| **11T** LABORATORIO DI ARTE BIANCA E PASTICCERIA* **Si indicano con \* gli obiettivi minimi in della disciplina termini di conoscenze/competenze/abilità**
* **B- Si indicano con \*\* Gli obiettivi minimi richiesti in sede di esami integrativi e/o di idoneità**
* **C- Si indicano con \*\*\* gli obiettivi che includono il Punto A e il punto B**
 |
| --- |
| **CLASSE TERZA** |
| **COMPETENZA** **N° 1**AREA INDIRIZZO**NUCLEO TEMATICO DI RACCORDO**:**NUMERO 5**. ValorizzazIone del “made in Italy”**NUMERO 6**. Sviluppo delle attività e delle figureprofessionali tra tradizione e innovazione**NUMERO 8**. La “customer care” | 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. |
| COMPETENZE INTERMEDIE TERZO ANNO | 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. |
| ABILITÀ  | CONOSCENZE  | CONTENUTI | ORE10 | (\*) |
| Riconoscere le caratteristiche specifiche delle strutture e delle figure professionali correlate alla filiera dell’enogastronomia e dell’ospitalità alberghiera e coglierne le differenzeUtilizzare 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 | 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. | **MODULO 11T 1**Macroarea 1 Un mestiere antico tra arte, tecnica e scienzaTerminologia tecnica specifica disettore. \*\*\*Il glossario.  | TEMPI**1° QUADRIMESTRE**SETTEMBRE/OTTOBRE/NOVEMBRENUMERO ORE: 10 | 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 10, 12 |
| **COMPETENZA N° 2**AREA INDIRIZZO**NUCLEO TEMATICO DI RACCORDO**:**NUMERO 2** Pianificazione egestione di prodotti e/o di servizi**NUMERO 4** Cultura della “qualità totale” dei prodotti e/o dei servizi**NUMEO 6** Sviluppo delle attività e delleFigure professionali tra tradizione eInnovazione | 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. |
| COMPETENZE INTERMEDIE TERZO ANNO | Utilizzare tecniche di gestione a supporto dei processi di approvvigionamento, di produzione e di vendita di prodotti e servizi rispettando parametri di qualità. |
| ABILITÀ  | CONOSCENZE  | CONTENUTI | ORE 10 | (\*) |
| 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 dell’enogastronomia e dell’ospitalità alberghieraApplicare modalità di trattamento e trasformazione delle materie prime tenendo conto delle principali tendenze e delle esigenze del mercato | 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. | **MODULO 11T 2**Macroarea 1 Professione pasticciere Il laboratorio e la brigata di pasticceria \*\*\*La divisa \*\*\*Le Attrezzature e gli utensili \*\*\*L’economato e approvvigionamento \*\*\* | TEMPI**1° QUADRIMESTRE**SETTEMBRE/OTTOBRE/NOVEMBRENUMERO ORE: 10 | 2, 7, 8, 10, 11, 12 |
| **COMPETENZA** **N° 3**AREA INDIRIZZO**NUCLEO TEMATICO DI RACCORDO**:**NUMERO 3** Interventi di messa inSicurezza | *Applicare correttamente il sistema HACCP, la normativa sulla sicurezza e sulla salute nei luoghi di lavoro.* |
| COMPETENZE INTERMEDIE TERZO ANNO | 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. |
| ABILITÀ  | CONOSCENZE  | CONTENUTI | ORE 10 | (\*) |
| Prefigurare forme comportamentali di prevenzione del rischioApplicare i protocolli di autocontrollo relativi all’igiene e alla sicurezzaLeggere e interpretare le etichette alimentari. | Le confezioni alimentari e le etichette dei prodotti.Norme di sicurezza igienico sanitarie (HACCP).Dispositivi di protezione e misure di sicurezza per i lavo-ratori nei contesti professio-nali di riferimento: norme specifiche (D. Lgs.81/2008). | **MODULO 11T 3**Macroarea 4Qualità, sicurezza e salute in pasticceriaLa sicurezza- Certificazioni \*\*\*- Stagionalità- Prossimità- Eco sostenibilità \*\*\*La qualità alimentare - Haccp Norme di sicurezza igienico sanitarie \*\*\*- Igiene professionale; \*\*\*La sicurezza alimentare - Sanificazione dell’impianto; \*\*\* | TEMPI**1° QUADRIMESTRE**SETTEMBRE/OTTOBRE/NOVEMBRENUMERO ORE: 10  | 1, 2, 5, 8, 10, 11, 12 |
| **COMPETENZA** **N° 4**AREA INDIRIZZO**NUCLEO TEMATICO DI RACCORDO**:**NUMERO 1** Centralità del cliente**NUMERO 4** Cultura della “qualità totale” dei prodotti e/o dei servizi**NUMERO 7** Lettura e promozione delTerritorio**NUMERO 8** La “customer care” | 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. |
| COMPETENZE INTERMEDIE TERZO ANNO | 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. |
| ABILITÀ  | CONOSCENZE  | CONTENUTI | ORE 10 | (\*) |
| 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 | 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. | **MODULO 11T 4**Macroarea 2* Le Materie prime

Farine, uova, dolcificanti, sostanze aromatiche, grassi, frutta secca, agenti lievitanti, cacao,cioccolato, latte. * Prodotti a Km 0 \*\*\*
* Prodotti di stagione \*\*\*
 | TEMPI**1° QUADRIMESTRE**SETTEMBRE/OTTOBRE/NOVEMBRENUMERO ORE: 10 | 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 12 |
| **COMPETENZA** **N° 5**AREA INDIRIZZO**NUCLEO TEMATICO DI RACCORDO**:**NUMERO 5** Valorizzazione del “made in Italy”**NUMERO 6** Sviluppo delle attività e delleFigure professionali tra tradizione einnovazione**NUMERO 7** Lettura e promozione delTerritorio | Valorizzare l’elaborazione e la presentazione di prodotti dolciari e di panificazione locali, nazionali e internazionali utilizzando tecniche tradizionali e innovative |
| COMPETENZE INTERMEDIE TERZO ANNO | 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. |
| ABILITÀ  | CONOSCENZE  | CONTENUTI | ORE 98 | (\*) |
| Applicare tecniche e tecnologie idonee alla preparazione, conservazione e presentazione di prodotti dolciari e di panificazionePredisporre la linea di lavoro per lediverse procedure previste dal piano di produzione/conservazione/ presentazioneApplicare procedure di analisi dei rischi e controllo delle materie prime e degli alimentiApplicare procedure di ordinaria manutenzione di attrezzi e macchinari di settore e rilevazione di eventuali malfunzionamenti | Tecniche di base e tecnologie per la preparazione di prodotti dolciari e di panificazione.Fasi, tempi, strumenti e modalità di lavorazione, cottura e conservazione dei prodotti.Le materie prime sotto il profilo organolettico, merceologico, chimico- fisico, igienico, nutrizionale e gastronomicoMerceologia, standard di qualità e sicurezza delle materie prime alimentari.Processi di stoccaggio degli alimenti e di lavorazione dei prodotti da forno.Cenni di programmazione e organizzazione della produzionePreparazioni di base di pasticceria, panificazione e pizzeria riferite alle tradizioni regionali, nazionali e internazionali.Le normative vigenti, nazionali e internazionali, in fatto di sicurezza alimentare, trasparenza e tracciabilità delle materie prime. | **MODULO 11T 5**Macroarea 3Le preparazioni di baseGli Impasti fondamentali Preparare la pasta frolla \*\*\** La pasta sfoglia
* Il pan di Spagna \*\*\*
* Il biscotto arrotolato
* Pasta choux-bignè \*\*\*
* Prodotti lievitati semplici: Pane, Pizza, Focaccia.
* Tecniche di cottura
* Tecniche di conservazione

