare la corrispondenza del prodotto/servizio ai parametri predefiniti e formulare proposte di miglioramento degli standard di qualità di prodotti e servizi. - Classificare e configurare i costi per 	<p>gestione organizzativa</p> <ul style="list-style-type: none"> - Metodi per identificare, progettare e controllare i processi gestionali e operativi. - Strategie e tecniche per ottimizzare i risultati e per affrontare eventuali criticità. - Tecniche di programmazione e controllo dei costi. - Tecniche di rilevazione della qualità dell'offerta preventiva. - Elementi di budgeting per la quantificazione dell'entità 	<p>di Google</p> <ul style="list-style-type: none"> - Utilizzo Canvas 	<p>dell'innovazione.</p> <p>Competenza n. 10 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.</p>	<p>scritte</p> <ul style="list-style-type: none"> - Prove pratiche d'informatica ed esercitazioni - Ricerche individuali e/o di gruppo 	<p>laboratorio d'informatica</p> <ul style="list-style-type: none"> - Libro di testo - Slides fornite dal docente - Fotocopie - LIM - Appunti
--	--	--	---	--	--	--	--

		<p>verificare la sostenibilità economica del prodotto/servizio.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Rilevare i mutamenti culturali, sociali, economici e tecnologici che influiscono sull'evoluzione dei bisogni e sull'innovazione dei processi di produzione di prodotti e servizi. - Applicare tecniche di benchmarking. - Individuare i target e gli indicatori di performance. - Monitorare periodicamente gli indicatori attraverso la rilevazione e l'analisi dei costi e dei risultati. 	<p>dell'investimento economico e valutazione della sua sostenibilità.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Elementi di diritto commerciale, organizzazione e gestione aziendale, contabilità analitica. - Tecniche di reportistica aziendale. - Tecniche di analisi per indici. 					
ANNO	UDA	Abilità	Conoscenze	Contenuti	Competenze	Modalità di verifica	Periodo e ore	Metodologie e didattiche e strumenti

5° ANNO	5.2 AVANGUARDI A GOURMET E SOCIAL Modulo 1 Il Marketing e il Web marketing	<ul style="list-style-type: none"> - Diversificare e il prodotto/servizio in base alle nuove tendenze, ai modelli di consumo, alle pratiche professionali, agli sviluppi tecnologici e di mercato. - Utilizzare tecniche e strumenti di presentazione e promozione del prodotto/servizio rispondenti alle aspettative e agli stili di vita del target di riferimento. - Progettare attività promozionali e pubblicitarie secondo il tipo di clientela e la tipologia di struttura. - Monitorare il grado di soddisfazione della clientela, applicando 	<ul style="list-style-type: none"> - Tecniche di promozione e vendita: marketing operativo e strategico. - Strategie di comunicazione e del prodotto. - Strumenti di pubblicità e comunicazione orientati alle varie tipologie di clientela. - Strumenti e tecniche di costruzione e utilizzo dei veicoli comunicativi (cartacei, audio, video, telematici ecc.). - Principi di fidelizzazione del cliente. 	<ul style="list-style-type: none"> - Cos'è il marketing - Il business plan della destinazione turistica - Il business plan alberghiero - Gli elementi del marketing alberghiero - il visual marketing - Il marketing plan - Il marketing territoriale - Il piano di marketing territoriale - I web marketing 	Competenze D.M. 92/2018 All 2G Competenza n. 1 Utilizzare tecniche tradizionali e innovative di lavorazione, di organizzazione, di commercializzazione dei servizi e dei prodotti enogastronomici, ristorativi e di accoglienza turisticoalberghiera, promuovendo le nuove tendenze alimentari ed enogastronomiche Competenza n. 6 Curare tutte le fasi del ciclo cliente nel contesto professionale, applicando le tecniche di comunicazione più idonee ed efficaci nel rispetto delle diverse culture, delle prescrizioni religiose e delle specifiche esigenze dietetiche. Competenza n. 7 Progettare, anche con tecnologie digitali, eventi enogastronomici e culturali che valorizzino il patrimonio delle tradizioni e delle tipicità locali, nazionali anche in contesti internazionali per la promozione del Made in Italy. Competenza n. 8 Realizzare pacchetti di offerta turistica integrata con i principi dell'ecosostenibilità ambientale, promuovendo la vendita dei servizi e dei prodotti coerenti con il contesto territoriale,	<ul style="list-style-type: none"> - Prove pratiche sulla modulistica - Simulazioni pratiche - Verifiche orali - (programmate per DSA, H E BES) - Verifiche scritte - Prove pratiche d'informatica ed esercitazioni - Ricerche individuali e/o di gruppo 	Metà Ottobre- Metà Novembre	<ul style="list-style-type: none"> - Lezioni frontali e partecipate con discussioni ed interventi - Ricerche individuali e di gruppo - Esercitazione con la modulistica - Esercitazione in laboratorio d'informatica - Libro di testo - Slides fornite dal docente - Fotocopie - LIM - Appunti
------------	---	---	--	---	--	---	--------------------------------------	---

				<ul style="list-style-type: none">- I digital marketing- I canali distributivi on line				
--	--	--	--	---	--	--	--	--

		<p>tecniche di fidelizzazione post vendita del cliente.</p> <p>- Utilizzare i software applicativi di settore al fine di progettare/ideare attività di promozione e valorizzazione di prodotti e servizi per la filiera dell'enogastronomia e l'ospitalità alberghiera.</p> <p>- Utilizzare lessico e fraseologia di settore anche in lingua straniera.</p> <p>- Sostenere processi di fidelizzazione del cliente mediante la realizzazione di iniziative di customer care.</p> <p>- Usare modalità di</p>	<p>- Tecniche di rilevazione delle nuove tendenze in relazione a materie prime, tecniche professionali, materiali e attrezzature.</p> <p>- Il sistema di customer satisfaction.</p> <p>- Tecniche di problem solving e gestione reclami</p> <p>- Principali tecniche di comunicazione e relazioni interpersonali e interculturali, anche in lingua straniera.</p> <p>- Tecniche di rilevamento della customer</p>	<p>- Il sito web dell'albergo</p> <p>- La reputazione a web</p> <p>- Il remarketing</p> <p>- L'email marketing</p> <p>- La digitalizzazione e degli eventi</p> <p>- La Customer Satisfaction</p> <p>- La comunicazione di impresa</p> <p>- Utilizzo del Cloud Computing di Google</p> <p>- Utilizzo Canvas</p>	<p>utilizzando il web.</p> <p>Competenza n. 9 Gestire tutte le fasi del ciclo cliente applicando le più idonee tecniche professionali di Hospitality Management, rapportandosi con le altre aree aziendali, in un'ottica di comunicazione ed efficienza aziendale.</p> <p>Competenza n. 11 Contribuire alle strategie di Destination Marketing attraverso la promozione dei beni culturali e ambientali, delle tipicità enogastronomiche, delle attrazioni, degli eventi e delle manifestazioni, per veicolare un'immagine riconoscibile e rappresentativa del territorio.</p>			
--	--	--	---	--	--	--	--	--

		<p>interazione e codici diversi a seconda della tipologia di clientela per descrivere e valorizzare i servizi sia in forma orale che scritta anche in lingua straniera.</p> <p>- Adottare un atteggiamento di apertura, ascolto e interesse nei confronti del cliente straniero e della sua cultura.</p> <p>- Assistere il cliente nella fruizione del servizio interpretandone preferenze e richieste e rilevandone il grado di soddisfazione.</p> <p>- Gestire la fidelizzazione del cliente mediante tecniche di customer</p>	<p>satisfaction.</p> <p>- Meccanismi di fidelizzazione del cliente.</p> <p>- Tecniche, metodi e tempi per l'organizzazione logistica di catering/eventi.</p> <p>- Tecniche e di analisi, di ricerca e di marketing congressuale e fieristico.</p> <p>- Strumenti digitali per la gestione organizzativa e promozione di eventi.</p> <p>- Procedure per la gestione delle situazioni conflittuali o eventi imprevisti.</p>					
--	--	---	--	--	--	--	--	--

		<p>care.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identificare e comprendere le differenze gestuali, prossemiche e di valori culturali. - Attuare l'informazione e la promozione di un evento enogastronomico, turisticoculturale in funzione del target di riferimento e nell'ottica della valorizzazione del Made in Italy. - Definire le specifiche per l'allestimento degli spazi e per le operazioni di banqueting/ catering. - Applicare tecniche di allestimento di strumentazioni, 	<ul style="list-style-type: none"> - Metodologie e strumenti di marketing turistico e web marketing. - Normativa sulla tutela ambientale, applicata al settore di riferimento. - Norme ISO e fattori di scelta, criteri per il riconoscimento della certificazione Ecolabel. - Strumenti e metodi per la gestione dell'offerta turistica integrata secondo i principi di sostenibilità ambientale. - Modalità di calcolo dei margini di 					
--	--	---	--	--	--	--	--	--

		<p>accessori e decorazioni in base al servizio da erogare e rispondente a principi estetici.</p> <p>- Determinare le modalità e i tempi di erogazione delle singole attività per la realizzazione dell'evento.</p> <p>- Valutare lo stato di avanzamento dell'evento in funzione del programma stabilito e, in presenza di anomalie, attuare azioni finalizzate a correggere e migliorare il piano di lavorazione.</p> <p>- Applicare metodi e procedure standard per il monitoraggio delle attività post evento.</p>	<p>guadagno.</p> <p>- Tecnich e e strumenti di rilevazione delle aspettative e di analisi del gradimento.</p> <p>- Procedur e e tecniche di organizzazione e di redazione di iniziative finalizzate alla fidelizzazione dei clienti.</p> <p>- Terminologia di settore e registri linguistici, anche in lingua straniera.</p> <p>- Metodologie e tecniche di diffusione e promozione delle diverse iniziative, dei progetti e</p>					
--	--	--	--	--	--	--	--	--

