



*Ministero dell'Istruzione
e del merito*



UNIONE EUROPEA
Fondo sociale europeo



ISTITUTO DI ISTRUZIONE SUPERIORE “E. Ruffini – D. Aicardi”

CURRICULO SECONDO BIENNIO

**DISCIPLINA: ACCOGLIENZA
TURISTICA**

**DOCENTE: CHIRICO
ANTONIETTA**

Triennio – QNQ 2 . ASSE SCIENTIFICO/TECNOLOGICO E PROFESSIONALE Disciplina: ACCOGLIENZA TURISTICA

<u>COMPETENZA CHIAVE EUROPEA</u>	<u>Competenza N°2: Competenza multimediale.</u>
<u>COMPETENZA IN USCITA N.1</u> <u>COMPETENZA IN USCITA N.6.</u> <u>COMPETENZA IN USCITA N.7.</u> <u>COMPETENZA IN USCITA N.8.</u>	
<u>COMPETENZA INTERMEDIA GENERALE</u> QNQ 2	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. 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. 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. 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

Triennio – QNQ 2 . ASSE SCIENTIFICO/TECNOLOGICO E PROFESSIONALE Disciplina: ACCOGLIENZA TURISTICA

<u>COMPETENZA CHIAVE EUROPEA</u>	<u>Competenza N°4: Competenza digitale</u>
<u>COMPETENZA IN USCITA N.1</u> <u>COMPETENZA IN USCITA N. 3.</u> <u>COMPETENZA IN USCITA N. 8</u> <u>COMPETENZA IN USCITA N. 9</u>	
<u>COMPETENZA INTERMEDIA GENERALE</u> QNQ 2	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. Applicare correttamente il sistema HACCP, la normativa sulla sicurezza e sulla salute nei luoghi di Lavoro. 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. 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

Triennio – QNQ 2 . ASSE SCIENTIFICO/TECNOLOGICO E PROFESSIONALE Disciplina: ACCOGLIENZA TURISTICA

<p><u>COMPETENZA CHIAVE EUROPEA</u></p>	<p><u>Competenza N°5: Competenza personale, sociale e capacità di imparare a imparare</u></p>
<p><u>COMPETENZA IN USCITA N.1</u> <u>COMPETENZA IN USCITA N. 6</u> <u>COMPETENZA IN USCITA N. 7</u></p>	<p>La competenza personale, sociale e la capacità di imparare a imparare consiste nella capacità di riflettere su sé stessi, di gestire efficacemente il tempo e le informazioni, di lavorare con gli altri in maniera costruttiva, di mantenersi resilienti e di gestire il proprio apprendimento e la propria carriera. Comprende la capacità di far fronte all'incertezza e alla complessità, di imparare a imparare, di favorire il proprio benessere fisico ed emotivo, di mantenere la salute fisica e mentale, nonché di essere in grado di condurre una vita attenta alla salute e orientata al futuro, di empatizzare e di gestire il conflitto in un contesto favorevole e inclusivo.</p> <p>Conoscenze, abilità e atteggiamenti essenziali legati a tale competenza</p> <p>Per il successo delle relazioni interpersonali e della partecipazione alla società è essenziale comprendere i codici di comportamento e le norme di comunicazione generalmente accettati in ambienti e società diversi. La competenza personale, sociale e la capacità di imparare a imparare richiede inoltre la conoscenza degli elementi che compongono una mente, un corpo e uno stile di vita salutari. Presuppone la conoscenza delle proprie strategie di apprendimento preferite, delle proprie necessità di sviluppo delle competenze e di diversi modi per sviluppare le competenze e per cercare le occasioni di istruzione, formazione e carriera, o per individuare le forme di orientamento e sostegno disponibili.</p> <p>Vi rientrano la capacità di individuare le proprie capacità, di concentrarsi, di gestire la complessità, di riflettere criticamente e di prendere decisioni. Ne fa parte la capacità di imparare e di lavorare sia in modalità collaborativa sia in maniera autonoma, di organizzare il proprio apprendimento e di perseverare, di saperlo valutare e condividere, di cercare sostegno quando opportuno e di gestire in modo efficace la propria carriera e le proprie interazioni sociali. Le persone dovrebbero essere resilienti e capaci di gestire l'incertezza e lo stress. Dovrebbero saper comunicare costruttivamente in ambienti diversi, collaborare nel lavoro in gruppo e negoziare. Ciò comprende: manifestare tolleranza, esprimere e comprendere punti di vista diversi, oltre alla capacità di creare fiducia e provare empatia.</p> <p>Tale competenza si basa su un atteggiamento positivo verso il proprio benessere personale, sociale e fisico e verso l'apprendimento per tutta la vita. Si basa su un atteggiamento improntato a collaborazione, assertività e integrità, che comprende il rispetto della diversità degli altri e delle loro esigenze, e la disponibilità sia a superare i pregiudizi, sia a raggiungere compromessi. Le persone dovrebbero essere in grado di individuare e fissare obiettivi, di auto-motivarsi e di sviluppare resilienza e fiducia per perseguire e conseguire l'obiettivo di apprendere lungo tutto il corso della loro vita. Un atteggiamento improntato ad affrontare i problemi per risolverli è utile sia per il processo di apprendimento sia per la capacità di gestire gli ostacoli e i cambiamenti. Comprende il desiderio di applicare quanto si è appreso in precedenza e le proprie esperienze di vita nonché la curiosità di cercare nuove opportunità di apprendimento e sviluppo nei diversi contesti della vita.</p>
<p><u>COMPETENZA INTERMEDIA GENERALE</u> <u>QNQ 2</u></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. 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>