Le cremeLa crema pasticciera \*\*\*e creme derivate Preparare la crema al burroPreparare le ganachePreparare la meringa base \*\*\*Temperaggio del cioccolato Analisi sensoriale dei prodotti  | TEMPI**1° QUADRIMESTRE**SETTEMBRE/OTTOBRE/NOVEMBRENUMERO ORE: 25DICEMBRE/ GENNAIONUMERO ORE: 25**2° QUADRIMESTRE**FEBBRAIO/MARZONUMERO ORE: 25APRILE /MAGGIONUMERO ORE: 23TOTALE ORE 98  | 2, 3, 4, 6, 8, 11, 12 |
| **COMPETENZA N° 6**AREA INDIRIZZO**NUCLEO TEMATICO DI RACCORDO**:**NUMERO 1** Centralità delCliente**NUMERO 8** La “customer care” | 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. |
| COMPETENZE INTERMEDIE TERZO ANNO | 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. |
| ABILITÀ  | CONOSCENZE  | CONTENUTI | ORE 10 | (\*) |
| 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 professionaliAssistere il cliente nella fruizione dei servizi, prestando adeguata attenzione a preferenze e richieste | 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. | **MODULO 11T 6**Macroarea 4Qualità, salute e sicurezza in cucina Prodotti dolciari:* Senza glutine \*\*\*
* Vegetariani \*\*\*
* Vegani
* intolleranze specifiche
 | TEMPI**1° QUADRIMESTRE**DICEMBRE/ GENNAIONUMERO ORE: 10 | 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 11,12 |
| **COMPETENZA N° 7**INDIRIZZO**NUCLEO TEMATICO DI RACCORDO**:**NUMERO 5** Valorizzazione del “made in Italy”**NUMERO 7** Lettura e promozione delTerritorio | 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 |
| COMPETENZE INTERMEDIE TERZO ANNO | Collaborare alla realizzazione di eventi enogastronomici, culturali e di promozione del Made in Italy in contesti professionali noti. |
| ABILITÀ  | CONOSCENZE  | CONTENUTI | ORE 10 | (\*) |
| 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 eventoDeterminare le modalità e i tempi di erogazione delle singole attività per la realizzazione ottimale dell’evento. | Tecniche di base di organizzazione e programmazione di eventi Norme e disposizioni atutela della sicurezza dell’ambiente del lavoroLe tradizioni culturali ed enogastronomiche in riferimento all’assetto agroalimentare di un territorio e all’assettoturistico. | **MODULO 11T 7**Macroarea 4Qualità, sicurezza e salute in pasticceria - Prodotti e servizi tipici del territorio; prodotti DOP, IGP, STG \*\*\*- Normativa vigente in materia di denominazione di origine (d.o.) - La Pasticceria nazionale \*\*\* | TEMPI**2° QUADRIMESTRE**FEBBRAIO/MARZONUMERO ORE: 10 | 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 10,1112 |
| **COMPETENZA** **N° 8**INDIRIZZO**NUCLEO TEMATICO DI RACCORDO**:**NUMERO 3** Interventi di messa in sicurezza**NUMERO 4** Cultura della “qualità totale” dei prodotti e/o dei servizi**NUMERO 6** Sviluppo delle attività e delleFigure professionali tra tradizione eInnovazione**NUMERO 8** Lettura e promozione delterritorio | 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. |
| COMPETENZE INTERMEDIE TERZO ANNO | 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. |
| ABILITÀ  | CONOSCENZE  | CONTENUTI | ORE 10 | (\*) |
| Identificare i principi dell’eco sostenibilità ambientale in relazione all’offerta turisticaEffettuare l’analisi del territorio di riferimento (opportunità ricreative, culturali, enogastronomiche, sportive, escursionistiche) attraverso l'utilizzo di diversi strumenti di ricerca e del webAnalizzare e selezionare proposte di fornitura di offerte turistiche integrate ed ecosostenibili in funzione della promozione e valorizzazione del territorio e dei prodotti agroalimentari locali. | Assetto agroalimentare del territorio: tecniche per l’abbinamento cibi- prodotti localiL’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. | **MODULO 11T 8**Macroarea 4Qualità, sicurezza e salute in pasticceria Unità 1 La sicurezza* Prodotti ecosostenibili e di filiera. \*\*\*
 | TEMPI**2° QUADRIMESTRE**FEBBRAIO/MARZONUMERO ORE: 10 | 1, 2, 3, 5, 6, 7, 8, 10,11, 12 |
|  |  |
| **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. **NUCLEO TEMATICO DI RACCORDO**:**NUMERO 1** Centralità del cliente**NUMERO 2** Pianificazione e gestione di prodotti e/o di servizi**NUMERO 4** Cultura della “qualità totale” dei prodotti e/o dei servizi**NUMERO 8** La “customer care”AREA INDIRIZZO |  |
| COMPETENZE INTERMEDIE TERZO ANNO 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 |  |
| ABILITÀ  | CONOSCENZE  | CONTENUTI | ORE 10 | (\*) |
| 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 turistico- ricettive: aspetti gestionali e principaliflussi informativi.Metodologie e tecniche di gestione e comunicazione aziendale.Elementi di contabilità generale e bilancio.Normativa di settore. Software applicativi. | **MODULO 11T 9**Macroarea 5Organizzazione e gestione**Organizzazione e gestione**- Organizzazione aziendale e del lavoro: attrezzature, strumenti, risorse umane, tecnologiche \*\*\*- Controllo dellaproduzione/lavorazione/commercializzazione di prodotti/servizi della filiera di riferimento (III anno)  | TEMPI**2° QUADRIMESTRE**APRILE /MAGGIONUMERO ORE: 10 | 2, 3, 5, 6, 7, 8, 10, 11,12 |

|  |  |
| --- | --- |
| **COMPETENZA N° 10**AREA INDIRIZZO**NUCLEO TEMATICO DI RACCORDO**:**NUMERO 2** Pianificazione e gestione diprodotti e/o di servizi**NUMERO 4** Cultura della “qualità totale” dei prodotti e/o dei servizi**NUMERO 6** Sviluppo delle attività e delleFigure professionali tra tradizione eInnovazione | 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. |
| COMPETENZE INTERMEDIE TERZO ANNO | Utilizzare idonee modalità di supporto alle attività di *budgeting-reporting* aziendale secondo procedure standard, in contesti professionali strutturati. |
| ABILITÀ  | CONOSCENZE  | CONTENUTI | ORE 10 | (\*) |
| Riconoscere le diverse tipologie di servizio e la correlazione con le caratteristiche dell’utenzaIdentificare le peculiarità dell'offerta di servizi in rapporto al budget previsionale | Tecniche di base della gestione budgetaria.Tecniche di promozione e vendita.Tecniche di segmentazione e clusterizzazione della clientela.Tecniche e strumenti peril posizionamento dell’offerta turistica. | **MODULO 11T 10**Macroarea 5Organizzazione e gestione • Tecniche di base di organizzazione, gestione aziendale e budgetaria (III anno) * Che cos’è il Food cost \*\*\*
* Come si calcola il Food cost
 | TEMPI**2° QUADRIMESTRE**APRILE /MAGGIONUMERO ORE: 10 | 2, 5, 8, 10, 11, 12 |