		<ul style="list-style-type: none"> - Posizionare l'offerta turistica identificando servizi primari e complementari per una proposta integrata coerente con il contesto e le esigenze della clientela. - Valutare la compatibilità dell'offerta turistica integrata con i principi dell'ecosostenibilità . - Realizzare azioni di promozione di Tourism Certification. - Determinar e gli indicatori di costo per la realizzazione del servizio turistico. - Organizzare e pianificare offerte turistiche integrate, in 	<p>delle attività.</p> <ul style="list-style-type: none"> - L'infor mazione turistica: dall'on site all'online. - Tecniche di organizzazione di attività culturali, artistiche, ricreative in relazione alla tipologia di clientela. - Metodi di selezione dell'offerta turistica di un territorio in relazione a tempi, costi, qualità. 					
--	--	---	--	--	--	--	--	--

		<p>italiano e in lingua straniera, utilizzando anche strumenti di marketing e web marketing.</p> <ul style="list-style-type: none">- Assistere il cliente nella fruizione del servizio interpretandone preferenze e richieste.- Gestire la fidelizzazione del cliente mediante la programmazione di iniziative di customer care e di customer satisfaction.- Informare sui servizi disponibili ed extra di vario tipo, finalizzati a rendere gradevole la permanenza presso la struttura ricettiva.- Applicare tecniche						
--	--	---	--	--	--	--	--	--

		<p>di ricettività e accoglienza in linea con la tipologia di servizio ricettivo e il target di clientela, al fine di garantire l'immagine e lo stile della struttura e valorizzare il servizio offerto.</p> <ul style="list-style-type: none">- Rilevare il grado di soddisfazione della clientela e tradurre i risultati dei rilevamenti in proposte migliorative del prodotto/servizio.- Progettare attività/iniziative di varia tipologia atte a valorizzare le tipicità del territorio.- Attuare l'informazione e la						
--	--	--	--	--	--	--	--	--

		<p>promozione di itinerari enogastronomici, artistici, naturalistici, eventi, attrazioni riferiti al territorio di appartenenza.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Predisporre azioni a supporto della domanda potenziale di prodotti e servizi turistici. - Collaborare alla realizzazione di attività innovative di pubblicizzazione di itinerari enogastronomici, artistici, naturalistici per promuovere l'immagine e la valorizzazione del territorio. 						
ANNO	UDA	Abilità	Conoscenze	Contenuti	Competenze	Modalità di verifica	Periodo e ore	Metodologie e didattiche e strumenti

5° ANNO	5.2 AVANGUARDI A GOURMET E SOCIAL Modulo 2 La Destinazione	<ul style="list-style-type: none"> - Diversificare e il prodotto/servizio in base alle nuove tendenze, ai modelli di consumo, alle pratiche professionali, agli sviluppi tecnologici e di mercato. - Utilizzare tecniche e strumenti di presentazione e promozione del prodotto/servizio rispondenti alle aspettative e agli stili di vita del target di riferimento. - Progettare attività promozionali e pubblicitarie secondo il tipo di clientela e la tipologia di struttura. - Monitorare il grado di soddisfazione della clientela, applicando 	<ul style="list-style-type: none"> - Tecniche di promozione e vendita: marketing operativo e strategico. - Strategie di comunicazione e del prodotto. - Strumenti di pubblicità e comunicazione orientati alle varie tipologie di clientela. - Strumenti e tecniche di costruzione e utilizzo dei veicoli comunicativi (cartacei, audio, video, telematici ecc.). - Principi di fidelizzazione del cliente. 	<ul style="list-style-type: none"> - La destinazione turistica - La pianificazione strategica di una destinazione - L'evoluzione della destinazione - Il distretto turistico - Le caratteristiche distintive di un distretto turistico - Il destination management - Contenuti del DM - Sviluppo e governo delle destinazioni - I problemi di governo delle località - Il significato di qualità per una 	Competenze D.M. 92/2018 All 2G Competenza n. 1 Utilizzare tecniche tradizionali e innovative di lavorazione, di organizzazione, di commercializzazione dei servizi e dei prodotti enogastronomici, ristorativi e di accoglienza turisticoalberghiera, promuovendo le nuove tendenze alimentari ed enogastronomiche. Competenza n. 2 Supportare la pianificazione e la gestione dei processi di approvvigionamento, di produzione e di vendita in un'ottica di qualità e di sviluppo della cultura dell'innovazione. Competenza n. 6 Curare tutte le fasi del ciclo cliente nel contesto professionale, applicando le tecniche di comunicazione più idonee ed efficaci nel rispetto delle diverse culture, delle prescrizioni religiose e delle specifiche esigenze dietetiche. Competenza n. 8 Realizzare pacchetti di offerta turistica integrata con i principi dell'ecosostenibilità ambientale, promuovendo la vendita dei servizi e dei prodotti coerenti con il contesto territoriale, utilizzando il web.	- Prove pratiche sulla modulistica - Simulazioni pratiche - Verifiche orali (programmate per DSA, H E BES) - Verifiche scritte - Prove pratiche d'informatica ed esercitazioni - Ricerche individuali e/o di gruppo	Metà Ottobre- Metà novembre	<ul style="list-style-type: none"> - Lezioni frontali e partecipate con discussioni ed interventi - Ricerche individuali e di gruppo - Esercitazione con la modulistica - Esercitazione in laboratorio d'informatica - Libro di testo - Slides fornite dal docente - Fotocopie - LIM - Appunti
------------	---	---	--	--	---	---	--------------------------------------	---

				destinazione turistica				
				- La gestione del				

		<p>tecniche di fidelizzazione post vendita del cliente.</p> <p>- Utilizzare i software applicativi di settore al fine di progettare/ideare attività di promozione e valorizzazione di prodotti e servizi per la filiera dell'enogastronomia e l'ospitalità alberghiera.</p> <p>- Utilizzare lessico e fraseologia di settore anche in lingua straniera.</p> <p>- Sostenere processi di fidelizzazione del cliente mediante la realizzazione di iniziative di customer care.</p> <p>- Gestire il processo</p>	<p>- Tecniche di rilevazione delle nuove tendenze in relazione a materie prime, tecniche professionali, materiali e attrezzature.</p> <p>- Il sistema di customer satisfaction.</p> <p>- Tecniche di problem solving e gestione reclami</p> <p>- Tecniche di realizzazione, lavorazione ed erogazione del prodotto/servizio</p> <p>- Tecniche di organizzazione del lavoro, strumenti per la gestione</p>	<p>destinatio n marketing</p> <p>- La visione strategica</p> <p>- Im magine e identità</p> <p>- Il posizionament o</p> <p>- Il destination brand</p> <p>- Il ciclo di vita della destinazione turistica</p> <p>- La brand image della destinazione</p> <p>- L a web reputatio</p>	<p>Competenza n. 9 Gestire tutte le fasi del ciclo cliente applicando le più idonee tecniche professionali di Hospitality Management, rapportandosi con le altre aree aziendali, in un'ottica di comunicazione ed efficienza aziendale.</p> <p>Competenza n. 10 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.</p> <p>Competenza n. 11 Contribuire alle strategie di Destination Marketing attraverso la promozione dei beni culturali e ambientali, delle tipicità enogastronomiche, delle attrazioni, degli eventi e delle manifestazioni, per veicolare un'immagine riconoscibile e rappresentativa del territorio.</p>			
--	--	--	---	--	---	--	--	--

			organizzativa.	n - Utilizzo del Cloud Computing di Google - Utilizzo Canvas				
--	--	--	----------------	---	--	--	--	--

		<p>di consegna, stoccaggio e monitoraggio delle merci/prodotti/servizi.</p> <p>- Identificare quali quantitativamente le risorse necessarie per la realizzazione del prodotto/servizio programmato.</p> <p>- Applicare criteri di pianificazione del proprio lavoro, operando in équipe, e interagendo con le altre figure professionali e i vari reparti.</p> <p>- Applicare specifiche procedure e tecniche di gestione d'impresa.</p> <p>- Controllare la corrispondenza del prodotto/servizio ai</p>	<p>- Metodi per identificare, progettare e controllare i processi gestionali e operativi.</p> <p>- Strategie e tecniche per ottimizzare i risultati e per affrontare eventuali criticità.</p> <p>- Tecniche di programmazione e controllo dei costi.</p> <p>- Tecniche di rilevazione della qualità dell'offerta preventiva.</p> <p>- Principali tecniche di comunicazione e relazioni</p>					
--	--	---	---	--	--	--	--	--

		<p>parametri predefiniti e formulare proposte di miglioramento degli standard di qualità di prodotti e servizi.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Classificare e configurare i costi per verificare la sostenibilità economica del prodotto/servizio. - Rilevare i mutamenti culturali, sociali, economici e tecnologici che influiscono sull'evoluzione dei bisogni e sull'innovazione dei processi di produzione di prodotti e servizi. - Usare modalità di interazione e codici diversi a seconda 	<p>interpersonali e interculturali, anche in lingua straniera.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tecniche di rilevamento della customer satisfaction. - Meccanismi di fidelizzazione del cliente. - Metodologie e strumenti di marketing turistico e web marketing. - Normativa sulla tutela ambientale, applicata al settore di riferimento. - Norme ISO e fattori di scelta, criteri per il riconoscimento della certificazione Ecolabel. 					
--	--	---	--	--	--	--	--	--

		<p>della tipologia di clientela per descrivere e valorizzare i servizi sia in forma orale che scritta anche in lingua straniera.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Adottare un atteggiamento di apertura, ascolto e interesse nei confronti del cliente straniero e della sua cultura. - Assistere il cliente nella fruizione del servizio interpretandone preferenze e richieste e rilevandone il grado di soddisfazione. - Gestire la fidelizzazione del cliente mediante tecniche di customer care. - Identificare e comprendere le 	<ul style="list-style-type: none"> - Strumenti e metodi per la gestione dell'offerta turistica integrata secondo i principi di sostenibilità ambientale. - Modalità di calcolo dei margini di guadagno. - Tecniche e strumenti di rilevazione delle aspettative e di analisi del gradimento. - Procedure e tecniche di organizzazione e di redazione di iniziative finalizzate alla fidelizzazione dei clienti. 					
--	--	---	--	--	--	--	--	--