Triennio – QNQ 2 . ASSE SCIENTIFICO/TECNOLOGICO E PROFESSIONALE Disciplina: ACCOGLIENZA TURISTICA

<u>COMPETENZA CHIAVE EUROPEA</u>	<u>Competenza N°6: Competenza in materia di cittadinanza</u>
<p><u>COMPETENZA IN USCITA N 1.</u> <u>COMPETENZA IN USCITA N 3.</u> <u>COMPETENZA IN USCITA N 4.</u> <u>COMPETENZA IN USCITA N 6.</u> <u>COMPETENZA IN USCITA N 10.</u> <u>COMPETENZA IN USCITA N 11.</u></p>	<p>La competenza in materia di cittadinanza si riferisce alla capacità di agire da cittadini responsabili e di partecipare pienamente alla vita civica e sociale, in base alla comprensione delle strutture e dei concetti sociali, economici, giuridici e politici oltre che dell’evoluzione a livello globale e della sostenibilità.</p> <p>Conoscenze, abilità e atteggiamenti essenziali legati a tale competenza:</p> <p>La competenza in materia di cittadinanza si fonda sulla conoscenza dei concetti e dei fenomeni di base riguardanti gli individui, i gruppi, le organizzazioni lavorative, la società, l’economia e la cultura. Essa presuppone la comprensione dei valori comuni dell’Europa, espressi nell’articolo 2 del trattato sull’Unione europea e nella Carta dei diritti fondamentali dell’Unione europea. Comprende la conoscenza delle vicende contemporanee nonché l’interpretazione critica dei principali eventi della storia nazionale, europea e mondiale. Abbraccia inoltre la conoscenza degli obiettivi, dei valori e delle politiche dei movimenti sociali e politici oltre che dei sistemi sostenibili, in particolare dei cambiamenti climatici e demografici a livello globale e delle relative cause. È essenziale la conoscenza dell’integrazione europea, unitamente alla consapevolezza della diversità e delle identità culturali in Europa e nel mondo. Vi rientra la comprensione delle dimensioni multiculturali e socioeconomiche delle società europee e del modo in cui l’identità culturale nazionale contribuisce all’identità europea.</p> <p>C 189/10 IT Gazzetta ufficiale dell’Unione europea 4.6.2018</p> <p>Per la competenza in materia di cittadinanza è indispensabile la capacità di impegnarsi efficacemente con gli altri per conseguire un interesse comune o pubblico, come lo sviluppo sostenibile della società. Ciò presuppone la capacità di pensiero critico e abilità integrate di risoluzione dei problemi, nonché la capacità di sviluppare argomenti e di partecipare in modo costruttivo alle attività della comunità, oltre che al processo decisionale a tutti i livelli, da quello locale e nazionale al livello europeo e internazionale. Presuppone anche la capacità di accedere ai mezzi di comunicazione sia tradizionali sia nuovi, di interpretarli criticamente e di interagire con essi, nonché di comprendere il ruolo e le funzioni dei media nelle società democratiche.</p> <p>Il rispetto dei diritti umani, base della democrazia, è il presupposto di un atteggiamento responsabile e costruttivo. La partecipazione costruttiva presuppone la disponibilità a partecipare a un processo decisionale democratico a tutti i livelli e alle attività civiche. Comprende il sostegno della diversità sociale e culturale, della parità di genere e della coesione sociale, di stili di vita sostenibili, della promozione di una cultura di pace e non violenza, nonché della disponibilità a rispettare la privacy degli altri e a essere responsabili in campo ambientale. L’interesse per gli sviluppi politici e socioeconomici, per le discipline umanistiche e per la comunicazione interculturale è indispensabile per la disponibilità sia a superare i pregiudizi sia a raggiungere compromessi ove necessario e a garantire giustizia ed equità sociali.</p>
<u>COMPETENZA INTERMEDIA GENERALE QNQ 2</u>	<u>Eseguire compiti semplici per la realizzazione di eventi culturali in contesti strutturati e secondo criteri prestabiliti</u>

Triennio – QNQ 2 . ASSE SCIENTIFICO/TECNOLOGICO E PROFESSIONALE Disciplina: ACCOGLIENZA TURISTICA

<p><u>COMPETENZA CHIAVE EUROPEA</u></p>	<p><u>Competenza N°7: Competenza imprenditoriale</u></p>
<p><u>COMPETENZA IN USCITA N 1.</u> <u>COMPETENZA IN USCITA N 3.</u> <u>COMPETENZA IN USCITA N 4.</u> <u>COMPETENZA IN USCITA N 5.</u> <u>COMPETENZA IN USCITA N 6.</u> <u>COMPETENZA IN USCITA N 7.</u> <u>COMPETENZA IN USCITA N 8.</u> <u>COMPETENZA IN USCITA N 10.</u> <u>COMPETENZA IN USCITA N 11.</u></p>	<p>La competenza imprenditoriale si riferisce alla capacità di agire sulla base di idee e opportunità e di trasformarle in valori per gli altri. Si fonda sulla creatività, sul pensiero critico e sulla risoluzione di problemi, sull’iniziativa e sulla perseveranza, nonché sulla capacità di lavorare in modalità collaborativa al fine di programmare e gestire progetti che hanno un valore culturale, sociale o finanziario.</p> <p>Conoscenze, abilità e atteggiamenti essenziali legati a tale competenza</p> <p>La competenza imprenditoriale presuppone la consapevolezza che esistono opportunità e contesti diversi nei quali è possibile trasformare le idee in azioni nell’ambito di attività personali, sociali e professionali, e la comprensione di come tali opportunità si presentano. Le persone dovrebbero conoscere e capire gli approcci di programmazione e gestione dei progetti, in relazione sia ai processi sia alle risorse. Dovrebbero comprendere l’economia, nonché le opportunità e le sfide sociali ed economiche cui vanno incontro i datori di lavoro, le organizzazioni o la società. Dovrebbero inoltre conoscere i principi etici e le sfide dello sviluppo sostenibile ed essere consapevoli delle proprie forze e debolezze.</p> <p>Le capacità imprenditoriali si fondano sulla creatività, che comprende immaginazione, pensiero strategico e risoluzione dei problemi, nonché riflessione critica e costruttiva in un contesto di innovazione e di processi creativi in evoluzione. Comprendono la capacità di lavorare sia individualmente sia in modalità collaborativa in gruppo, di mobilitare risorse (umane e materiali) e di mantenere il ritmo dell’attività. Vi rientra la capacità di assumere decisioni finanziarie relative a costi e valori. È essenziale la capacità di comunicare e negoziare efficacemente con gli altri e di saper gestire l’incertezza, l’ambiguità e il rischio in quanto fattori rientranti nell’assunzione di decisioni informate.</p> <p>Un atteggiamento imprenditoriale è caratterizzato da spirito d’iniziativa e autoconsapevolezza, proattività, lungimiranza, coraggio e perseveranza nel raggiungimento degli obiettivi. Comprende il desiderio di motivare gli altri e la capacità di valorizzare le loro idee, di provare empatia e di prendersi cura delle persone e del mondo, e di saper accettare la responsabilità applicando approcci etici in ogni momento.</p>
<p><u>COMPETENZA INTERMEDIA GENERALE</u> QNQ 2</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>