|  |  |
| --- | --- |
| **COMPETENZA** **N° 11**AREA INDIRIZZO**NUCLEO TEMATICO DI RACCORDO**:**NUMERO 5** Valorizzazione del“made in Italy”**NUMERO 6** Sviluppo delle attività e delleFigure professionali tra tradizione eInnovazione**NUMERO 7** Lettura e promozione delterritorio | 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. |
| COMPETENZE INTERMEDIE TERZO ANNO | 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. |
| ABILITÀ  | CONOSCENZE  | CONTENUTI | ORE 10 | (\*) |
| Individuare e riconoscere beni culturali, tipicità enogastronomiche e eventi che caratterizzano l’offerta turistica del territorio di appartenenzaUtilizzare tecniche di comunicazione e promozione di eventi emanifestazioni in relazione ai settori di riferimento.Partecipare con compiti esecutivi ad attività/iniziative di varia tipologia, atte a valorizzare le tipicità del territorio | Prodotti e servizi tipici del territorio; prodotti DOP, IGP, STG.Normativa vigente in materia di denominazione diorigine (d.o.).Assetto agroalimentare e patrimonio culturale e ambientale di un territorio.Software applicativi e internet per la gestione degli aspetti della comunicazione epromozione. | **MODULO 11T 11**Macroarea 5Organizzazione e gestione* Prodotti da forno dolci e salati semplici per eventi che valorizzino le tipicità del territorio.
* Marchi di qualità \*\*\*
* Prodotti e servizi tipici del territorio; prodotti DOP, IGP, STG \*\*\*
 | TEMPI**2° QUADRIMESTRE**APRILE /MAGGIONUMERO ORE: 10 | 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 10, 11,12 |

|  |  |
| --- | --- |
|  | Totale 198 |

(\*) RACCORDO CON LE COMPETENZE DELL’AREA GENERALE O D’INDIRIZZO

|  |  |
| --- | --- |
| CO-PRESENZA CON SCIENZE DEGLI ALIMENTI**COMPETENZA N. 4** AREA DI INDIRIZZO**NUCLEO TEMATICO DI RACCORDO**:**NUMERO 1** Centralità del cliente**NUMERO 4** Cultura della “qualità totale” dei prodotti e/o dei servizi**NUMERO 7** Lettura e promozione delTerritorio**NUMERO 8** La “customer care” | 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.  |
| COMPETENZE INTERMEDIE TERZO ANNO | 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.  |
| ABILITÀ  | CONOSCENZE  | CONTENUTI | ORE 66 | (\*) |
| 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  | 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.  | **MODULO 11T 12**Macroarea 2 Le Materie prime Gli sfarinati \*\*\*Le Uova \*\*\*Dolcificanti e sostanze aromatiche \*\*\*Lipidi \*\*\*Frutta secca Agenti lievitantiCacaoIl Latte \*\*\*- Caratteristiche e standard di - Criteri di scelta delle materie - Le materie prime sotto il profilo organolettico, merceologico, chimico-fisico, igienico, nutrizionale e gastronomico - Merceologia, standard di qualità e sicurezza delle materie prime alimentari - Le normative vigenti, nazionali e internazionali, in fatto di sicurezza alimentare, trasparenza e tracciabilità delle materie prime Caratteristiche chimico fisiche, classificazioni, tipologie | TEMPI**1° QUADRIMESTRE**SETTEMBRE/OTTOBRE/NOVEMBRENUMERO ORE: 18DICEMBRE/ GENNAIONUMERO ORE: 15**2° QUADRIMESTRE**FEBBRAIO/MARZONUMERO ORE: 18APRILE /MAGGIONUMERO ORE: 15TOTALE ORE: 66 | 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 12  |
|  |  | **Tot** | 66 |  |