		<p>differenze gestuali, prossemiche e di valori culturali.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Posizionare l'offerta turistica identificando servizi primari e complementari per una proposta integrata coerente con il contesto e le esigenze della clientela. - Valutare la compatibilità dell'offerta turistica integrata con i principi dell'ecosostenibilità. - Realizzare azioni di promozione di Tourism Certification. - Determinare gli indicatori di costo per la realizzazione del servizio turistico. - Organizzare e 	<ul style="list-style-type: none"> - Terminologia di settore e registri linguistici, anche in lingua straniera. - Metodologie e tecniche di diffusione e promozione delle diverse iniziative, dei progetti e delle attività. - Elementi di budgeting per la quantificazione dell'entità dell'investimento economico e valutazione della sua sostenibilità. - Elementi di diritto commerciale, organizzazione e gestione aziendale, 					
--	--	--	---	--	--	--	--	--

		<p>pianificare offerte turistiche integrate, in italiano e in lingua straniera, utilizzando anche strumenti di marketing e web marketing.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Assistere il cliente nella fruizione del servizio interpretandone preferenze e richieste. - Gestire la fidelizzazione del cliente mediante la programmazione di iniziative di customer care e di customer satisfaction. - Informare sui servizi disponibili ed extra di vario tipo, finalizzati a rendere gradevole la permanenza presso la struttura ricettiva. 	<p>contabilità analitica.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tecniche di reportistica aziendale. - Tecniche di analisi per indici. - L'informazione turistica: dall'online site all'online. - Tecniche di organizzazione di attività culturali, artistiche, ricreative in relazione alla tipologia di clientela. - Metodi di selezione dell'offerta turistica di un territorio in relazione a tempi, costi, qualità. 					
--	--	--	--	--	--	--	--	--

		<ul style="list-style-type: none"> - Applicare tecniche di ricettività e accoglienza in linea con la tipologia di servizio ricettivo e il target di clientela, al fine di garantire l'immagine e lo stile della struttura e valorizzare il servizio offerto. - Rilevare il grado di soddisfazione della clientela e tradurre i risultati dei rilevamenti in proposte migliorative del prodotto/servizio. - Applicare tecniche di benchmarking. - Individuare i target e gli indicatori di performance. - Monitorare 						
--	--	---	--	--	--	--	--	--

		<p>periodicamente gli indicatori attraverso la rilevazione e l'analisi dei costi e dei risultati.</p> <p>- Progettare attività/iniziative di varia tipologia atte a valorizzare le tipicità del territorio.</p> <p>- Attuare l'informazione e la promozione di itinerari enogastronomici, artistici, naturalistici, eventi, attrazioni riferiti al territorio di appartenenza.</p> <p>- Predisporre azioni a supporto della domanda potenziale di prodotti e servizi turistici.</p>						
--	--	---	--	--	--	--	--	--

		- Collaborare alla realizzazione di attività innovative di pubblicizzazione di itinerari enogastronomici, artistici, naturalistici per promuovere l'immagine e la valorizzazione del territorio.						
ANNO	UDA	Abilità	Conoscenze	Contenuti	Competenze	Modalità di verifica	Periodo e ore	Metodologie e strumenti
5° ANNO	5.2 AVANGUARDI A GOURMET E SOCIAL Modulo 3 L'organizzazione degli eventi	- Usare modalità di interazione e codici diversi a seconda della tipologia di clientela per descrivere e valorizzare i servizi sia in forma orale che scritta anche in lingua straniera. - Adottare un	- Principali tecniche di comunicazione e relazioni interpersonali e interculturali, anche in lingua straniera. - Tecniche di rilevamento della customer	- Gli eventi: caratteristiche generali - Gli organizzatori professionali di evento - Il ciclo di vita dell'evento - Gli eventi nelle strutture alberghiere - Utilizzo del Cloud Computing di Google - Utilizzo Canvas	Competenze D.M. 92/2018 All 2G Competenza n. 6 Curare tutte le fasi del ciclo cliente nel contesto professionale, applicando le tecniche di comunicazione più idonee ed efficaci nel rispetto delle diverse culture, delle prescrizioni religiose e delle specifiche esigenze dietetiche. Competenza n. 7 Progettare, anche con tecnologie digitali, eventi enogastronomici e culturali che valorizzino il patrimonio	- Prove pratiche sulla modulistica - Simulazioni pratiche - Verifiche orali (programmate per DSA, H E BES) - Verifiche scritte - Prove pratiche	Metà Novembre - Metà Dicembre	- Lezioni frontali e partecipate con discussioni ed interventi - Ricerche individuali e di gruppo - Esercitazione con la modulistica - Esercitazione in laboratorio d'informatica - Libro di testo

		<p>atteggiamento di apertura, ascolto e interesse nei confronti del cliente straniero e della sua cultura.</p> <p>- Assistere il cliente nella fruizione del servizio interpretandone preferenze e richieste e rilevandone il grado di soddisfazione.</p> <p>- Gestire la fidelizzazione del cliente mediante tecniche di customer care.</p> <p>- Identificare e comprendere le differenze gestuali, prossemiche e di valori culturali.</p> <p>- Attuare l'informazione e la promozione di un</p>	<p>satisfaction.</p> <p>- Meccanismi di fidelizzazione del cliente.</p> <p>- Tecniche, metodi e tempi per l'organizzazione logistica di catering/eventi.</p> <p>- Tecniche di analisi, di ricerca e di marketing congressuale e fieristico.</p> <p>- Strumenti digitali per la gestione organizzativa e promozione di eventi.</p> <p>- Procedure per la gestione delle situazioni conflittuali o eventi imprevisti.</p> <p>- Tecniche e strumenti di rilevazione delle</p>	<p>delle tradizioni e delle tipicità locali, nazionali anche in contesti internazionali per la promozione del Made in Italy.</p> <p>Competenza n. 9 Gestire tutte le fasi del ciclo cliente applicando le più idonee tecniche professionali di Hospitality Management, rapportandosi con le altre aree aziendali, in un'ottica di comunicazione ed efficienza aziendale.</p>	<p>d'informatica ed esercitazioni</p> <p>- Ricerche individuali e/o di gruppo</p>	<p>- Slides fornite dal docente</p> <p>- Fotocopie</p> <p>- LIM</p> <p>- Appunti</p>
--	--	--	--	--	--	--

		<p>evento enogastronomico, turisticoculturale in funzione del target di riferimento e nell'ottica della valorizzazione del Made in Italy.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Definire le specifiche per l'allestimento degli spazi e per le operazioni di banqueting/ catering. - Applicare tecniche di allestimento di strumentazioni, accessori e decorazioni in base al servizio da erogare e rispondente a principii estetici. - Determinare le modalità e i tempi di erogazione delle singole attività per la realizzazione 	<p>aspettative e di analisi del gradimento.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Procedure e tecniche di organizzazione e di redazione di iniziative finalizzate alla fidelizzazione dei clienti. - Terminologia di settore e registri linguistici, anche in lingua straniera. - Metodologie e tecniche di diffusione e promozione delle diverse iniziative, dei progetti e delle attività. 					
--	--	---	--	--	--	--	--	--

		<p>dell'evento.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Valutare lo stato di avanzamento dell'evento in funzione del programma stabilito e, in presenza di anomalie, attuare azioni finalizzate a correggere e migliorare il piano di lavorazione. - Applicare metodi e procedure standard per il monitoraggio delle attività post evento. - Assistere il cliente nella fruizione del servizio interpretandone preferenze e richieste. - Gestire la fidelizzazione del cliente mediante la programmazione di 						
--	--	---	--	--	--	--	--	--

		iniziative di customer care e di customer satisfaction. <ul style="list-style-type: none"> - Informare sui servizi disponibili ed extra di vario tipo, finalizzati a rendere gradevole la permanenza presso la struttura ricettiva. - Applicare tecniche di ricettività e accoglienza in linea con la tipologia di servizio ricettivo e il target di clientela, al fine di garantire l'immagine e lo stile della struttura e valorizzare il servizio offerto. - Rilevare il grado di soddisfazione della clientela e tradurre i risultati dei 						
--	--	---	--	--	--	--	--	--

		rilevamenti in proposte migliorative del prodotto/servizio.						
--	--	---	--	--	--	--	--	--

ANNO	UDA	Abilità	Conoscenze	Contenuti	Competenze	Modalità di verifica	Periodo e ore	Metodologie e didattiche e strumenti
5° ANNO	5.3 MATTEI OUTDOOR Modulo 1 L'evento enogastronomico	<ul style="list-style-type: none"> - Usare modalità di interazione e codici diversi a seconda della tipologia di clientela per descrivere e valorizzare i servizi sia in forma orale che scritta anche in lingua straniera. - Adottare un atteggiamento di apertura, ascolto e interesse nei confronti del cliente straniero e della sua cultura. - Assistere il cliente nella fruizione del servizio 	<ul style="list-style-type: none"> - Principali tecniche di comunicazione e relazioni interpersonali e interculturali, anche in lingua straniera. - Tecniche di rilevamento della customer satisfaction. - Meccanismi di fidelizzazione del cliente. - Tecniche, metodi e tempi per l'organizzazione 	<ul style="list-style-type: none"> - Tipologie e di evento enogastronomico - La progettazione di un evento enogastronomico - La fattibilità di un evento enogastronomico - Progettazione di un evento: operatività - Il partner e lo sponsor - La comunicazione e dell'evento 	Competenze D.M. 92/2018 All 2G Competenza n. 6 Curare tutte le fasi del ciclo cliente nel contesto professionale, applicando le tecniche di comunicazione più idonee ed efficaci nel rispetto delle diverse culture, delle prescrizioni religiose e delle specifiche esigenze dietetiche Competenza n. 7 Progettare, anche con tecnologie digitali, eventi enogastronomici e culturali che valorizzino il patrimonio delle tradizioni e delle tipicità locali, nazionali anche in contesti internazionali per la promozione del Made in Italy. Competenza n. 8 Realizzare pacchetti di offerta turistica integrata con i principi dell'ecosostenibilità ambientale, promuovendo la vendita dei servizi e dei prodotti coerenti con il	<ul style="list-style-type: none"> - Prove pratiche sulla modulistica - Simulazioni pratiche - Verifiche orali (programmate per DSA, H E BES) - Verifiche scritte - Prove pratiche d'informatica ed esercitazioni - Ricerche individuali e/o di gruppo 	Febbraio	<ul style="list-style-type: none"> - Lezioni frontali e partecipate con discussioni ed interventi - Ricerche individuali e di gruppo - Esercitazione con la modulistica - Esercitazione in laboratorio d'informatica - Libro di testo - Slides fornite dal docente - Fotocopie - LIM - Appunti