Triennio – QNQ 2 . ASSE SCIENTIFICO/TECNOLOGICO E PROFESSIONALE Disciplina: ACCOGLIENZA TURISTICA

<u>COMPETENZA CHIAVE EUROPEA</u>	<u>Competenza N°8: Competenza in materia di consapevolezza ed espressione culturali</u>
<u>COMPETENZA IN USCITA N 1.</u> <u>COMPETENZA IN USCITA N 4.</u> <u>COMPETENZA IN USCITA N 9.</u>	<p>La competenza in materia di consapevolezza ed espressione culturali implica la comprensione e il rispetto di come le idee e i significati vengono espressi creativamente e comunicati in diverse culture e tramite tutta una serie di arti e altre forme culturali. Presuppone l’impegno di capire, sviluppare ed esprimere le proprie idee e il senso della propria funzione o del proprio ruolo nella società in una serie di modi e contesti.</p> <p>Conoscenze, abilità e atteggiamenti essenziali legati a tale competenza</p> <p>Questa competenza richiede la conoscenza delle culture e delle espressioni locali, nazionali, regionali, europee e mondiali, comprese le loro lingue, il loro patrimonio espressivo e le loro tradizioni, e dei prodotti culturali, oltre alla comprensione di come tali espressioni possono influenzarsi a vicenda e avere effetti sulle idee dei singoli individui. Essa include la comprensione dei diversi modi della comunicazione di idee tra l’autore, il partecipante e il pubblico nei testi scritti, stampati e digitali, nel teatro, nel cinema, nella danza, nei giochi, nell’arte e nel design, nella musica, nei riti, nell’architettura oltre che nelle forme ibride. Presuppone la consapevolezza dell’identità personale e del patrimonio culturale all’interno di un mondo caratterizzato da diversità culturale e la comprensione del fatto che le arti e le altre forme culturali possono essere strumenti per interpretare e plasmare il mondo.</p> <p>Le relative abilità comprendono la capacità di esprimere e interpretare idee figurative e astratte, esperienze ed emozioni con empatia, e la capacità di farlo in diverse arti e in altre forme culturali. Comprendono anche la capacità di riconoscere e realizzare le opportunità di valorizzazione personale, sociale o commerciale mediante le arti e altre forme culturali e la capacità di impegnarsi in processi creativi, sia individualmente sia collettivamente.</p> <p>È importante avere un atteggiamento aperto e rispettoso nei confronti delle diverse manifestazioni dell’espressione culturale, unitamente a un approccio etico e responsabile alla titolarità intellettuale e culturale. Un atteggiamento positivo comprende anche curiosità nei confronti del mondo, apertura per immaginare nuove possibilità e disponibilità a partecipare a esperienze culturali.</p>
<u>COMPETENZA INTERMEDIA GENERALE</u> QNQ 2	<p>Agire in riferimento ad un sistema di valori, coerenti con i principi della Costituzione, in base ai quali essere in grado di valutare fatti e orientare i propri comportamenti personali, sociali e professionali.</p> <p>Stabilire collegamenti tra le tradizioni culturali locali, nazionali ed internazionali, sia in una prospettiva interculturale sia ai fini della mobilità di studio e di lavoro.</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>

**NUCLEI FONDANTI della disciplina riferita al
biennio livello QNQ 2**

- Terminologia tecnica specifica di settore.
- Software applicativi di settore.
- Tecniche specifiche per la realizzazione di prodotti e servizi dell'enogastronomia e l'ospitalità alberghiera.
- Tecniche di comunicazione verbale e digitale finalizzata al marketing dei prodotti e servizi
- Strumenti di pubblicità e comunicazione.
- Tecniche di rilevazione della customer satisfaction.
- Tecniche per la gestione dei reclami.
- Risorse enogastronomiche/culturali territoriali e nazionali.
- 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.
- Strumenti e tecniche di costruzione e utilizzo dei veicoli comunicativi (cartacei, audio, video, telematici ecc.)
- Principi di fidelizzazione del cliente.
- Tecniche di ascolto attivo del cliente.
- Principali tecniche di comunicazione scritta, verbale e digitale, anche in lingua straniera.
- Elementi di marketing operativo dei servizi enogastronomici e turistici.
- Tecniche e strumenti di rilevazione delle aspettative e di analisi del gradimento.
- Tipologia di servizi offerti dalle strutture ricettive.
- Tecniche di interazione con la clientela con bisogni specifici.
- Terminologia tecnica, specifica del settore, anche in lingua straniera.
- Elementi di marketing strategico dei servizi turistici e 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 dell'offerta turistica integrata secondo i principi di sostenibilità ambientale.
- Modalità di calcolo dei margini di guadagno

Risultati di apprendimento del Profilo di indirizzo – Competenza in uscita 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.