(\*) RACCORDO CON LE COMPETENZE DELL’AREA GENERALE O D’INDIRIZZO

| **11T** LABORATORIO DI ARTE BIANCA E PASTICCERIA* **Si indicano con \* gli obiettivi minimi in della disciplina termini di conoscenze/competenze/abilità**
* **B- Si indicano con \*\* Gli obiettivi minimi richiesti in sede di esami integrativi e/o di idoneità**
* **C- Si indicano con \*\*\* gli obiettivi che includono il Punto A e il punto B**
 |
| --- |
| **CLASSE QUARTA** |
| **COMPETENZA** **N° 1**AREA INDIRIZZO**NUCLEO TEMATICO DI RACCORDO**:**NUMERO 5**. ValorizzazIone del “made in Italy”**NUMERO 6**. Sviluppo delle attività e delle figureprofessionali tra tradizione e innovazione**NUMERO 8**. La “customer care” | 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. |
| COMPETENZE INTERMEDIE QUARTO ANNO | 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. |
| ABILITÀ  | CONOSCENZE  | CONTENUTI | ORE 10 | (\*) |
| 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 disoddisfazione 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. | 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 esistemi di tutela dei prodotti enogastronomici di eccellenzaRisorse enogastronomiche / culturali territoriali enazionali. | **MODULO 11T 1**Macroarea 4* Marchi di qualità e sistemi di tutela dei prodotti enogastronomici di eccellenza. \*\*\*
* Tecniche di descrizione delle produzioni dolciarie
 | TEMPI**1° QUADRIMESTRE**SETTEMBRE/OTTOBRE/NOVEMBRENUMERO ORE: 10 | 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 10, 12 |
| **COMPETENZA N° 2**AREA INDIRIZZO**NUCLEO TEMATICO DI RACCORDO**:**NUMERO 2** Pianificazione egestione di prodotti e/o di servizi**NUMERO 4** Cultura della “qualità totale” dei prodotti e/o dei servizi**NUMEO 6** Sviluppo delle attività e delleFigure professionali tra tradizione eInnovazione | 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. |
| COMPETENZE INTERMEDIE QUARTO ANNO | 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. |
| ABILITÀ  | CONOSCENZE  | CONTENUTI | ORE 10 | (\*) |
| 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 serviziApplicare tecniche di controllo della qualità dell’offerta preventivaRiconoscere le principali tendenze evolutive, tecnologiche e di mercato, relative al settore dell’enogastronomia e dell’ospitalità alberghiera | Tecniche di approvvigionamentoe gestione delle merci.Tecniche di programmazione, controllo dei costi 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. | **MODULO 11T 2**Macroarea 1 Professione pasticciere -Evoluzione e caratteristiche costruttive del laboratorio-Nuove figure professionali \*\*\***-**Nuove Attrezzature e utensili \*\*\*-Economato e approvvigionamento **\*\*\*** | TEMPI**1° QUADRIMESTRE**SETTEMBRE/OTTOBRE/NOVEMBRENUMERO ORE: 10 | 2, 4, 7, 8, 10, 12 |
| **COMPETENZA** **N° 3**AREA INDIRIZZO**NUCLEO TEMATICO DI RACCORDO**:**NUMERO 3** Interventi di messa inSicurezza | *Applicare correttamente il sistema HACCP, la normativa sulla sicurezza e sulla salute nei luoghi di lavoro.* |
| COMPETENZE INTERMEDIE QUARTO ANNO | 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.  |
| ABILITÀ  | CONOSCENZE  | CONTENUTI | ORE 10 | (\*) |
| Utilizzare metodi, attrezzature, mezzi, per la gestione delle produzioni ed assicurare standard di qualità appropriati.Applicare procedure per la segnalazione delle non conformitàApplicare le norme per la tutela esicurezza del cliente con particolare riferimento a bambini, anziani, diversamente abili | Qualità ed etichettatura dei prodotti enogastronomici.Normativa relativa alla sicurezza sul lavoro eAntinfortunisticaFattori di rischio professionale e ambientale.Normativa sulla tutela e sicurezza del cliente. | **MODULO 11T 3****Macroarea 4**Qualità, sicurezza e salute in pasticceria Marchi di qualità e sistemi di tutela Etichettatura dei prodotti enogastronomici (IV anno)  Dinamiche del gustoAbbinamenti di sapori e ingredienti (IV anno) La qualità alimentare Normativa relativa alla sicurezza sul lavoro e antinfortunistica (IV anno) Fattori di rischio professionale e ambientale (IV anno) La sicurezza alimentare Fattori di rischio professionale e ambientale (IV anno) | TEMPI**1° QUADRIMESTRE**SETTEMBRE/OTTOBRE/NOVEMBRENUMERO ORE: 10 | 1, 2, 5, 8, 10, 11, 12 |
| **COMPETENZA** **N° 4**AREA INDIRIZZO**NUCLEO TEMATICO DI RACCORDO**:**NUMERO 1** Centralità del cliente**NUMERO 4** Cultura della “qualità totale” dei prodotti e/o dei servizi**NUMERO 7** Lettura e promozione delTerritorio**NUMERO 8** La “customer care” | 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. |
| COMPETENZE INTERMEDIE QUARTO ANNO | 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 |
| ABILITÀ  | CONOSCENZE  | CONTENUTI | ORE 10 | (\*) |
| 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.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.Principi di eco-turismo ed elementi di eco- gastronomia.Gli stili alimentari e le diete moderne.Tecniche di analisi delle componenti di un prezzo di vendita e degli indicatori di gestione. | **MODULO 11T 4**Macroarea 2* Prodotti dolciari per diete moderne \*\*\*
 | TEMPI**1° QUADRIMESTRE**DICEMBRE/ GENNAIONUMERO ORE: 10 | 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 12 |
| **COMPETENZA** **N° 5**AREA INDIRIZZO**NUCLEO TEMATICO DI RACCORDO**:**NUMERO 5** Valorizzazione del “made in Italy”**NUMERO 6** Sviluppo delle attività e delleFigure professionali tra tradizione einnovazione**NUMERO 7** Lettura e promozione delTerritorio | *Valorizzare l’elaborazione e la presentazione di prodotti dolciari e di panificazione locali, nazionali e internazionali utilizzando tecniche tradizionali e innovative* |
| COMPETENZE INTERMEDIE QUARTO ANNO | Collaborare alla realizzazione e presentazione di prodotti dolciari e di panificazione sulla base delle tradizioni locali, nazionali ed internazionali. |
| ABILITÀ  | CONOSCENZE  | CONTENUTI | ORE 65 | (\*) |
| Eseguire preparazioni complesse integrando le diverse tecniche di base.Predisporre preparazioni dolciarie e di arte bianca scegliendo le materie prime in base alla qualità, alla tipicità, al loro valore nutrizionale, bilanciandole in funzione del prodotto finito.Curare l’aspetto estetico al fine di valorizzare le preparazioni gastronomiche, di arte bianca artigianali e di alta qualità | Principi di scienze e tecnologie alimentari applicate ai prodotti dolciari e di panificazione.Nozioni fondamentali sulle dinamiche del gusto e sugli abbinamenti di sapori e ingredienti.Tecniche complesse di produzione dolciaria e di panificazione.Tecniche di presentazione e decorazione dei prodotti dolciari e di panificazione. | MODULO 11T 5Macroarea 3Evoluzione delle preparazioni di baseProdotti a base pasta frolla \*\*\*Prodotti a la pasta sfoglia Prodotti a il pan di Spagna \*\*\*Prodotti a il biscotto arrotolato Prodotti a bignè \*\*\*Prodotti a prodotti lievitati grassi- Pasta Brioche* Pasta Croissant
* Impasti lievitati laminati