		<p>interpretandone preferenze e richieste e rilevandone il grado di soddisfazione.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Gestire la fidelizzazione del cliente mediante tecniche di customer care. - Identificar e e comprendere le differenze gestuali, prossemiche e di valori culturali. - Attuare l'informazione e la promozione di un evento enogastronomico, turisticoculturale in funzione del target di riferimento e nell'ottica della valorizzazione del Made in Italy. 	<p>logistica di catering/eventi</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tecniche e di analisi, di ricerca e di marketing congressuale e fieristico. - Strumenti digitali per la gestione organizzativa e promozione di eventi. - Procedure per la gestione delle situazioni conflittuali o eventi imprevisti. - Metodologie e strumenti di marketing turistico e web marketing. - Normativa sulla tutela ambientale, applicata al settore 	<ul style="list-style-type: none"> - Utilizzo del Cloud Computing di Google - Utilizzo Canvas 	<p>contesto territoriale, utilizzando il web.</p> <p>Competenza n. 9 Gestire tutte le fasi del ciclo cliente applicando le più idonee tecniche professionali di Hospitality Management, rapportandosi con le altre aree aziendali, in un'ottica di comunicazione ed efficienza aziendale.</p>				
--	--	---	---	---	---	--	--	--	--

		<ul style="list-style-type: none"> - Definire le specifiche per l'allestimento degli spazi e per le operazioni di banqueting/ catering. - Applicare tecniche di allestimento di strumentazioni, accessori e decorazioni in base al servizio da erogare e rispondente a principii estetici. - Determinare le modalità e i tempi di erogazione delle singole attività per la realizzazione dell'evento. - Valutare lo stato di avanzamento dell'evento in funzione del programma stabilito e, in presenza di anomalie, attuare 	<p>di riferimento.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Norme ISO e fattori di scelta, criteri per il riconoscimento della certificazione Ecolabel. - Strumenti e metodi per la gestione dell'offerta turistica integrata secondo i principi di sostenibilità ambientale. - Modalità di calcolo dei margini di guadagno. - Tecniche e strumenti di rilevazione delle aspettative e di analisi del gradimento. 					
--	--	--	---	--	--	--	--	--

		<p>azioni finalizzate a correggere e migliorare il piano di lavorazione.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Applicare metodi e procedure standard per il monitoraggio delle attività post evento. - Posizionare l'offerta turistica identificando servizi primari e complementari per una proposta integrata coerente con il contesto e le esigenze della clientela. - Valutare la compatibilità dell'offerta turistica integrata con i principi dell'ecosostenibilità. - Realizzare azioni di promozione di 	<ul style="list-style-type: none"> - Procedure e tecniche di organizzazione e di redazione di iniziative finalizzate alla fidelizzazione dei clienti. - Terminologia di settore e registri linguistici, anche in lingua straniera. - Metodologie e tecniche di diffusione e promozione delle diverse iniziative, dei progetti e delle attività. 					
--	--	--	---	--	--	--	--	--

		<p>Tourism Certification.</p> <ul style="list-style-type: none">- Determinar e gli indicatori di costo per la realizzazione del servizio turistico.- Organizzare e pianificare offerte turistiche integrate, in italiano e in lingua straniera, utilizzando anche strumenti di marketing e web marketing.- Assistere il cliente nella fruizione del servizio interpretandone preferenze e richieste.- Gestire la fidelizzazione del cliente mediante la programmazione di iniziative di customer care e di customer satisfaction.- Informare sui						
--	--	--	--	--	--	--	--	--

		<p>servizi disponibili ed extra di vario tipo, finalizzati a rendere gradevole la permanenza presso la struttura ricettiva.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Applicare tecniche di ricettività e accoglienza in linea con la tipologia di servizio ricettivo e il target di clientela, al fine di garantire l'immagine e lo stile della struttura e valorizzare il servizio offerto. - Rilevare il grado di soddisfazione della clientela e tradurre i risultati dei rilevamenti in proposte migliorative del prodotto/servizio. 						
--	--	--	--	--	--	--	--	--

ANNO	UDA	Abilità	Conoscenze	Contenuti	Competenze	Modalità di verifica	Periodo e ore	Metodologie e didattiche e strumenti
------	-----	---------	------------	-----------	------------	----------------------	---------------	--------------------------------------

5° ANNO	5.3 MATTEI OUTDOOR Modulo 2 Il sistema di qualità	<ul style="list-style-type: none"> - Diversificare e il prodotto/servizio in base alle nuove tendenze, ai modelli di consumo, alle pratiche professionali, agli sviluppi tecnologici e di mercato. - Utilizzare tecniche e strumenti di presentazione e promozione del prodotto/servizio rispondenti alle aspettative e agli stili di vita del target di riferimento. - Progettare attività promozionali e pubblicitarie secondo il tipo di clientela e la tipologia di struttura. - Monitorare il grado 	<ul style="list-style-type: none"> - Tecniche di promozione e vendita: marketing operativo e strategico. - Strategie di comunicazione e del prodotto. - Strumenti di pubblicità e comunicazione orientati alle varie tipologie di clientela. - Strumenti e tecniche di costruzione e utilizzo dei veicoli comunicativi (cartacei, audio, video, telematici ecc.). - Principi di 	<ul style="list-style-type: none"> - Concetti fondamentali - I Ciclo di Deming - La certificazione di qualità - La Customer Satisfaction - I questionari di soddisfazione - Gli enti di accreditamento - Le norme riguardanti i sistemi di qualità - Le norme riguardanti i sistemi di gestione ambientale - Il turismo sostenibile e responsabile; la valorizzazione del territorio - I marchi di qualità - Il mystery guest - La qualità del prodotto turistico alberghiero - La qualità professional 	Competenze D.M. 92/2018 All 2G Competenza n. 1 Utilizzare tecniche tradizionali e innovative di lavorazione, di organizzazione, di commercializzazione dei servizi e dei prodotti enogastronomici, ristorativi e di accoglienza turistico alberghiera, promuovendo le nuove tendenze alimentari ed enogastronomiche. Competenza n. 6 Curare tutte le fasi del ciclo cliente nel contesto professionale, applicando le tecniche di comunicazione più idonee ed efficaci nel rispetto delle diverse culture, delle prescrizioni religiose e delle specifiche esigenze dietetiche. Competenza n. 8 Realizzare pacchetti di offerta turistica integrata con i principi dell'ecosostenibilità ambientale, promuovendo la vendita dei servizi e dei prodotti coerenti con il contesto territoriale, utilizzando il web. Competenza n. 9 Gestire tutte le fasi del ciclo cliente applicando le più idonee tecniche professionali	- Prove pratiche sulla modulistica - Simulazioni pratiche - Verifiche orali (programmate per DSA, H E BES) - Verifiche scritte - Prove pratiche d'informatica ed esercitazioni - Ricerche individuali e/o di gruppo	Febbraio - Marzo	<ul style="list-style-type: none"> - Lezioni frontali e partecipate con discussioni ed interventi - Ricerche individuali e di gruppo - Esercitazione con la modulistica - Esercitazione in laboratorio d'informatica - Libro di testo - Slides fornite dal docente - Fotocopie - LIM - Appunti
------------	--	---	---	---	--	---	---------------------	--

				e nell'impresa alberghiera				
--	--	--	--	----------------------------------	--	--	--	--

		<p>di soddisfazione della clientela, applicando tecniche di fidelizzazione post vendita del cliente.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Utilizzare i software applicativi di settore al fine di progettare/ideare attività di promozione e valorizzazione di prodotti e servizi per la filiera dell'enogastronomia e l'ospitalità alberghiera. - Utilizzare lessico e fraseologia di settore anche in lingua straniera. - Sostenere processi di fidelizzazione del cliente mediante la realizzazione di iniziative di customer care. - Usare modalità di 	<p>fidelizzazione del cliente.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tecniche di rilevazione delle nuove tendenze in relazione a materie prime, tecniche professionali, materiali e attrezzature. - Il sistema di customer satisfaction. - Tecniche di problem solving e gestione reclami - Principali tecniche di comunicazione e relazioni interpersonali e interculturali, anche in lingua straniera. - Tecniche di 	<ul style="list-style-type: none"> - Sistemi certificati di gestione della qualità (SGQ) - Le certificazioni per le imprese turistiche - Utilizzo del Cloud Computing di Google - Utilizzo Canvas 	<p>di Hospitality Management, rapportandosi con le altre aree aziendali, in un'ottica di comunicazione ed efficienza aziendale.</p>			
--	--	---	---	---	---	--	--	--

		<p>interazione e codici diversi a seconda della tipologia di clientela per descrivere e valorizzare i servizi sia in forma orale che scritta anche in lingua straniera.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Adottare un atteggiamento di apertura, ascolto e interesse nei confronti del cliente straniero e della sua cultura. - Assistere il cliente nella fruizione del servizio interpretandone preferenze e richieste e rilevandone il grado di soddisfazione. - Gestire la fidelizzazione del cliente mediante tecniche di customer 	<p>rilevamento della customer satisfaction.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Meccanismi di fidelizzazione del cliente. - Metodologie e strumenti di marketing turistico e web marketing. - Normativa sulla tutela ambientale, applicata al settore di riferimento. - Norme ISO e fattori di scelta, criteri per il riconoscimento della certificazione Ecolabel. - Strumenti e metodi per la gestione 					
--	--	--	--	--	--	--	--	--

		<p>care.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identificare e comprendere le differenze gestuali, prossemiche e di valori culturali. - Posizionare l'offerta turistica identificando servizi primari e complementari per una proposta integrata coerente con il contesto e le esigenze della clientela. - Valutare la compatibilità dell'offerta turistica integrata con i principi dell'ecosostenibilità. - Realizzare azioni di promozione di Tourism Certification. - Determinare gli indicatori di costo per la realizzazione del 	<p>dell'offerta turistica integrata secondo i principi di sostenibilità ambientale.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Modalità di calcolo dei margini di guadagno. - Tecniche e strumenti di rilevazione delle aspettative e di analisi del gradimento. - Procedure e tecniche di organizzazione e di redazione di iniziative finalizzate alla fidelizzazione dei clienti. - Terminologia di settore e registri linguistici, anche 					
--	--	---	--	--	--	--	--	--