TRAGUARDI INTERMEDI IN TERMINI DI

Periodo/ Annualità	Livelli del QNQ2	COMPETENZE INTERMEDIE ³	ABILITÀ MINIME	CONOSCENZE ESSENZIALI	INSEGNAMENTI E/O ASSI CULTURALI COINVOLTI	Eventuali raccordi con le competenze di cui agli insegnamenti dell'Area Generale (Allegato 1) ⁴
TERZO ANNO	3	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.	<ul style="list-style-type: none"> ● Riconoscere le caratteristiche specifiche delle strutture e delle figure professionali correlate alla filiera dell'enogastronomia e dell'ospitalità alberghiera e coglierne le differenze ● Utilizzare in maniera appropriata le tecniche tradizionali per la produzione e realizzazione di prodotti e/o servizi adeguati ai diversi contesti. ● Applicare tecniche di promozione e pubblicizzazione di prodotti e servizi nei diversi contesti professionali 	<ul style="list-style-type: none"> ● Terminologia tecnica specifica di settore. ● Software applicativi di settore. ● Tecniche specifiche per la realizzazione di prodotti e servizi dell'enogastronomia e l'ospitalità alberghiera. ● Tecniche di comunicazione verbale e digitale finalizzata al marketing dei prodotti e servizi 	<p>Asse dei linguaggi</p> <p>Asse matematico</p> <p>Asse scientifico tecnologico e professionale</p>	Competenza 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 10, 12
QUARTO ANNO	3/4	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	<ul style="list-style-type: none"> ● 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. ● Partecipare alla gestione dell'intero processo del ciclo cliente applicando tecniche di fidelizzazione e di monitoraggio del grado di soddisfazione della clientela. ● 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. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Strumenti di pubblicità e comunicazione. ● Principi e criteri di storytelling in campo enogastronomico. ● Tecniche di rilevazione della customer satisfaction. ● Tecniche per la gestione dei reclami. ● Marchi di qualità e sistemi di tutela dei prodotti enogastronomici di eccellenza. 	<p>Asse dei linguaggi</p> <p>Asse storico sociale</p> <p>Asse matematico</p> <p>Asse scientifico tecnologico e professionale</p>	Competenza 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 10, 12

				<ul style="list-style-type: none"> ● Risorse enogastronomiche/culturali territoriali e nazionali. 		
QUINTO ANNO	4	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.	<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 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 iniziative di customer care. 	<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. ● 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 attrezzature. ● Il sistema di customer satisfaction. ● Tecniche di problem solving e gestione reclam 	<p>Asse dei linguaggi</p> <p>Asse matematico</p> <p>Asse scientifico tecnologico e professionale</p>	Competenza 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 10, 12

Risultati di apprendimento del Profilo di indirizzo – Competenza in uscita 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.

TRAGUARDI INTERMEDI IN TERMINI DI

Periodo/ Annualità	Livelli del QNQ	COMPETENZE INTERMEDIE	ABILITÀ MINIME	CONOSCENZE ESSENZIALI	INSEGNAMENTI E/O ASSI CULTURALI COINVOLT	Eventuali raccordi con le competenze di cui agli insegnamenti dell'Area Generale
TERZO	3	Utilizzare tecniche di gestione a supporto dei processi di approvvigionamento, di produzione e di vendita di prodotti e servizi rispettando parametri di qualità	<ul style="list-style-type: none"> ● Definire le esigenze di acquisto, individuando i fornitori e collaborando alla gestione del processo di approvvigionamento ● Individuare all'interno di un determinato contesto gli aspetti caratteristici che riguardano la produzione e la vendita dei prodotti/servizi della filiera un determinato contesto gli aspetti caratteristici che riguardano la produzione e la vendita dei prodotti/servizi della filiera dell'enogastronomia e dell'ospitalità alberghiera ● Applicare modalità di trattamento e trasformazione delle materie prime tenendo conto delle principali tendenze e delle esigenze del mercato dell'enogastronomia e dell'ospitalità alberghiera ● Applicare modalità di trattamento e trasformazione delle materie prime tenendo conto delle principali tendenze e delle esigenze del mercato. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Elementi di organizzazione aziendale e del lavoro: attrezzature e strumenti, risorse umane e tecnologiche. ● Controllo della produzione/lavorazione/commercializzazione di prodotti/servizi della filiera di riferimento. ● Caratteristiche e standard di qualità dei prodotti e servizi della filiera di riferimento. 	Asse dei linguaggi Asse matematico Asse scientifico tecnologico e professionale	Competenza 2, 7, 8, 10, 11, 12

QUARTO	3/4	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.	Identificare le risorse necessarie per la realizzazione del prodotto/servizio programmato. ● Utilizzare tecniche per verificare la sostenibilità economica del prodotto/servizio. ● Individuare eventuali criticità nei principali processi di pianificazione, approvvigionamento, produzione e vendita di prodotti e servizi ● 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 alberghiere	Tecniche di approvvigionamento e gestione delle merci. ● Tecniche di programmazione, controllo dei costi e organizzazione della produzione di settore: definizione di compiti, tempi e modalità operative. ● Tecniche e strumenti per il controllo della qualità dei processi organizzativi e gestionali. ● Principali comportamenti, abitudini, stili di acquisto e consumo: i fattori economici, sociali e culturali.	Asse dei linguaggi Asse storico sociale Asse matematico Asse scientifico tecnologico e professionale	Competenza 2, 4, 7, 8, 10, 12
QUINTO	4	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.	<ul style="list-style-type: none"> ● Gestire il processo di consegna, stoccaggio e monitoraggio delle merci/prodotti/servizi. ● Identificare qualitativamente 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 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 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. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Tecniche di realizzazione, lavorazione e erogazione del prodotto/servizio. ● Tecniche di organizzazione del lavoro, strumenti per la gestione organizzativa. ● 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 ell'offerta preventiva. 	Asse dei linguaggi Asse matematico Asse scientifico tecnologico e professionale	Competenza 2, 7, 8, 10, 12

Risultati di apprendimento del Profilo di indirizzo – Competenza in uscita n. 3

Applicare correttamente il sistema HACCP, la normativa sulla sicurezza e sulla salute nei luoghi di lavoro.