Nuove Tecniche di cottura Nuove tecniche di conservazioneLe cremeProdotti con crema pasticciera \*\*\*Creme derivate Crema al burroGanacheMeringaggi \*\*\*Predessert Pasticceria di fine pasto \*\*\*Pasticceri salata: Snack Decorazioni e finitura Gelati e sorbettiDessert da ristorazione | TEMPI**1° QUADRIMESTRE**SETTEMBRE/OTTOBRE/NOVEMBRENUMERO ORE: 20DICEMBRE/ GENNAIONUMERO ORE: 15**2° QUADRIMESTRE**FEBBRAIO/MARZONUMERO ORE: 15APRILE /MAGGIONUMERO ORE: 15TOTALE ORE 65 | 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 11, 12 |
| **COMPETENZA N° 6**AREA INDIRIZZO**NUCLEO TEMATICO DI RACCORDO**:**NUMERO 1** Centralità delCliente**NUMERO 8** La “customer care” | 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. |
| COMPETENZE INTERMEDIE QUARTO ANNO | Orientare i propri comportamenti alla realizzazione delle fasi del ciclo cliente in contesti professionali noti nel rispetto delle diverse culture ed esigenze della clientela |
| ABILITÀ  | CONOSCENZE  | CONTENUTI | ORE 10 | (\*) |
| Gestire, anche in collaborazione con gli altri, la comunicazione professionale con il cliente personalizzando il servizio in base alle esigenze specialiApplicare procedure e tecniche di comunicazione nei confronti del cliente anche straniero per rilevarne i bisogni e anticipare possibili soluzioni nel rispetto della suaCultura Adattare la propria interazione con il cliente nel rispetto dei differenti stilicomunicativi e valori | 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 marketingstrategico dei servizituristici e meccanismi di fidelizzazione del cliente | **MODULO 11T 6**Macroarea 4Qualità, salute e sicurezza in cucina Prodotti da forno dolci e salati di livello intermedio per culture diverse, prescrizioni religiose, esigenze della clientela. Prodotti dolciari * senza glutine \*\*\*
* vegetariani \*\*\*
* vegani
* intolleranze specifiche
 | TEMPI**2° QUADRIMESTRE**FEBBRAIO/MARZONUMERO ORE: 10 | 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 11,12 |
| **COMPETENZA N° 7**INDIRIZZO**NUCLEO TEMATICO DI RACCORDO**:**NUMERO 5** Valorizzazione del “made in Italy”**NUMERO 7** Lettura e promozione delTerritorio | 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. |
| COMPETENZE INTERMEDIE QUARTO ANNO | 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. |
| ABILITÀ  | CONOSCENZE  | CONTENUTI | ORE 10 | (\*) |
| 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 eassicurazione. | **MODULO 11T 7**Macroarea 4Qualità, sicurezza e salite in pasticceria - Prodotti e servizi tipici delterritorio; prodotti DOP, IGP, STG \*\*\*- Normativa vigente in materia di denominazione di origine (d.o.) -La pasticceria nazionale. \*\*\* | TEMPI**2° QUADRIMESTRE**FEBBRAIO/MARZONUMERO ORE: 10 | 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 10,11, 12 |
| **COMPETENZA** **N° 8**INDIRIZZO**NUCLEO TEMATICO DI RACCORDO**:**NUMERO 3** Interventi di messa in sicurezza**NUMERO 4** Cultura della “qualità totale” dei prodotti e/o dei servizi**NUMERO 6** Sviluppo delle attività e delleFigure professionali tra tradizione eInnovazione**NUMERO 8** Lettura e promozione delterritorio | 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. |
| COMPETENZE INTERMEDIE QUARTO ANNO | 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 |
| ABILITÀ  | CONOSCENZE  | CONTENUTI | ORE 10 | (\*) |
| 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-culturaleIndividuare gli indicatori di costo per la realizzazione del servizio turistico coerente con i principi dell’eco sostenibilità. | Mercato turistico e sue tendenze.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 metodidell’eco sostenibilità applicati ai servizi turistici.Menù con alimenti biologici e biologici plus; alimenti equi e solidali, alimenti locali, prodotti da lotta alle mafie. | **MODULO 11T 8**Macroarea 4Qualità, sicurezza e salute in pasticceria Produzione/Promozione dei prodotti:- biologici\*\*\*- equo e solidali\*\*\*- da lotta alle mafie \*\*\* | TEMPI**2° QUADRIMESTRE**APRILE /MAGGIONUMERO ORE: 10 | 1, 2, 3, 5, 6, 7, 8, 10,11, 12 |
|  |  |
| **COMPETENZA N° 9** AREA INDIRIZZO 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.**NUCLEO TEMATICO DI RACCORDO**:**NUMERO 1** Centralità del cliente**NUMERO 2** Pianificazione e gestione di prodotti e/o di servizi**NUMERO 4** Cultura della “qualità totale” dei prodotti e/o dei servizi**NUMERO 8** La “customer care”AREA INDIRIZZO |  |
| COMPETENZE INTERMEDIE QUARTO ANNO 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. |  |
| ABILITÀ  | CONOSCENZE  | CONTENUTI | ORE 10 | (\*) |
| 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 clientiTradurre i dati della *customer satisfaction* in proposte di miglioramento del prodotto/servizio erogato | Metodologie e tecnichedi 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) | **MODULO 11T 9**Macroarea 5Organizzazione e gestione- Tipologie di servizi della produzione dolciara \*\*\** Tipologie di prodotti dolciari con riferimento al target della clientela \*\*\*
 | TEMPI**2° QUADRIMESTRE**APRILE /MAGGIONUMERO ORE: 10 | 2, 3, 5, 6, 7, 8, 10, 11,12 |

|  |  |
| --- | --- |
| **COMPETENZA N° 10**AREA INDIRIZZO**NUCLEO TEMATICO DI RACCORDO**:**NUMERO 2** Pianificazione e gestione diprodotti e/o di servizi**NUMERO 4** Cultura della “qualità totale” dei prodotti e/o dei servizi**NUMERO 6** Sviluppo delle attività e delleFigure professionali tra tradizione eInnovazione | 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. |
| COMPETENZE INTERMEDIE QUARTO ANNO | 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. |
| ABILITÀ  | CONOSCENZE  | CONTENUTI | ORE 10 | (\*) |
| Trasporre i costi di erogazione dei servizi in dati economici di fatturazioneApplicare modalità di calcolo dei margini di guadagnoEffettuare attività di reporting segnalando eventuali scostamenti rispetto agli obiettivi programmati | Tecniche di analisi gestionale budgetaria.Elementi di marketing operativo e di marketing strategico.Tecniche di *benchmarking* | **MODULO 11T 10**Macroarea 5Organizzazione e gestione Tecniche di Approvvigionamento Gestione delle merci Controllo dei costi Prezzo di vendita | TEMPI**2° QUADRIMESTRE**APRILE /MAGGIONUMERO ORE: 10 | 1, 2, 5, 8, 10, 11, 12 |

|  |  |
| --- | --- |
| **COMPETENZA** **N° 11**AREA INDIRIZZO**NUCLEO TEMATICO DI RACCORDO**:**NUMERO 5** Valorizzazione del“made in Italy”**NUMERO 6** Sviluppo delle attività e delleFigure professionali tra tradizione eInnovazione**NUMERO 7** Lettura e promozione delterritorio | 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. |
| COMPETENZE INTERMEDIE QUARTO ANNO | 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 |
| ABILITÀ  | CONOSCENZE  | CONTENUTI | ORE 10 | (\*) |
| Partecipare a eventi significativi del territorio curando gli aspetti che riguardano la comunicazione, la promozione e la commercializzazioneRaccogliere e analizzare informazioni turistiche e condividerle anche attraverso i social mediaCollaborare alla realizzazione di campagne pubblicitarie cooperandocon tutti gli attori del territorio | Tecniche di promozione e vendita.Elementi di marketing operativo e strategico.Fattori che caratterizzano la vocazione turistica del territorio.Principali tecniche diricerca di mercato per sviluppare indagini di scenario | **MODULO 11T 11**Macroarea 5Organizzazione e gestioneUnità 1. Organizzazione e gestione* Le tipicità del territorio locale e nazionale:
* PAT-DE.CO- BIO
* Prodotti e servizi tipici del territorio; prodotti DOP, IGP, STG \*\*\*
 | TEMPI**2° QUADRIMESTRE**APRILE /MAGGIONUMERO ORE:10 | 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 10, 11,12 |