		<p>servizio turistico.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Organizzare e pianificare offerte turistiche integrate, in italiano e in lingua straniera, utilizzando anche strumenti di marketing e web marketing. - Assistere il cliente nella fruizione del servizio interpretandone preferenze e richieste. - Gestire la fidelizzazione del cliente mediante la programmazione di iniziative di customer care e di customer satisfaction. - Informare sui servizi disponibili ed extra di vario tipo, finalizzati a rendere gradevole la permanenza presso la struttura ricettiva. 	<p>in lingua straniera</p> <ul style="list-style-type: none"> - Metodologie e tecniche di diffusione e promozione delle diverse iniziative, dei progetti e delle attività. 					
--	--	--	--	--	--	--	--	--

		<ul style="list-style-type: none"> - Applicare tecniche di ricettività e accoglienza in linea con la tipologia di servizio ricettivo e il target di clientela, al fine di garantire l'immagine e lo stile della struttura e valorizzare il servizio offerto. - Rilevare il grado di soddisfazione della clientela e tradurre i risultati dei rilevamenti in proposte migliorative del prodotto/servizio. 						
ANNO	UDA	Abilità	Conoscenze	Contenuti	Competenze	Modalità di verifica	Periodo e ore	Metodologie e strumenti
5° ANNO	5.3 MATTEI OUTDOOR Modulo 3 Leadership, problem solving e soft skills	- Diversificare il prodotto/servizio in base alle nuove tendenze, ai modelli di consumo, alle pratiche professionali, agli	<ul style="list-style-type: none"> - Tecniche di promozione e vendita: marketing operativo e strategico. - Strategie di 	<ul style="list-style-type: none"> - Leadership - Le tecniche di problem solving - CRM e fidelizzazione del cliente - Utilizzo del Cloud Computing di Google 	Competenze D.M. 92/2018 All 2G Competenza n. 1 Utilizzare tecniche tradizionali e innovative di lavorazione, di organizzazione, di commercializzazione dei servizi e dei prodotti enogastronomici, ristorativi e	- Prove pratiche sulla modulistica - Simulazioni pratiche - Verifiche orali (programmate per DSA, H E	Marzo - Aprile	<ul style="list-style-type: none"> - Lezioni frontali e partecipate con discussioni ed interventi - Ricerche individuali e di gruppo - Esercitazione con

		<p>sviluppi tecnologici e di mercato.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Utilizzare tecniche e strumenti di presentazione e promozione del prodotto/servizio rispondenti alle aspettative e agli stili di vita del target di riferimento. - Progettare attività promozionali e pubblicitarie secondo il tipo di clientela e la tipologia di struttura. - Monitorare il grado di soddisfazione della clientela, applicando tecniche di fidelizzazione post vendita del cliente. - Utilizzare i software applicativi di settore al fine di progettare/ideare 	<p>comunicazione del prodotto.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Strumenti di pubblicità e comunicazione orientati alle varie tipologie di clientela. - Strumenti e tecniche di costruzione e utilizzo dei veicoli comunicativi (cartacei, audio, video, telematici ecc.). - Principi di fidelizzazione del cliente. - Tecniche di rilevazione delle nuove tendenze in relazione a materie prime, tecniche professionali, materiali e 	<p>- Utilizzo Canvas</p>	<p>di accoglienza turisticoalberghiera, promuovendo le nuove tendenze alimentari ed enogastronomiche.</p> <p>Competenza n. 6 Curare tutte le fasi del ciclo cliente nel contesto professionale, applicando le tecniche di comunicazione più idonee ed efficaci nel rispetto delle diverse culture, delle prescrizioni religiose e delle specifiche esigenze dietetiche.</p>	<p>BES) -Verifiche e scritte -Prove pratiche d'informatica ed esercitazioni - Ricerche individuali e/o di gruppo</p>		<p>la modulistica</p> <ul style="list-style-type: none"> - Esercitazione in laboratorio d'informatica - Libro di testo - Slides fornite dal docente - Fotocopie - LIM - Appunti
--	--	--	---	---------------------------------	--	--	--	---

		<p>attività di promozione e valorizzazione di prodotti e servizi per la filiera dell'enogastronomia e l'ospitalità alberghiera.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Utilizzare lessico e fraseologia di settore anche in lingua straniera. - Sostenere processi di fidelizzazione del cliente mediante la realizzazione di iniziative di customer care. - Usare modalità di interazione e codici diversi a seconda della tipologia di clientela per descrivere e valorizzare i servizi sia in forma orale che scritta anche in lingua straniera. 	<p>attrezzature.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Il sistema di customer satisfaction. - Tecniche di problem solving e gestione reclami - Principali tecniche di comunicazione e relazioni interpersonali e interculturali, anche in lingua straniera. - Tecniche di rilevamento della customer satisfaction. - Meccanismi di fidelizzazione del cliente. 					
--	--	---	--	--	--	--	--	--

		<ul style="list-style-type: none"> - Adottare un atteggiamento di apertura, ascolto e interesse nei confronti del cliente straniero e della sua cultura. - Assistere il cliente nella fruizione del servizio interpretandone preferenze e richieste e rilevandone il grado di soddisfazione. - Gestire la fidelizzazione del cliente mediante tecniche di customer care. - Identificare e comprendere le differenze gestuali, prossemiche e di valori culturali. 						
ANNO	UDA	Abilità	Conoscenze	Contenuti	Competenze	Modalità di verifica	Periodo e ore	Metodologie e didattiche e strumenti

5° ANNO	5.3 MATTEI OUTDOOR Modulo 4 Revenue Managemen t	<ul style="list-style-type: none"> - Assistere il cliente nella fruizione del servizio interpretandone preferenze e richieste. - Gestire la fidelizzazione del cliente mediante la programmazione di iniziative di customer care e di customer satisfaction. - Informare sui servizi disponibili ed extra di vario tipo, finalizzati a rendere gradevole la permanenza presso la struttura ricettiva. - Applicare tecniche di ricettività e accoglienza in linea con la tipologia di servizio ricettivo e il target di clientela, al fine di garantire 	<ul style="list-style-type: none"> - Tecniche e strumenti di rilevazione delle aspettative e di analisi del gradimento. - Procedure e tecniche di organizzazione e di redazione di iniziative finalizzate alla fidelizzazione dei clienti. - Terminologia di settore e registri linguistici, anche in lingua straniera. - Metodologie e tecniche di diffusione e promozione delle diverse iniziative, dei progetti e delle attività. - Elementi di budgeting per la quantificazione 	<ul style="list-style-type: none"> - Elementi e applicazione del revenue management - Il ruolo del front office nel revenue management - Utilizzo del Cloud Computing di Google - Utilizzo Canvas 	Competenze D.M. 92/2018 All 2G Competenza n. 9 Gestire tutte le fasi del ciclo cliente applicando le più idonee tecniche professionali di Hospitality Management, rapportandosi con le altre aree aziendali, in un'ottica di comunicazione ed efficienza aziendale. Competenza n. 10 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.	<ul style="list-style-type: none"> - Prove pratiche sulla modulistica - Simulazioni pratiche - Verifiche orali - (programmate per DSA, H E BES) - Verifiche scritte - Prove pratiche d'informatica ed esercitazioni - Ricerche individuali e/o di gruppo 	Aprile	<ul style="list-style-type: none"> - Lezioni frontali e partecipate con discussioni ed interventi - Ricerche individuali e di gruppo - Esercitazione con la modulistica - Esercitazione in laboratorio d'informatica - Libro di testo - Slides fornite dal docente - Fotocopie - LIM - Appunti
------------	--	---	--	---	--	---	--------	--

		<p>l'immagine e lo stile della struttura e valorizzare il servizio offerto.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Rilevare il grado di soddisfazione della clientela e tradurre i risultati dei rilevamenti in proposte migliorative del prodotto/servizio. - Applicare tecniche di benchmarking. - Individuare i target e gli indicatori di performance. - Monitorare periodicamente gli indicatori attraverso la rilevazione e l'analisi dei costi e dei risultati. 	<p>dell'entità dell'investimento economico e valutazione della sua sostenibilità.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Elementi di diritto commerciale, organizzazione e gestione aziendale, contabilità analitica. - Tecniche di reportistica aziendale. - Tecniche di analisi per indici. 					
ANNO	UDA	Competenze	Conoscenze/Abilità	Contenuti	Obiettivi	Modalità di verifica	Periodo e ore	Metodologie e didattiche e strumenti

SC. E CULTURA DELL'ALIMENTAZIONE

ANNO	UDA	Abilità	Conoscenze	Competenze	Modalità di verifica	Periodo e ore	Metodologie didattiche e strumenti
5°	IL VIAGGIO DEL MIO SAPERE 5.1 Modulo 1: Dieta equilibrata nella ristorazione collettiva	<p>Diversificare il prodotto/servizio in base alle nuove tendenze, ai modelli di consumo, alle pratiche professionali, agli sviluppi tecnologici e di mercato.</p> <ul style="list-style-type: none"> Utilizzare tecniche e strumenti di presentazione e promozione del prodotto/servizio rispondenti alle aspettative e agli stili di vita del target di riferimento. Predisporre servizi enogastronomici atti a promuovere uno stile di vita equilibrato dal punto di vista nutrizionale e 	<p>Dieta equilibrata in particolari condizioni fisiologiche; L'alimentazione in gravidanza; in allattamento; dieta equilibrata in particolari fasce di età; dieta del lattante lo svezzamento; l'alimentazione nella seconda infanzia; la dieta dall'età scolare all'adolescenza; l'alimentazione nella terza età</p>	<p>COMPETENZA 1: Utilizzare tecniche tradizionali e innovative di lavorazione, di organizzazione, di commercializzazione dei servizi e dei prodotti enogastronomici, ristorativi e di accoglienza turistico- alberghiera, promuovendo le nuove tendenze alimentari ed enogastronomiche</p> <p>COMPETENZA 4: Predisporre prodotti, servizi e menù coerenti con il contesto e le esigenze della clientela (anche in relazione a specifici regimi dietetici e stili alimentari), perseguendo obiettivi di qualità, redditività e favorendo la diffusione di abitudini e stili di vita sostenibili e equilibrati.</p>	<p>Produzione scritta secondo le varie tipologie</p> <p>Produzione guidata</p> <p>Colloqui orali</p> <p>Prove domande aperte</p>	dicembre- febbraio	<p>Lezione frontale</p> <p>Lezione partecipata</p> <p>Lavori di gruppo</p> <p>Libri di testo</p> <p>Altro materiale: Filmati</p> <p>Video-lezioni</p>

		sostenibile dal punto di vista ambientale. <ul style="list-style-type: none"> • Predisporre e servire prodotti 					
		enogastronomici in base a specifiche esigenze dietologiche e/o disturbi e limitazioni alimentari. <ul style="list-style-type: none"> • Apportare innovazioni personali alla produzione enogastronomica fornendo spiegazioni tecniche e motivazioni culturali, promuovendo la diffusione di abitudini e stili di vita sostenibili e equilibrati. 					