TRAGUARDI INTERMEDI IN TERMINI DI

Periodo/ Annualità	Livelli del QNQ	COMPETENZE INTERMEDIE	ABILITÀ MINIME	CONOSCENZE ESSENZIALI	INSEGNAMENTI E/O ASSI CULTURALI COINVOLTI	Eventuali raccordi con le competenze di cui agli insegnamenti dell'Area Generale (Allegato 1)4
TERZO ANNO	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	<ul style="list-style-type: none"> • Prefigurare forme comportamentali di prevenzione del rischio • Applicare i protocolli di autocontrollo relativi all'igiene e alla sicurezza • Leggere e interpretare le etichette alimentari. 	<ul style="list-style-type: none"> • Le confezioni alimentari e le etichette dei prodotti. • Norme di sicurezza igienico sanitarie (HACCP). 	Asse dei linguaggi	Competenza 1, 2, 5, 8, 10, 11, 12
QUARTO ANNO	3/4	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	Utilizzare metodi, attrezzature, mezzi, per la gestione delle produzioni ed assicurare standard di qualità appropriati. <ul style="list-style-type: none"> • Applicare procedure per la segnalazione delle non conformità • Applicare le norme per la tutela e sicurezza del cliente con particolare riferimento a bambini, anziani, diversamente abili 	<ul style="list-style-type: none"> • Qualità ed etichettatura dei prodotti enogastronomici. • Normativa relativa alla sicurezza sul lavoro e antinfortunistica. • Fattori di rischio professionale e ambientale. • Normativa sulla tutela e sicurezza del cliente. 	Asse dei linguaggi Asse scientifico tecnologico e professionale	Competenza 1, 2, 5, 8, 10, 11, 12
QUINTO ANNO	4	Applicare correttamente il sistema HACCP, la normativa sulla sicurezza e sulla salute nei luoghi di lavoro	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. <ul style="list-style-type: none"> • Applicare efficacemente il sistema di autocontrollo per la sicurezza dei prodotti alimentari in conformità alla normativa regionale, nazionale e comunitaria in materia di HACCP. • Garantire la tutela e la sicurezza del cliente • Formulare proposte di miglioramento delle soluzioni organizzative/layout dell'ambiente di lavoro per evitare fonti di rischio 	<ul style="list-style-type: none"> • Normativa igienicosanitaria e procedura di autocontrollo HACCP • Normativa relativa alla tutela della riservatezza dei dati personali • Normativa volta alla tutela e sicurezza del cliente. 	Asse dei linguaggi Asse scientifico tecnologico e professionale	Competenza 1, 2, 5, 8, 10, 11, 12

Risultati di apprendimento del Profilo di indirizzo – Competenza in uscita n. 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.

TRAGUARDI INTERMEDI IN TERMINI DI

Periodo/ Annualità	Livelli del QNQ	COMPETENZE INTERMEDIE	ABILITÀ MINIME	CONOSCENZE ESSENZIALI	INSEGNAMENTI E/O ASSI CULTURALI COINVOLT	Eventuali raccordi con le competenze di cui agli insegnamenti dell'Area Generale
TERZO	3	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	<ul style="list-style-type: none">● Applicare criteri di selezione delle materie prime e/o prodotti e di allestimento di servizi, e/o menù in funzione del contesto, delle esigenze della clientela, della stagionalità e nel rispetto della filiera corta.● Integrare le dimensioni legate alla tutela dell'ambiente e allo sviluppo sostenibile alla pratica professionale	<ul style="list-style-type: none">● Elementi di dietetica e nutrizione.● Criteri di scelta delle materie prime/prodotti/servizi (certificazioni, stagionalità, prossimità, eco sostenibilità).● Principi di eco sostenibilità applicati ai settori di riferimento.● Tecniche per ridurre lo spreco.● Tecniche di base di organizzazione, gestione aziendale e budgetaria.	Asse dei linguaggi Asse storico sociale Asse scientifico tecnologico e professionale	Competenza 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 12
QUARTO	3/4	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	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. <ul style="list-style-type: none">● Favorire la diffusione di abitudini e stili di vita equilibrati attraverso l'offerta di prodotti e servizi tradizionali, innovativi e sostenibili.● Partecipare alla predisposizione di prodotti enogastronomici in base a specifiche esigenze e/o disturbi e limitazioni alimentari.	Principali sviluppi contemporanei in termini di: materie prime e loro derivati, tecniche professionali, materiali e attrezzature. <ul style="list-style-type: none">● Principi di eco-turismo ed elementi di ecogastronomia.● .Gli stili alimentari e le diete moderne.● Tecniche di analisi delle componenti di un prezzo di vendita e degli indicatori di gestione.	Asse dei linguaggi Asse storico sociale Asse scientifico tecnologico e professionale	Competenza 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 12

QUINTO	4	<p>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>	<ul style="list-style-type: none"> ● 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. ● Predisporre e servire prodotti enogastronomici in base a specifiche esigenze dietologiche e/o disturbi e limitazioni alimentari. ● 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. ● Attivare interventi di informazione, comunicazione ed educazione ambientale mediante il coinvolgimento della clientela e degli stakeholder 	<p>Valore culturale del cibo e rapporto tra enogastronomia, società e cultura di un territorio.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Concetti di sostenibilità e certificazione ● Tecnologie innovative di manipolazione e conservazione dei cibi e relativi standard di qualità. ● Tecniche per la preparazione e servizio di prodotti per i principali disturbi e limitazioni alimentari ● Tecniche di analisi del budget e politiche di sconti per la clientela. ● Concetti di qualità promessa, erogata, attesa e percepita. ● Azioni di controllo dell'attività di gestione aziendale e budgetaria. 	<p>Asse dei linguaggi Asse storico sociale Asse matematico Asse scientifico tecnologico e professionale</p>	<p>Competenza 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 12</p>
--------	---	--	---	--	---	---

Risultati di apprendimento del Profilo di indirizzo – Competenza in uscita 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.