|  |  |
| --- | --- |
|  | Totale 165 |

(\*) RACCORDO CON LE COMPETENZE DELL’AREA GENERALE O D’INDIRIZZO

|  |  |
| --- | --- |
| CO-PRESENZA CON SCIENZE DEGLI ALIMENTI**COMPETENZA N. 4**AREA DI INDIRIZZO**NUCLEO TEMATICO DI RACCORDO**:**NUMERO 1** Centralità del cliente**NUMERO 4** Cultura della “qualità totale” dei prodotti e/o dei servizi**NUMERO 7** Lettura e promozione delTerritorio**NUMERO 8** La “customer care” | 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. |
| COMPETENZE INTERMEDIE TERZO ANNO | 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.  |
| ABILITÀ  | CONOSCENZE  | CONTENUTI | ORE 33 | (\*) |
| 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. 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. Principi di eco-turismo ed elementi di eco- gastronomia Gli stili alimentari e le diete moderne Tecniche di analisi delle componenti di un prezzo di vendita e degli indicatori di gestione  | **MODULO 11T 12****Macroarea 2** Le Materie prime Gli sfarinatiPredisporre preparazioni dolciarie e di arte bianca scegliendo gli sfarinati in base alla qualità, alla tipicità, al loro valore nutrizionale, bilanciandole in funzione del prodotto finito (IV anno) Unità 2 Le UovaCaratteristiche, preparazione, stabilità delle schiume (IV anno)Dolcificanti e sostanze aromatiche Sciroppo e cottura dello zucchero (III/IV/V anno) Caffè e tè: caratteristiche e impieghi in pasticceria (III/IV/V anno) Lipidi Predisporre preparazioni dolciarie e di arte bianca scegliendo i lipidi in base alla qualità, alla tipicità, al loro valore nutrizionale, bilanciandole in funzione del prodotto finito (IV anno) Frutta secca Predisporre preparazioni dolciarie e di arte bianca scegliendo l< frutta secca in base alla qualità, alla tipicità, al loro valore nutrizionale, bilanciandole in funzione del prodotto finito (IV anno) Agenti lievitantiFattori che influenzano la fermentazione (IV/V anno) La lievitazione biologica, chimica, fisica (IV/V anno) CacaoPredisporre preparazioni dolciarie e di arte bianca scegliendo il caco e i sui derivati in base alla qualità, alla tipicità, al loro valore nutrizionale, bilanciandole in funzione del prodotto finito (IV anno) Il Latte Predisporre preparazioni dolciarie e di arte bianca scegliendo il latte e i suoi derivati in base alla qualità, alla tipicità, al loro valore nutrizionale, bilanciandole in funzione del prodotto finito (IV anno) Additivi ad azione fisica e colorantiCaratteristiche chimico-fisiche degli additivi ad azione fisica | TEMPI**1° QUADRIMESTRE**SETTEMBRE/OTTOBRE/NOVEMBRENUMERO ORE: 8DICEMBRE/ GENNAIONUMERO ORE: 7**2° QUADRIMESTRE**FEBBRAIO/MARZONUMERO ORE: 8APRILE /MAGGIONUMERO ORE: 10TOTALE ORE | 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 10, 11,12 |
|  |  | **Tot** | 33 |  |

(\*) RACCORDO CON LE COMPETENZE DELL’AREA GENERALE O D’INDIRIZZO

| **11T** LABORATORIO DI ARTE BIANCA E PASTICCERIA* **Si indicano con \* gli obiettivi minimi in della disciplina termini di conoscenze/competenze/abilità**
* **B- Si indicano con \*\* Gli obiettivi minimi richiesti in sede di esami integrativi e/o di idoneità**
* **C- Si indicano con \*\*\* gli obiettivi che includono il Punto A e il punto B**
 |
| --- |
| **CLASSE QUINTA** |
| **COMPETENZA** **N° 1**AREA INDIRIZZO**NUCLEO TEMATICO DI RACCORDO**:**NUMERO 5**. ValorizzazIone del “made in Italy”**NUMERO 6**. Sviluppo delle attività e delle figureprofessionali tra tradizione e innovazione**NUMERO 8**. La “customer care” | *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.* |
| COMPETENZE IN USCITA V ANNO | 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. |
| ABILITÀ  | CONOSCENZE  | CONTENUTI | ORE 10 | (\*) |
| 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 evalorizzazione 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 fidelizzazionedel cliente mediante la realizzazione di iniziative di *customer care.* | Tecniche di promozione e vendita: marketing operativo e strategicoStrategie 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 eattrezzature. Il sistema di *customer satisfaction.*Tecniche di *problem solving* e gestione reclami | **MODULO 11T 1**Macroarea 3* Nuove tendenze alimentari ed enogastronimiche \*\*\*
* Il Catering
* Il Banqueting
 | TEMPI**1° QUADRIMESTRE**DICEMBRE/ GENNAIONUMERO ORE: 10  | 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 10, 12 |
| **COMPETENZA N° 2**AREA INDIRIZZO**NUCLEO TEMATICO DI RACCORDO**:**NUMERO 2** Pianificazione egestione di prodotti e/o di servizi**NUMERO 4** Cultura della “qualità totale” dei prodotti e/o dei servizi**NUMEO 6** Sviluppo delle attività e delleFigure professionali tra tradizione eInnovazione | *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.* |
| COMPETENZE IN USCITA V ANNO | 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. |
| ABILITÀ  | CONOSCENZE  | CONTENUTI | ORE 10  | (\*) |
| 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 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 perverificare 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. | 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 eventualicriticità.Tecniche di programmazione e controllo dei costi.Tecniche di rilevazione della qualità dell’offerta preventiva. | **MODULO 11T 2**Macroarea 3* Nuove tecniche di cottura
* Innovazione delle procedure di produzione dei prodotti dolciari.
* Elementi di pasticceria artistica. \*\*\*
 | TEMPI**1° QUADRIMESTRE**SETTEMBRE/OTTOBRE/NOVEMBRENUMERO ORE: 10 | 2, 7, 8, 10, 12 |
| **COMPETENZA** **N° 3**AREA INDIRIZZO **NUCLEO TEMATICO DI RACCORDO**:**NUMERO 3** Interventi di messa inSicurezza | *Applicare correttamente il sistema HACCP, la normativa sulla sicurezza e sulla salute nei luoghi di lavoro.* |
| COMPETENZE IN USCITA V ANNO | Applicare correttamente il sistema HACCP, la normativa sulla sicurezza e sulla salute nei luoghi di lavoro. |
| ABILITÀ  | CONOSCENZE  | CONTENUTI | ORE 10 | (\*) |
| 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 territorioApplicare 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 clienteFormulare proposte di miglioramento delle soluzioni organizzative/layout dell'ambiente di lavoro per evitare fonti di rischio. | Normativa igienico- sanitaria e procedura di autocontrollo HACCPNormativa relativa alla tutela della riservatezza dei dati personaliNormativa volta alla tutela e sicurezza del cliente. | MODULO 11T 3La qualità alimentare * La qualità totale \*\*\*
* Certificzione ISO 9000
* Prodotti biologici