5°	IL VIAGGIO DEL MIO SAPERE 5.1 Modulo 2: dieta razionale ed equilibrata nella principali patologie	<p>Diversificare il prodotto/servizio in base alle nuove tendenze, ai modelli di consumo, alle pratiche professionali, agli sviluppi tecnologici e di mercato.</p> <ul style="list-style-type: none"> Utilizzare tecniche e strumenti di presentazione e promozione del prodotto/servizio rispondenti alle aspettative e agli stili di 	<p>Dietoterapia e obesità; malattie cardiovascolari, diabete e sindrome metabolica; allergie e intolleranze alimentari; tumori; Alcolismo e disturbi della nutrizione e dell'alimentazione</p>	<p>COMPETENZA 1: Utilizzare tecniche tradizionali e innovative di lavorazione, di organizzazione, di commercializzazione dei servizi e dei prodotti enogastronomici, ristorativi e di accoglienza turistico-alberghiera, promuovendo le nuove tendenze alimentari ed enogastronomiche.</p> <p>COMPETENZA 4: Predisporre prodotti, servizi e menù coerenti con il contesto e le esigenze della clientela</p>	<p>Produzione scritta secondo le varie tipologie</p> <p>Produzione guidata</p> <p>Colloqui orali</p> <p>Prove semistrutturate</p>	marzo-maggio	<p>Lezione frontale</p> <p>Lezione partecipata</p> <p>Lavori di gruppo</p> <p>Libri di testo</p> <p>Altro materiale:</p> <p>Filmati</p> <p>Video-lezioni</p>
----	--	---	--	---	---	--------------	--

		<p>vita del target di riferimento.</p> <p>Predisporre e servire prodotti enogastronomici in base a specifiche esigenze dietologiche e/o disturbi e limitazioni alimentari.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Apportare innovazioni personali alla produzione enogastronomica fornendo spiegazioni tecniche e motivazioni culturali, promuovendo la diffusione di abitudini e stili di vita sostenibili e equilibrati. • Definire offerte gastronomiche qualitativamente e economicamente sostenibili, adeguando le scelte alle mutevoli tendenze del gusto, dei regimi dietetici, degli stili alimentari del target di clientela. 		<p>(anche in relazione a specifici regimi dietetici e stili alimentari), perseguendo obiettivi di qualità, redditività e favorendo la diffusione di abitudini e stili di vita sostenibili e equilibrati.</p>			
--	--	--	--	--	--	--	--

5°	UDA 5.2 AVANGUARDI A GOURMET & SOCIAL	<p>Elaborare un'offerta di prodotti e servizi enogastronomici atti a promuovere uno stile di vita equilibrato dal punto di vista nutrizionale e sostenibile dal punto di vista ambientale</p> <p>Posizionare l'offerta turistica identificando servizi primari e complementari per una proposta integrata coerente con il contesto e le esigenze della clientela.</p> <p>Applicare le normative che disciplinano i processi dei servizi, con riferimento alla riservatezza, alla sicurezza e salute sui luoghi di vita e di lavoro, dell'ambiente e del territorio.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Applicare efficacemente il sistema di autocontrollo per la 	<p>qualità alimentare, frodi, tracciabilità e rintracciabilità, nuovi prodotti alimentari, marchi di qualità, ECOLABEL, sostenibilità ambientale; dieta mediterranea, dieta sana ed equilibrata. Dieta vegetariana, vegana e eubiotuca.</p> <p>Normativa igienicosanitaria e procedura di autocontrollo HACCP.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Normativa a volta alla tutela e sicurezza del cliente. <p>Tecniche, metodi e tempi per l'organizzazione</p>	<p>COMPETENZA 1: Utilizzare tecniche tradizionali e innovative di lavorazione, di organizzazione, di commercializzazione dei servizi e dei prodotti enogastronomici, ristorativi e di accoglienza turistico-alberghiera, promuovendo le nuove tendenze alimentari ed enogastronomiche.</p> <p>COMPETENZA 3: Applicare correttamente il sistema HACCP, la normativa sulla sicurezza e sulla salute nei luoghi di lavoro.</p> <p>COMPETENZA 4: Predisporre prodotti, servizi e menù coerenti con il contesto e le esigenze della clientela (anche in relazione a specifici regimi dietetici e stili alimentari), perseguendo obiettivi di qualità, redditività e favorendo la diffusione di abitudini e stili di vita sostenibili e equilibrati.</p>	COMPITO DI REALTA'	TRIMESTRE	<p>Lezione frontale</p> <p>Lezione partecipata</p> <p>Lavori di gruppo</p> <p>Libri di testo</p> <p>Altro materiale:</p> <p>Filmati</p> <p>Videolezioni</p>
----	--	--	--	---	--------------------	-----------	---

				COMPETENZA 7: Progettare, anche con tecnologie digitali,			
--	--	--	--	--	--	--	--

		<p>sicurezza dei prodotti alimentari in conformità alla normativa regionale, nazionale e comunitaria in materia di HACCP.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Garantire la tutela e la sicurezza del Cliente. <p>Attuare l'informazione e la promozione di un evento enogastronomico, turistico-culturale in funzione del target di riferimento e nell'ottica della valorizzazione del Made in Italy. Definire le specifiche per l'allestimento degli spazi e per le operazioni di banqueting/catering. Posizionare l'offerta turistica identificando servizi primari e complementari per una proposta integrata coerente con il contesto e le esigenze della clientela</p> <p>Diversificare il</p>	<p>logistica di catering/eventi</p> <p>Strumenti e metodi per la gestione dell'offerta turistica integrata secondo i principi di sostenibilità ambientale..</p> <ul style="list-style-type: none"> • Strategie di comunicazione del prodotto. • Strumenti di pubblicità e comunicazione orientati alle varie tipologie di clientela. 	<p>eventi enogastronomici e culturali che valorizzino il patrimonio delle tradizioni e delle tipicità locali, nazionali anche in contesti internazionali per la promozione del Made in Italy</p> <p>COMPETENZA 8: Realizzare pacchetti di offerta turistica integrata con i principi dell'eco sostenibilità ambientale, promuovendo la vendita dei servizi e dei prodotti coerenti con il contesto territoriale, utilizzando il web.</p>			
--	--	---	--	---	--	--	--

		prodotto/servizio in base alle nuove					
--	--	---	--	--	--	--	--

		<p>sicurezza dei prodotti alimentari in conformità alla normativa regionale, nazionale e comunitaria in materia di HACCP.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Garantire la tutela e la sicurezza del Cliente. <p>Attuare l'informazione e la promozione di un evento enogastronomico, turistico-culturale in funzione del target di riferimento e nell'ottica della valorizzazione del Made in Italy. Definire le specifiche per l'allestimento degli spazi e per le operazioni di banqueting/catering. Posizionare l'offerta turistica identificando servizi primari e complementari per una proposta integrata coerente con il contesto e le esigenze della clientela</p> <p>Diversificare il</p>	<p>logistica di catering/eventi</p> <p>Strumenti e metodi per la gestione dell'offerta turistica integrata secondo i principi di sostenibilità ambientale..</p> <ul style="list-style-type: none"> • Strategie di comunicazione del prodotto. • Strumenti di pubblicità e comunicazione orientati alle varie tipologie di clientela. 	<p>eventi enogastronomici e culturali che valorizzino il patrimonio delle tradizioni e delle tipicità locali, nazionali anche in contesti internazionali per la promozione del Made in Italy</p> <p>COMPETENZA 8: Realizzare pacchetti di offerta turistica integrata con i principi dell'eco sostenibilità ambientale, promuovendo la vendita dei servizi e dei prodotti coerenti con il contesto territoriale, utilizzando il web.</p>			
--	--	---	--	---	--	--	--

		prodotto/servizio in base alle nuove					
		tendenze, ai modelli di consumo, alle pratiche professionali, agli sviluppi tecnologici e di mercato. <ul style="list-style-type: none">• Utilizzare tecniche e strumenti di presentazione e promozione del prodotto/servizio rispondenti alle aspettative e agli stili di vita del target di riferimento.• Utilizzare lessico e fraseologia di settore anche in lingua straniera.					