TRAGUARDI INTERMEDI IN TERMINI DI

Periodo/ Annualità	Livelli del QNQ	COMPETENZE INTERMEDIE	ABILITÀ MINIME	CONOSCENZE ESSENZIALI	INSEGNAMENTI E/O ASSI CULTURALI COINVOLT	Eventuali raccordi con le competenze di cui agli insegnamenti dell'Area Generale
TERZO	3	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	<ul style="list-style-type: none"> ● Rispettare i requisiti essenziali e indispensabili di una comunicazione verbale (attenzione, ascolto, disponibilità) con il cliente anche appartenente ad altre culture o con esigenze particolari. ● Applicare correttamente tecniche di comunicazione idonee in contesti professionali ● Assistere il cliente nella fruizione dei servizi, prestando adeguata attenzione a preferenze e richieste 	<ul style="list-style-type: none"> ● Tecniche di ascolto attivo del cliente. ● Principali tecniche di comunicazione scritta, verbale e digitale, anche in lingua straniera. ● Elementi di marketing operativo dei servizi enogastronomici e turistici. ● Tecniche e strumenti di rilevazione delle aspettative e di analisi del gradimento. 	Asse dei linguaggi Asse storico sociale Asse matematico Asse scientifico tecnologico e professionale	Competenza 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 11, 12
QUARTO	3/4	Orientare i propri comportamenti alla realizzazione delle fasi del ciclo cliente in contesti professionali noti nel rispetto delle diverse culture ed esigenze della clientela.	<ul style="list-style-type: none"> ● Gestire, anche in collaborazione con gli altri, la comunicazione professionale con il cliente personalizzando il servizio in base alle esigenze speciali ● Applicare procedure e tecniche di comunicazione nei confronti del cliente anche straniero per rilevarne i bisogni e anticipare possibili soluzioni nel rispetto della sua cultura. ● Adattare la propria interazione con il cliente nel rispetto dei differenti stili comunicativi e valori 	<ul style="list-style-type: none"> ● Elementi di antropologia culturale. ● Tipologia di servizi offerti dalle strutture ricettive. ● Tecniche di interazione con la clientela con bisogni specifici. ● Terminologia tecnica, specifica del settore, anche in lingua straniera. ● Elementi di marketing strategico dei servizi turistici e meccanismi di fidelizzazione del cliente. 	Asse dei linguaggi Asse storico sociale Asse scientifico tecnologico e professionale	Competenza 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 11, 12

QUINTO	4	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.	<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 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. 	<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. 	Asse dei linguaggi Asse storico sociale Asse matematico Asse scientifico tecnologico e professionale	Competenza 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 11, 1
--------	---	--	--	--	---	--

Risultati di apprendimento del Profilo di indirizzo – Competenza in uscita 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.

TRAGUARDI INTERMEDI IN TERMINI DI

Periodo/ Annualità	Livelli del QNQ	COMPETENZE INTERMEDIE	ABILITÀ MINIME	CONOSCENZE ESSENZIALI	INSEGNAMENTI E/O ASSI CULTURALI COINVOLT	Eventuali raccordi con le competenze di cui agli insegnamenti dell'Area Generale
TERZO	3	Collaborare alla realizzazione di eventi enogastronomici, culturali e di promozione del Made in Italy in contesti professionali noti.	<ul style="list-style-type: none"> ● Partecipare alla realizzazione di eventi e/o progetti per la valorizzazione del Made in Italy con istituzioni, enti soggetti economici e imprenditoriali. ● Riconoscere le caratteristiche funzionali e strutturali dei servizi da erogare in relazione alla specifica tipologia di evento ● Determinare le modalità e i tempi di erogazione delle singole attività per la realizzazione ottimale dell'evento , 	<p>Tecniche di base di organizzazione e programmazione di eventi</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Norme e disposizioni a tutela della sicurezza dell'ambiente del lavoro. ● Le tradizioni culturali ed enogastronomiche in riferimento all'assetto agroalimentare di un territorio e all'assetto turistico. 	Asse dei linguaggi Asse storico sociale Asse scientifico tecnologico e professionale	Competenza 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 10, 11, 12

QUARTO	3/4	Collaborare alla realizzazione di eventi enogastronomici, culturali e di promozione del Made in Italy in contesti professionali noti affrontando situazioni mutevoli che richiedono adeguamenti del proprio operato	Identificare le caratteristiche funzionali e strutturali dei servizi da erogare in relazione alla tipologia di evento da realizzare e al budget disponibile. ● Effettuare attività di controllo, di gestione, budgeting e reporting segnalando eventuali scostamenti rispetto agli obiettivi programmati. ● Partecipare, coordinando il proprio lavoro con gli altri, all'identificazione delle priorità, dei bisogni e delle aspettative di un territorio per strutturare attività efficaci di promozione del Made in Italy.	Strumenti per la gestione organizzativa e la promozione di eventi. ● Tecniche di analisi commerciale. ● Strategie di comunicazione e strumenti di pubblicità dei prodotti e dei servizi. ● Norme e disposizioni a tutela della sicurezza dell'ambiente di lavoro. ● Elementi di contrattualistica del lavoro, previdenza e assicurazione.	Asse dei linguaggi Asse storico sociale Asse matematico Asse scientifico tecnologico e professionale	Competenza 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 10, 11, 12
QUINTO	4	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.	● 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, accessori e decorazioni in base al servizio da erogare e rispondente a principi 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 azioni finalizzate a correggere e migliorare il piano di lavorazione. ● Applicare metodi e procedure standard per il monitoraggio delle attività post evento	Tecniche, metodi e tempi per l'organizzazione logistica di catering/eventi. ● Tecniche di allestimento della sala per servizi banqueting e catering. ● Principi di estetica e tecniche di presentazione di piatti e bevande. ● Tecniche 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.	Asse dei linguaggi Asse storico sociale Asse matematico Asse scientifico tecnologico e professionale	Competenza 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 10, 11, 12

Risultati di apprendimento del Profilo di indirizzo – Competenza in uscita n. 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.