La sicurezza alimentare Normativa igienico sanitaria e procedura di autocontrollo HACCP (V anno) \*\*\*Tecniche per la preparazione e servizio di prodotti per i principali disturbi e limitazioni alimentari (V anno)  | TEMPI**1° QUADRIMESTRE**SETTEMBRE/OTTOBRE/NOVEMBRENUMERO ORE: 10 | 1, 2, 5, 8, 10, 11, 12 |
| **COMPETENZA** **N° 4**AREA INDIRIZZO **NUCLEO TEMATICO DI RACCORDO**:**NUMERO 1** Centralità del cliente**NUMERO 4** Cultura della “qualità totale” dei prodotti e/o dei servizi**NUMERO 7** Lettura e promozione delTerritorio**NUMERO 8** La “customer care” | *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.* |
| COMPETENZE IN USCITA V ANNO | 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. |
| ABILITÀ  | CONOSCENZE  | CONTENUTI | ORE 10 | (\*) |
| 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 ambientalePredisporre 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 equilibratiDefinire 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* | Valore culturale del cibo e rapporto tra enogastronomia, società e cultura di un territorio.Concetti di sostenibilità e certificazioneTecnologie 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 alimentariTecniche 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. | **MODULO 11T 4**Macroarea 2* Materie prime e loro derivati
* Prodotti dolciari per diete moderne \*\*\*
 | TEMPI**1° QUADRIMESTRE**SETTEMBRE/OTTOBRE/NOVEMBRENUMERO ORE: 10 | 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 12 |
| **COMPETENZA** **N° 5**AREA INDIRIZZO**NUCLEO TEMATICO DI RACCORDO**:**NUMERO 5** Valorizzazione del “made in Italy”**NUMERO 6** Sviluppo delle attività e delleFigure professionali tra tradizione einnovazione**NUMERO 7** Lettura e promozione delTerritorio | Valorizzare l’elaborazione e la presentazione di prodotti dolciari e di panificazione locali, nazionali e internazionali utilizzando tecniche tradizionali e innovative |
| COMPETENZE IN USCITA V ANNO | Valorizzare l’elaborazione e la presentazione di prodotti dolciari e di panificazione locali, nazionali e internazionali utilizzando tecniche tradizionali e innovative |
| ABILITÀ  | CONOSCENZE  | CONTENUTI | ORE 65 | (\*) |
| Applicare correttamente tecniche di lavorazione di prodotti dolciari e da forno scegliendo le materie prime in base alla qualità, alla tipicità, al loro valore nutrizionale e bilanciandole in funzione del prodotto finito.Apportare alle ricette tradizionali di un prodotto dolciario o da forno delle variazioni personali in funzione dell’evoluzione del gusto o in base a particolari esigenze alimentari della clientelaConfigurare in modo creativo il prodotto finito scegliendo la decorazione in funzione dell’elaborato preparatoRilevare gusti e tendenze del target di clientela di riferimento in ambito dolciario | Tecniche di gestione dell’intero ciclo di produzione/ conservazione/ presentazione dei prodotti dolciari e di arte bianca.Tecnologie innovative per la produzione dolciaria e di arte bianca.Tecniche di presentazione e decorazione dei prodottiCaratteristiche della pasticceria e della panificazione regionale, nazionale e internazionaleStrumenti per la rilevazione e la ricerca delle dinamiche del gusto e degli abbinamenti di sapori e ingredienti. | **MODULO 11T 5****Macroarea 3**Le preparazioni di baseUnità 1 Gli Impasti fondamentali \*\*\*Tecniche di gestione dell’intero ciclo diproduzione/conservazione/presentazione Tecnologie innovative (V anno) Tecniche di presentazione e decorazione dei prodotti (V anno) Prodotti dolciari moderni con base: Pasta frolla • Pasta sfoglia • Pan di Spagna Biscotto arrotolato • Bignè• Prodotti lievitati arricchiti:* Colomba
* Panettone

• Le tecniche di cottura • Le tecniche di conservazione \*\*\*Le creme e i semifreddi \*\*\*Caratteristiche, metodi di preparazione e impieghi dei seguenti prodotti dolciari: • Lo sciroppo• Le creme: • Le meringhe• Le mousse• Le bavaresi• I semifreddi • Le bagne• La confetteriaRealizzazione e presentazione di livello avanzato delle seguenti produzioni:* Predessert
* Pasticceria di fine pasto \*\*\*
* Pasticceria salata: Snack
* Decorazioni e finitura
* Gelati e sorbetti
* Dessert da ristorazione \*\*\*
* Pralineria
* Torte da ricorrenza \*\*\*
* Pasticceria Internazionale.
 | TEMPI**1° QUADRIMESTRE**SETTEMBRE/OTTOBRE/NOVEMBRENUMERO ORE: 15DICEMBRE/ GENNAIONUMERO ORE: 20**2° QUADRIMESTRE**FEBBRAIO/MARZONUMERO ORE: 15APRILE /MAGGIONUMERO ORE: 15TOTALE ORE 65 | 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 11, 12 |
| **COMPETENZA N° 6**AREA INDIRIZZO**NUCLEO TEMATICO DI RACCORDO**:**NUMERO 1** Centralità delCliente**NUMERO 8** La “customer care” | *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.* |
| COMPETENZE IN USCITA V ANNO | 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. |
| ABILITÀ  | CONOSCENZE  | CONTENUTI | ORE 10 | (\*) |
| Usare modalità di interazione e codici diversi a seconda della tipologia di clientela per descrivere e valorizzare i servizi sia in forma oraleche 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. | Principali tecniche di comunicazione e relazioni interpersonali e interculturali, anche in lingua straniera.Tecniche di rilevamento della *Customer satisfaction*Meccanismi di fidelizzazione del cliente | **MODULO 11T 6**Macroarea 4Qualità, salute e sicurezza in cucina \*\*\*Prodotti da forno dolci e salati di livello avanzato per culture diverse, prescrizioni religiose, esigenze della clientela. Prodotti dolciari senza glutine \*\*\*Prodotti dolciari vegetariani \*\*\*Prodotti dolciari veganiProdotti dolciari per intolleranze specifiche  | TEMPI**2° QUADRIMESTRE**FEBBRAIO/ MARZONUMERO ORE: 10 | 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 11,12 |
| **COMPETENZA N° 7**INDIRIZZO**NUCLEO TEMATICO DI RACCORDO**:**NUMERO 5** Valorizzazione del “made in Italy”**NUMERO 7** Lettura e promozione delTerritorio | 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. |
| COMPETENZE IN USCITA V ANNO | 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. |
| ABILITÀ  | CONOSCENZE  | CONTENUTI | ORE 10 | (\*) |
| 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.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’eventoValutare 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 servizibanqueting e catering.Principi di estetica e tecniche di presentazione di piatti e bevande.Tecniche di analisi, di ricerca e di marketing congressuale e fieristicoStrumenti digitali per la gestione organizzativa e promozione di eventi.Procedure per la gestione delle situazioni conflittuali o eventi imprevisti. | **MODULO 11T 7**Macroarea 4Qualità, sicurezza e salite in pasticceria - Prodotti e servizi tipici del territorio; prodotti DOP, IGP, STG \*\*\*- Normativa vigente in materia di denominazione di origine (d.o.) La pasticceria nazionale. \*\*\* | TEMPI**2° QUADRIMESTRE**FEBBRAIO/MARZONUMERO ORE: 10 | 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 10,11, 12 |
| **COMPETENZA** **N° 8**INDIRIZZO**NUCLEO TEMATICO DI RACCORDO**:**NUMERO 3** Interventi di messa in sicurezza**NUMERO 4** Cultura della “qualità totale” dei prodotti e/o dei servizi**NUMERO 6** Sviluppo delle attività e delleFigure professionali tra tradizione eInnovazione**NUMERO 8** Lettura e promozione delterritorio | *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*. |
| COMPETENZE IN USCITA V ANNO | 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. |
| ABILITÀ  | CONOSCENZE  | CONTENUTI | ORE 10 | (\*) |
| 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 sostenibilitàRealizzare 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. | 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. | **MODULO 11T 8****Macroarea 4**Qualità, sicurezza e salite in pasticceria \*\*\*Unità 1 La sicurezza \*\*\** Concetti di sostenibilità e certificazione (V anno) \*\*\*
* Strumenti per la rilevazione e la ricerca delle dinamiche del gusto e degli abbinamenti di sapori e ingredienti (V anno)
* La lotta integrata
* La filiera corta e il chilometro zero
* La tipicità \*\*\*
* Gli alimenti OGM
* L’analisi sensoriale
* La carta dei dessert \*\*\*
 | TEMPI**1° QUADRIMESTRE**SETTEMBRE/OTTOBRENUMERO ORE: 10 | 1, 2, 3, 5, 6, 7, 8, 10,11, 12 |
|  |  |
| **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.**NUCLEO TEMATICO DI RACCORDO**:**NUMERO 1** Centralità del cliente**NUMERO 2** Pianificazione e gestione di prodotti e/o di servizi**NUMERO 4** Cultura della “qualità totale” dei prodotti e/o dei servizi**NUMERO 8** La “customer care”AREA INDIRIZZO |  |
| COMPETENZE IN USCITA V ANNO 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. |  |
| ABILITÀ  | CONOSCENZE  | CONTENUTI | ORE 10 | (\*) |
| 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 propostemigliorative del prodotto/servizio. | 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 del 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. | **MODULO 11T 9**Macroarea 5Organizzazione e gestioneTipologie di servizi della produzione dolciara \*\*\** Street Food \*\*\*
* Finger Food