5°	SCHEDA UDA 5.3 MATTEI OUTDOOR STREET FOOD, PROJECTS & LIFELONG LEARNING	<p>Applicare le normative che disciplinano i processi dei servizi, con riferimento alla riservatezza, alla sicurezza e salute sui luoghi di vita e di lavoro, dell'ambiente e del territorio.</p> <p>Applicare efficacemente il sistema di autocontrollo per la sicurezza dei prodotti alimentari in conformità alla normativa regionale, nazionale e comunitaria in materia di HACCP.</p> <p>Garantire la tutela e la sicurezza del cliente.</p> <p>Posizionare l'offerta turistica identificando servizi primari e complementari per una proposta integrata coerente con il contesto e le esigenze della</p>	<p>Lo street food: dalla nascita ai cibi da strada più famosi in Italia.</p> <p>Approfondimenti o sullo street food in Toscana.</p> <p>Il turismo enogastronomico: focus sui piatti tipici delle regioni Italiane.</p> <p>Risorse turistiche e risorse gastronomiche delle Regioni Iberica, Francese, Britannica e Germanica.</p>	<p>COMPETENZA 3: Applicare correttamente il sistema HACCP, la normativa sulla sicurezza e sulla salute nei luoghi di lavoro.</p> <p>COMPETENZA 4: Predisporre prodotti, servizi e menù coerenti con il contesto e le esigenze della clientela (anche in relazione a specifici regimi dietetici e stili alimentari), perseguendo obiettivi di qualità, redditività e favorendo la diffusione di abitudini e stili di vita sostenibili e equilibrati.</p> <p>COMPETENZA 8: Realizzare pacchetti di offerta turistica integrata con i principi dell'eco sostenibilità ambientale, promuovendo la vendita dei servizi e dei prodotti coerenti con il contesto territoriale, utilizzando il web.</p>	COMPITO DI REALTA'	PENTA MESTRE	<p>Lezione frontale</p> <p>Lezione partecipata</p> <p>Lavori di gruppo</p> <p>Libri di testo</p> <p>Altro materiale:</p> <p>Filmati</p> <p>Videolezioni</p>
----	--	--	---	--	--------------------	--------------	---

		clientela. Saper descrivere le risorse turistiche ed elencare quelle					
		enogastronomiche degli Stati europei. Indicare i punti di forza e debolezza delle linee guida nutrizionali degli Stati europei.					

DIRITTO E TECNICHE AMMINISTRATIVE

A N N O	UDA	Abilità	Conoscenze	Contenuti	Competenze	Modalità di verifica	Periodo e ore	Metodologie didattiche e strumenti
V	<p>UDA</p> <p>Il viaggio del mio saper</p> <p>Modulo 1</p> <p>Il Mercato turistico</p>	<p>Adottare un atteggiamento di apertura, ascolto e interesse nei confronti del cliente straniero e della sua cultura</p> <p>Posizionare l'offerta turistica identificando servizi primari e complementari per una proposta integrata coerente con il contesto e le esigenze della clientela</p> <p>Adattare la propria interazione al profilo e alle attese dell'interlocutore straniero</p> <p>Analizzare il mercato turistico e interpretarne le dinamiche, identificare le caratteristiche del mercato turistico, individuare la norma di riferimento</p>	<p>Caratteristiche e dinamiche del mercato turistico nazionale, internazionale, normativa nazionale, internazionale e comunitaria di settore</p>	<p>Il mercato turistico internazionale</p> <p>Gli organismi e le fonti normative internazionali</p> <p>Il mercato turistico nazionale</p> <p>Gli organismi e le fonti normative interne</p> <p>Le nuove tendenze del turismo</p>	<p>Competenze declinate secondo all. 2 G n. 6 e n. 7</p> <p>Predisporre prodotti, servizi e menu coerenti con il contesto e le esigenze della clientela (anche in relazione a specifici regimi dietetici e stili alimentari), perseguendo obiettivi di qualità, redditività e favorendo la diffusione di abitudini e stili di vita sostenibili e equilibrati.</p> <p>Partecipare alla progettazione, in collaborazione con il territorio, di pacchetti di offerta turistica integrata, promuovendo la vendita di servizi e prodotti coerenti con i principi dell'ecosostenibilità ambientale.</p> <p>Contribuire alle strategie di Destination Marketing attraverso la promozione dei beni culturali e ambientali, delle tipicità enogastronomiche, delle attrazioni, degli eventi e delle manifestazioni, per veicolare un'immagine riconoscibile e rappresentativa del territorio</p>	<p>Produzione e scritta</p> <p>Colloqui orali</p> <p>Prove semi strutturate</p>	<p>TRIMES TRE</p> <p>settembre</p> <p>ottobre</p> <p>ore 20</p>	<p>Lezione frontale</p> <p>Lezione partecipata</p> <p>Lavori di gruppo</p> <p>Libri di testo</p> <p>Altro materiale: Filmati Videolezioni</p> <p>esercizi</p> <p>simulazioni studi di casi</p>

A N N O	UDA	Abilità	Conoscenze	Contenuti	Competenze	Modalità di verifica	Periodo e ore	Metodologie didattiche e strumenti
V	UDA Il viaggio del mio saper Modulo B: Il Marketing	<p>Diversificare il prodotto/servizio in base alle nuove tendenze, ai modelli di consumo, alle pratiche professionali e agli sviluppi tecnologici e di mercato.</p> <p>Utilizzare tecniche e strumenti di presentazione e promozione del prodotto/servizio rispondente alle aspettative e agli stili di vita del target di riferimento</p> <p>Applicare criteri di pianificazione del proprio lavoro, operando in équipe e interagendo con le altre figure professionali e di reparto</p> <p>Progettare attività/iniziative di varia tipologia atte a valorizzare le tipicità del territorio</p>	<p>Tecniche di marketing strategico e operativo applicate al settore turistico-ristorativo, tecniche di web marketing</p>	<p>Il Marketing: aspetti generali</p> <p>Il marketing strategico</p> <p>Il marketing operativo</p> <p>Il web marketing</p> <p>Il marketing plan</p>	<p>Competenze declinate secondo all. 2 G del decreto n. 92/2018 n. 1 n. 2 n. 11</p> <p>Supportare la pianificazione e la gestione dei processi di approvvigionamento, di produzione e di vendita in un'ottica di qualità e di sviluppo della cultura dell'innovazione</p> <p>Curare tutte le fasi del ciclo cliente nel contesto professionale, applicando le tecniche di comunicazione più idonee ed efficaci nel rispetto delle diverse culture, delle prescrizioni religiose e delle specifiche esigenze dietetiche.</p> <p>Progettare, anche con tecnologie digitali, eventi enogastronomici e culturali che valorizzino il patrimonio delle tradizioni e delle tipicità locali, nazionali anche in contesti internazionali per la promozione del Made in Italy.</p> <p>Partecipare alla progettazione, in collaborazione con il territorio, di pacchetti di offerta turistica integrata, promuovendo la vendita di servizi e prodotti coerenti con i principi dell'ecosostenibilità ambientale.</p>	<p>Produzione scritta</p> <p>Colloqui orali</p> <p>Prove semi strutturate</p>	<p>TRIMESTRE</p> <p>Ottobre novembre</p> <p>1 prova orale</p>	<p>Lezione frontale</p> <p>Lezione partecipata</p> <p>Lavori di gruppo</p> <p>Libri di testo</p> <p>Altro materiale :</p> <p>Filmati</p> <p>Videolezioni</p> <p>esercizi simulazioni</p> <p>studi di casi</p>

A N N O	UDA	Abilità	Conoscenze	Contenuti	Competenze	Modalità di verifica	Periodo e ore	Metodologie didattiche e strumenti
------------------	-----	---------	------------	-----------	------------	----------------------	---------------	------------------------------------

V	UDA Il viaggio del mio sape Modulo C: Pianificazione e programmazione e controllo di gestione	<p>Ascoltare, applicando tecniche di supporto alla comprensione, testi prodotti da una pluralità di canali comunicativi, cogliendone i diversi punti di vista e le diverse argomentazioni e riconoscere la tipologia testuale, la fonte lo scopo, l'argomento, le informazioni</p> <p>Applicare gli elementi di budgeting per la quantificazione della quantità dell'investimento economico e per la valutazione della sua sostenibilità</p> <p>Applicare le tecniche di analisi SWOT</p> <p>Definire offerte gastronomiche e servizi qualitativamente ed economicamente sostenibile</p>	<p>Analisi dell'ambiente e scelte strategiche, pianificazione e programmazione aziendale, vantaggio competitivo, business plan, marketing plan, indici di bilancio report</p>	<p>La pianificazione e la programmazione</p> <p>Il budget</p> <p>Il business plan</p>	<p>Supportare la pianificazione e la gestione dei processi di approvvigionamento, di produzione e di vendita in un'ottica di qualità e di sviluppo della cultura dell'innovazione</p> <p>Predisporre prodotti, servizi e menu coerenti con il contesto e le esigenze della clientela (anche in relazione a specifici regimi dietetici e stili alimentari), perseguendo obiettivi di qualità, redditività e favorendo la diffusione di abitudini e stili di vita sostenibili e equilibrati.</p> <p>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.</p>	<p>Produzione scritta</p> <p>Colloqui orali</p> <p>Prove semi strutturate</p>	<p>PENTAMESTRE Febbraio Marzo</p> <p>1 prova scritta</p>	<p>Lezione frontale</p> <p>Lezione partecipata</p> <p>Lavori di gruppo</p> <p>Libri di testo</p> <p>Altro materiale:</p> <p>Filmati</p> <p>Videolezioni</p> <p>esercizi</p> <p>simulazioni</p> <p>studi di casi</p>
---	--	--	---	---	--	---	--	---

	UDA	Abilità	Conoscenze	Contenuti	Competenze	Modalità di verifica	Periodo e ore	Metodologie didattiche e strumenti
--	-----	---------	------------	-----------	------------	----------------------	---------------	------------------------------------