TRAGUARDI INTERMEDI IN TERMINI DI

Periodo/ Annualità	Livelli del QNQ	COMPETENZE INTERMEDIE	ABILITÀ MINIME	CONOSCENZE ESSENZIALI	INSEGNAMENTI E/O ASSI CULTURALI COINVOLT	Eventuali raccordi con le competenze di cui agli insegnamenti dell'Area Generale
TERZO	3	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.	<ul style="list-style-type: none"> • Identificare i principi dell'eco sostenibilità ambientale in relazione all'offerta turistica • Effettuare l'analisi del territorio di riferimento (opportunità ricreative, culturali, enogastronomiche, sportive, escursionistiche) attraverso 'utilizzo di diversi strumenti di ricerca e del web • Analizzare e selezionare proposte di fornitura di offerte turistiche integrate ed ecosostenibili in funzione della promozione e valorizzazione del territorio e dei prodotti agroalimentari locali. 	<ul style="list-style-type: none"> • Assetto agroalimentare del territorio: tecniche per l'abbinamento cibiprodotti locali • L'offerta turistica integrata ed ecosostenibile nel territorio di riferimento. • Metodologie e tecniche di diffusione e promozione di iniziative, progetti e attività turistiche coerenti con il contesto territoriale e con i principi dell'eco sostenibilità ambientale. 	Asse dei linguaggi Asse storico sociale Asse scientifico tecnologico e professionale	Competenza 1, 2, 3, 5, 6, 7, 8, 10, 11, 12
QUARTO	3/4	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'eco sostenibilità ambientale	<ul style="list-style-type: none"> • Individuare i canali comunicativi più efficaci per la promozione dell'offerta turistica integrata con i principi dell'ecosostenibilità. • Predisporre azioni di promozione dell'offerta turistica rispetto al target di utenza anche in lingua straniera. • Predisporre la realizzazione di un evento turistico-culturale. • Individuare gli indicatori di costo per la realizzazione del servizio turistico coerente con i principi dell'eco sostenibilità. 	Mercato turistico e sue tendenze. <ul style="list-style-type: none"> • Software applicativi e internet per la gestione della comunicazione, promozione e commercializzazione dei prodotti e dei servizi. • Tecniche di redazione del budget del prodotto/ servizio/ offerta turistica da realizzare. • Principi e metodi dell'eco sostenibilità applicati ai servizi turistici. • Menù con alimenti biologici e biologici plus; alimenti 	Asse dei linguaggi Asse storico sociale Asse matematico Asse scientifico tecnologico e professionale	Competenza 1, 2, 3, 5, 6, 7, 8, 10, 11, 12

				equi e solidali, alimenti locali, prodotti da lotta alle mafie.		
QUINTO	4	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	<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'eco sostenibilità ● Realizzare azioni di promozione di Tourism Certification. ● Determinare 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. 	<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 guadagno 	Asse dei linguaggi Asse storico sociale Asse matematico Asse scientifico tecnologico e professionale	Competenza 1, 2, 3, 5, 6, 7, 8, 10, 11, 12

Risultati di apprendimento del Profilo di indirizzo – Competenza in uscita 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.

TRAGUARDI INTERMEDI IN TERMINI DI

Periodo/ Annualità	Livelli del QNQ	COMPETENZE INTERMEDIE	ABILITÀ MINIME	CONOSCENZE ESSENZIALI	INSEGNAMENTI E/O ASSI CULTURALI COINVOLT	Eventuali raccordi con le competenze di cui agli insegnamenti dell'Area Generale
TERZO	3	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	Utilizzare correttamente tecniche di base di Hospitality Management ● Utilizzare metodologie di gestione e comunicazione aziendale secondo principi di legalità e trasparenza e in conformità con la contrattualistica di settore ● Utilizzare software gestionali	Tecniche di base di Hospitality Management. ● Tipologia di servizi offerti dalle strutture turisticoricettive: aspetti gestionali e principali flussi informativi. ●	Asse dei linguaggi Asse matematico Asse scientifico tecnologico e professionale	Competenza 2, 3, 5, 6, 7, 8, 10, 11, 12

		strutturati e con situazioni mutevoli che richiedono modifiche del proprio operato		Metodologie e tecniche di gestione e comunicazione aziendale. ● Elementi di contabilità generale e bilancio. ● Normativa di settore. ● Software applicativi.		
QUARTO	3/4	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	<ul style="list-style-type: none"> ● Garantire il corretto flusso informativo tra i reparti di una stessa struttura ricettiva in un'ottica di cooperazione ed efficienza aziendale. ● Individuare le principali tecniche di ricettività e accoglienza in linea con la tipologia di servizio ricettivo e il target di clientela. ● Individuare le inefficienze e le carenze dei servizi erogati in rapporto alle aspettative dei clienti ● Tradurre i dati della customer satisfaction in proposte di miglioramento del prodotto/servizio erogato 	Metodologie e tecniche di gestione dell'accoglienza in relazione alla tipologia dei servizi e al target di clientela. ● Metodologie e tecniche di promozione territoriale. ● Terminologia di settore, anche in lingua straniera. ● Livelli e standard di qualità del servizio/offerta erogato. ● Tecniche per l'analisi dei punti di forza/debolezza dell'offerta servita (ANALISI SWOT)	Asse dei linguaggi Asse scientifico tecnologico e professionale	Competenza 2, 3, 5, 6, 7, 8, 10, 11, 12
QUINTO	4	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.	<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 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. 	<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. 	Asse dei linguaggi Asse matematico Asse scientifico tecnologico e professionale	Competenza 2, 3, 5, 6, 7, 8, 10, 11, 12

Risultati di apprendimento del Profilo di indirizzo – Competenza in uscita 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.