Tipologie di prodotti dolciari con riferimento al target della clientela \*\*\** La tradizione Italiana \*\*\*
 | TEMPI**2° QUADRIMESTRE**APRILE /MAGGIONUMERO ORE: 10 | 2, 3, 5, 6, 7, 8, 10, 11,12 |

|  |  |
| --- | --- |
| **COMPETENZA N° 10**AREA INDIRIZZO**NUCLEO TEMATICO DI RACCORDO**:**NUMERO 2** Pianificazione e gestione diprodotti e/o di servizi**NUMERO 4** Cultura della “qualità totale” dei prodotti e/o dei servizi**NUMERO 6** Sviluppo delle attività e delleFigure professionali tra tradizione eInnovazione | *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.* |
| COMPETENZE IN USCITA V ANNO | 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. |
| ABILITÀ  | CONOSCENZE  | CONTENUTI | ORE 10 | (\*) |
| 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. | 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 reportistica aziendale.Tecniche di analisi per indici. | **MODULO 11T 10**Macroarea 5Organizzazione e gestione Tecniche di realizzazione, lavorazione e erogazione del prodotto/servizio (V anno) \*\*\*• Strategie e tecniche per ottimizzare i risultati e per affrontare eventuali criticità (V anno) • Controllo dei costi (V anno) \*\*\*• Analisi del budget e politiche di sconti (V anno) • Azioni di controllo dell’attività di gestione aziendale e budgetaria (V anno) • L’organizzazione logistica di catering/eventi (V anno) • Tecniche di allestimento della sala per servizi banqueting e catering (V anno | TEMPI**2° QUADRIMESTRE**APRILE /MAGGIONUMERO ORE: 10 | 1, 2, 5, 8, 10, 11, 12 |

|  |  |
| --- | --- |
| **COMPETENZA** **N° 11**AREA INDIRIZZO**NUCLEO TEMATICO DI RACCORDO**:**NUMERO 5** Valorizzazione del“made in Italy”**NUMERO 6** Sviluppo delle attività e delleFigure professionali tra tradizione eInnovazione**NUMERO 7** Lettura e promozione delterritorio | *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.* |
| COMPETENZE IN USCITA V ANNO | 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. |
| ABILITÀ  | CONOSCENZE  | CONTENUTI | ORE 10 | (\*) |
| 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 delterritorio . | 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. | **MODULO 11T 11**Macroarea 4Qualità, sicurezza e salite in pasticceria - Prodotti e servizi tipici del territorio; prodotti DOP, IGP, STG \*\*\*- Normativa vigente in materia di denominazione di origine (d.o.)- Certificazioni di qualità \*\*\* | TEMPI**2° QUADRIMESTRE**APRILE /MAGGIONUMERO ORE: 10 | 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 10, 11,12 |

|  |  |
| --- | --- |
|  | Totale 165 |

(\*) RACCORDO CON LE COMPETENZE DELL’AREA GENERALE O D’INDIRIZZO

|  |  |
| --- | --- |
| CO-PRESENZA CON SCIENZE DEGLI ALIMENTI**COMPETENZA N. 4**AREA DI INDIRIZZO**NUCLEO TEMATICO DI RACCORDO**:**NUMERO 1** Centralità del cliente**NUMERO 4** Cultura della “qualità totale” dei prodotti e/o dei servizi**NUMERO 7** Lettura e promozione delTerritorio**NUMERO 8** La “customer care” | 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.  |
| COMPETENZE INTERMEDIE TERZO ANNO | 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.  |
| ABILITÀ  | CONOSCENZE  | CONTENUTI | ORE 33 | (\*) |
| 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  | Valore culturale del cibo e rapporto tra enogastronomia, società e cultura di un territorio 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.  | **MODULO 11T 12****Macroarea 2** Le Materie prime Unità 1 Gli sfarinatiImpiegare gli sfarinati in preparazioni di pasticceria, panificazione e arte bianca (V anno) \*\*\*Le UovaCaratteristiche, preparazione, stabilità delle schiume con prodotti alterativi (V anno)Impiegare le uova in preparazioni di pasticceria, panificazione e arte bianca (V anno)Dolcificanti e sostanze aromatiche Sciroppo e cottura dello zucchero (III/IV/V anno) Caffè e tè: caratteristiche e impieghi in pasticceria (III/IV/V anno) \*\*\*Lipidi • Impiegare i lipidi in preparazioni di pasticceria, panificazione e arte bianca (V anno) \*\*\*Frutta secca • Impiegare la frutta secca in preparazioni di pasticceria, panificazione e arte bianca (V anno)Agenti lievitantiLa cottura degli impasti lievitati (V anno) La fermentazione alcolica e la fermentazione malolattica (IV/V anno) Cacao• Impiegare il cacao e i sui derivati in preparazioni di pasticceria, panificazione e arte bianca (V anno)Il Latte • Impiegare latte e derivati del latte in preparazioni di pasticceria, panificazione e arte bianca (V anno) \*\*\*Additivi ad azione fisica e colorantiCaratteristiche chimico-fisiche dei colorantiImpiegare additivi ad azione fisica e coloranti in preparazioni di pasticceria, panificazione e arte bianca (V anno) | TEMPI**1° QUADRIMESTRE**SETTEMBRE/OTTOBRE/NOVEMBRENUMERO ORE: 8DICEMBRE/ GENNAIONUMERO ORE: 7**2° QUADRIMESTRE**FEBBRAIO/MARZONUMERO ORE: 8APRILE /MAGGIONUMERO ORE: 10TOTALE ORE | 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 10, 11,12 |
|  |  | **Tot**  | 33 |  |