V	<p>UDA</p> <p>Il viaggio del mio saper</p> <p>Modulo D:</p> <p>La normativa del settore turistico</p>	<p>Posizionare l'offerta turistica identificando i servizi primari e complementari per una proposta integrata coerente con il contesto e le esigenze della clientela.</p> <p>Valutare la compatibilità dell'offerta turistica integrata con i principi dell'ecosostenibilità</p> <p>Informare sui servizi disponibili ed extra di viaio tip, finalizzati a rendere gradevole la permanenza presso la struttura ricettiva</p>	<p>Normativa relativa alla costituzione dell'impresa, all'igiene alimentare e alla tracciabilità dei prodotti, contratti delle imprese turistico ricettive, responsabilità degli operatori di settore, rapporti tra imprese turistico-ricettive e ADV</p>	<p>Le norme sulla costituzione dell'impresa</p> <p>I contratti delle imprese ricettive e ristorative</p> <p>I contratti delle imprese di viaggio</p> <p>I rapporti tra TO, ADV imprese ricettive e imprese di trasporto</p>	<p>Utilizzare tecniche tradizionali e innovative di lavorazione, di organizzazione, di commercializzazione dei servizi e dei prodotti enogastronomici, ristorativi e di accoglienza turistico-alberghiera, promuovendo le nuove tendenze alimentari ed enogastronomiche.</p> <p>Supportare la pianificazione e la gestione dei processi di approvvigionamento, di produzione e di vendita in un'ottica di qualità e di sviluppo della cultura dell'innovazione</p> <p>Predisporre prodotti, servizi e menu coerenti con il contesto e le esigenze della clientela (anche in relazione a specifici regimi dietetici e stili alimentari), perseguendo obiettivi di qualità, redditività e favorendo la diffusione di abitudini e stili di vita sostenibili e equilibrati.</p>	<p>Produzione scritta</p> <p>Colloqui orali</p> <p>Prove semi strutturate</p>	<p>PENTAMESTRE</p> <p>Aprile</p> <p>Maggio</p> <p>1 prova orale</p>	<p>Lezione frontale</p> <p>Lezione partecipata</p> <p>Lavori di gruppo</p> <p>Libri di testo</p> <p>Altro materiale:</p> <p>Filmati</p> <p>Videolezioni</p> <p>esercizi</p> <p>simulazioni</p> <p>studi di casi</p>
---	---	--	---	---	---	---	--	---

A N N O	UDA	Abilità	Conoscenze	Contenuti	Competenze	Modalità di verifica	Periodo	Metodologie didattiche e strumenti
V	5.1 "Educazione Civica"	Utilizzare la rete internet per ricercare fonti e dati.	<p>Conoscenze trimestre</p> <p>Lo Stato e gli enti sovranazionali, ONU,</p>	<p>Organizzazione struttura e funzionamento dell'ONU</p> <p>La costituzione ART 10 e 11</p>	Saper esercitare una nuova cittadinanza orientata al pluralismo, ai valori democratici e a un nuovo modello di sviluppo	Relazione individuale con esposizione orale	<p>Trimestre</p> <p>3 ore</p> <p>Pentamestre</p>	<p>Metodologie didattiche:</p> <p>Lezioni frontali;</p>

	Lo sviluppo sostenibile: Agenda 2030, le migrazioni economiche e la globalizzazione	<p>Confrontare documenti di vario tipo selezionando le informazioni ritenute più affidabili</p> <p>Saper analizzare fenomeni complessi</p> <p>Saper riconoscere i valori comuni e le differenze nei sistemi di nazione diverse</p> <p>Argomentare una propria idea su una tematica specifica, con motivazioni valide</p> <p>Saper cogliere l'importanza di una tutela del patrimonio culturale di un paese e del concetto di sviluppo responsabile</p>	<p>EU, organizzazioni non governative</p> <p>Conoscenze pentamestre</p> <p>Agenda 2030, UNESCO, tutela dei patrimoni culturale materiale e immateriale</p>	<p>Agenda 2030</p> <p>Agenda 2030 : obiettivi</p> <p>8 lavoro dignitoso e crescita economica</p> <p>9 imprese innovazione e infrastrutture,</p> <p>12 consumo e produzione responsabili.</p> <p>Globalizzazione effetti e criticità, Economia circolare, sviluppo sostenibile, carta della Terra</p>	<p>economico sanciti nell'Agenda 2030</p> <p>Gestire forme di interazione orale secondo specifici scopi comunicativi. Utilizzare il patrimonio lessicale ed espressivo e le strutture della lingua italiana secondo le esigenze comunicative del contesto di riferimento</p> <p>Imparare ad imparare</p> <p>Stabilire collegamenti tra le tradizioni culturali locali, nazionali e internazionali, e individuare strategie di valorizzazione del patrimonio culturale nazionale</p>		3 ore	<p>lezione partecipata.</p> <p>Strumenti libri di testo; appunti forniti dal docente; materiale multimediale</p>
--	--	--	--	--	---	--	--------------	--

A N N O	UDA	Abilità	Conoscenze	Contenuti	Competenze	Modalità di verifica	Periodo e ore	Metodologie didattiche e strumenti

V	UDA 5.2 AVANGUARDIA GOURMET & SOCIAL lavoro a coppie Campagna social di evento fieristico per promozione del Made in Italy	<p>Progettare attività promozionali e pubblicitarie secondo il tipo di clientela e la tipologia di struttura</p> <p>Applicare criteri di pianificazione del proprio lavoro, operando in équipe e interagendo con le altre figure professionali e di reparto</p> <p>Progettare attività/iniziative di varia tipologia atte a valorizzare le tipicità del territorio</p>	<p>Tecniche di marketing strategico e operativo applicate al settore turistico-ristorativo, tecniche di web marketing</p>	<p>web marketing turistico integrato di un viaggio legato a eventi fieristici individuando il target, compresa campagna COMUNICAZIONE social e promozione del viaggio con inserimento in pagina di agenzia tour operator locale</p>	<p>Competenze secondo all. 2 G n. 10 Utilizzare concetti e modelli relativi all'organizzazione aziendale, alla produzione di beni e servizi e all'evoluzione del mercato del lavoro per affrontare casi pratici relativi all'area professionale di riferimento.</p> <p>Competenze secondo all. 2 G n. 1 Saper valutare fatti e orientare i propri comportamenti personali, sociali e professionali per costruire un progetto di vita orientato allo sviluppo culturale, sociale ed economico di sé.</p> <p>Gestire tutte le fasi del ciclo cliente applicando le più idonee tecniche professionali di Hospitality Management, rapportandosi con le altre aree aziendali, in un'ottica di comunicazione ed efficienza aziendale.</p> <p>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.</p> <p>Contribuire alle strategie di Destination Marketing attraverso la promozione dei beni culturali e ambientali, delle tipicità enogastronomiche, delle attrazioni, degli eventi e delle manifestazioni, per veicolare un'immagine riconoscibile e rappresentativa del territorio</p>	Compito di realtà	TRIMESTRE ORE 17 ottobre - 19 dicembre ORE 10 Compito di realtà	Lezione frontale Lezione partecipata Lavori di gruppo Libri di testo Altro materiale: Filmati Videolezioni esercizi simulazioni studi di casi
---	---	--	---	---	---	-------------------	---	--

UDA	Abilità	Conoscenze	Contenuti	Competenze	Modalità di verifica	Periodo e ore	Metodologie didattiche e strumenti

5.3 MATTE I OUTD OOR - PROJE CTS & LIFELO NG LEARNI NG Elevato r pitch per il mio futuro	<p>Elaborare un'offerta di prodotti e servizi enogastronomici atti a promuovere uno stile di vita equilibrato dal punto di vista nutrizionale e sostenibile dal punto di vista ambientale</p> <p>Individuare e applicare la normativa di riferimento per il funzionamento dell'impresa turistica.</p> <p>Posizionare un offerta turistica identificando servizi primari e complementari per una proposta integrata coerente con il contesto e le esigenze della clientela</p>	<p>Normativa relativa alla costituzione dell'impresa, all'igiene alimentare e alla tracciabilità dei prodotti, contratti delle imprese turistico ricettive, responsabilità degli operatori di settore, rapporti tra imprese turistico-ricettive e ADV</p>	<p>I contratti delle imprese ricettive e ristorative</p> <p>I contratti delle imprese di viaggio</p> <p>I rapporti tra TO, ADV imprese ricettive e imprese di trasporto</p>	<p>Realizzare pacchetti di offerta turistica integrata con i principi dell'eco sostenibilità ambientale, promuovendo la vendita dei servizi e dei prodotti coerenti con il contesto territoriale, utilizzando il web.</p> <p>Gestire tutte le fasi del ciclo cliente applicando le più idonee tecniche professionali e di Hospitality Management, rapportandosi con le altre aree aziendali, in un'ottica di comunicazione ed efficienza aziendale</p> <p>Progettare, anche con tecnologie digitali, eventi enogastronomici e culturali che valorizzino il patrimonio delle tradizioni e delle tipicità locali, nazionali anche in contesti internazionali per la promozione del Made in Italy.</p> <p>Contribuire alle strategie di Destination Marketing attraverso la promozione dei beni culturali e ambientali, delle tipicità enogastronomiche, delle attrazioni, degli eventi e delle manifestazioni, per veicolare un'immagine riconoscibile e rappresentativa del territorio</p>	Compito di realtà	PENTAME STRE 17 aprile 17 maggio	<p>Lezione frontale</p> <p>Lezione partecipata</p> <p>Lavori di gruppo</p> <p>Libri di testo</p> <p>Altro materiale:</p> <p>Filmati</p> <p>Videolezioni</p> <p>esercizi</p> <p>simulazioni</p> <p>studi di casi</p>

A N N O	PCTO	Abilità	Conoscenze	Contenuti	Competenze	Modalità di verifica	Periodo	Metodologie didattiche e strumenti

5°	Impresa simulata	Contribuire alla redazione di un bilancio d'esercizio e analizzarne i principali indici	<p>Conoscere i sistemi informativi aziendali e gli strumenti di comunicazione integrata d'impresa, per realizzare attività comunicative con riferimento a diversi contesti</p> <p>Ruolo e significato del bilancio d'esercizio</p> <p>Elementi del bilancio d'esercizio</p> <p>Pacchetto office e software per la gestione contabile</p>	<p>Bilancio in forma abbreviata</p> <p>Chiusura del bilancio</p> <p>Analisi per indici</p>	<p>Applicare le metodologie e le tecniche della gestione per progetti</p> <p>Individuare le tendenze dei mercati locali, nazionali e internazionali</p> <p>Svolgere attività connesse all'attuazione delle rilevazioni aziendali con l'utilizzo di strumenti tecnologici e software applicativi di settore</p>	Prodotto finale che documenta la realizzazione del percorso	Pentamestrale ore 15	<p>Lezione frontale</p> <p>Lezione partecipata</p> <p>Lavori di gruppo</p> <p>Libri di testo</p> <p>Laboratorio</p> <p>www.ifskon fao.net</p>
----	-----------------------------	---	--	--	--	--	------------------------------------	--