TRAGUARDI INTERMEDI IN TERMINI DI

Periodo/ Annualità	Livelli del QNQ	COMPETENZE INTERMEDIE	ABILITÀ MINIME	CONOSCENZE ESSENZIALI	INSEGNAMENTI E/O ASSI CULTURALI COINVOLT	Eventuali raccordi con le competenze di cui agli insegnamenti dell'Area Generale
TERZO	3	Utilizzare idonee modalità di supporto alle attività di budgeting-reporting aziendale secondo procedure standard, in contesti professionali strutturati	<ul style="list-style-type: none"> ● Riconoscere le diverse tipologie di servizio e la correlazione con le caratteristiche dell'utenza ● Identificare le peculiarità dell'offerta di servizi in rapporto al budget previsionale 	<ul style="list-style-type: none"> ● Tecniche di base della gestione budgetaria. ● Tecniche di promozione e vendita. ● Tecniche di segmentazione e clusterizzazione della clientela. ● Tecniche e strumenti per il posizionamento dell'offerta turistica. 	<ul style="list-style-type: none"> Asse dei linguaggi Asse matematico Asse scientifico tecnologico e professionale 	Competenza 2, 5, 8, 10, 11, 12
QUARTO	3/4	Applicare, anche collaborando con altri, tecniche standard di Revenue management e di budgeting-reporting aziendale attraverso opportune azioni di marketing in contesti professionali strutturati, con situazioni mutevoli che richiedono una modifica del proprio operato	<ul style="list-style-type: none"> ● Trasporre i costi di erogazione dei servizi in dati economici di fatturazione ● Applicare modalità di calcolo dei margini di guadagno ● Effettuare attività di reporting segnalando eventuali scostamenti rispetto agli obiettivi programmati 	<ul style="list-style-type: none"> ● Tecniche di analisi gestionale budgetaria. ● Elementi di marketing operativo e di marketing strategico. ● Tecniche di benchmarking. 	<ul style="list-style-type: none"> Asse dei linguaggi Asse matematico Asse scientifico tecnologico e professionale 	Competenza 1, 2, 5, 8, 10, 11, 12
QUINTO	4	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"> ● 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. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Elementi di budgeting per la quantificazione dell'entità dell'investimento economico e valutazione della sua sostenibilità. ● Elementi di diritto commerciale, organizzazione e gestione aziendale, contabilità analitica. ● Tecniche di 	<ul style="list-style-type: none"> Asse dei linguaggi Asse matematico Asse scientifico tecnologico e professionale 	Competenza 1, 2, 5, 8, 10, 11, 12

				reportistica aziendale. • Tecniche di analisi per indici.		
--	--	--	--	---	--	--

Risultati di apprendimento del Profilo di indirizzo – Competenza in uscita 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.

TRAGUARDI INTERMEDI IN TERMINI DI

Periodo/ Annualità	Livelli del QNQ	COMPETENZE INTERMEDIE	ABILITÀ MINIME	CONOSCENZE ESSENZIALI	INSEGNAMENTI E/O ASSI CULTURALI COINVOLT	Eventuali raccordi con le competenze di cui agli insegnamenti dell'Area Generale
TERZO	3	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	<ul style="list-style-type: none"> • Individuare e riconoscere beni culturali, tipicità enogastronomiche e eventi che caratterizzano l'offerta turistica del territorio di appartenenza • Utilizzare tecniche di comunicazione e promozione di eventi e manifestazioni in relazione ai settori di riferimento. • Partecipare con compiti esecutivi ad attività/iniziative di varia tipologia, atte a valorizzare le tipicità del territorio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Prodotti e servizi tipici del territorio; prodotti DOP, IGP, STG. • Normativa vigente in materia di denominazione di origine (d.o.). • Assetto agroalimentare e patrimonio culturale e ambientale di un territorio. • Software applicativi e internet per la gestione degli aspetti della comunicazione e promozione. 	<ul style="list-style-type: none"> Asse dei linguaggi Asse storico sociale Asse scientifico tecnologico e professionale 	Competenza 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 10, 11, 12
QUARTO	3/4	Applicare tecniche standard di Destination marketing attraverso opportune azioni di promozione di prodotti e servizi atti a fornire un'immagine riconoscibile e rappresentativa del territorio.	<ul style="list-style-type: none"> • 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 	<ul style="list-style-type: none"> • Tecniche di promozione e vendita. • Elementi di marketing operativo e strategico. • Fattori che caratterizzano la vocazione turistica del territorio. • Principali tecniche di ricerca di mercato per sviluppare indagini di scenari 	<ul style="list-style-type: none"> Asse dei linguaggi Asse storico sociale Asse matematico Asse scientifico tecnologico e professionale 	Competenza 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 10, 11, 12

QUINTO	4	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.	<ul style="list-style-type: none"> ● Progettare attività/iniziative di varia tipologia atte a valorizzare le tipicità del territorio. ● Attuare l'informazione e la promozione di itinerari enogastronomici, artistici, naturalistici, eventi, attrazioni riferiti al territorio di appartenenza. ● 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 . 	<ul style="list-style-type: none"> ● L'informazione turistica: dall'on site all'on line. ● Menù a filiera locale con prodotti iscritti nel registro delle denominazioni di origini protette e delle indicazioni geografiche protette (DOP, IGP, STG). ● 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 	Asse dei linguaggi Asse storico sociale Asse matematico Asse scientifico tecnologico e professionale	Competenza 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 10, 11, 12
--------	---	---	---	---	---	--