|  |
| --- |
| **13T. DIRITTO E TECNICHE AMMINISTRATIVE DELLA STRUTTURA RICETTIVA** |
| **CLASSE TERZA SALA E VENDITA****Nota***A. ►Si indicano con* ***\**** *gli obiettivi minimi della disciplina in 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*** |
| **COMPETENZA N° 1****AREA INDIRIZZO**NUCLEO TEMATICO DI RACCORDONUMERO 5 – valorizzazione del “made in Italy”NUMERO 6 – sviluppo delle attività e delle figure professionali tra tradizione e innovazioneNUMERO 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 | TEMPI | (\*) |
| Riconoscere le caratteristiche specifiche delle strutture e delle figure professionali correlate alla filiera dell’enogastronomia e dell’ospitalità alberghiera e coglierne le differenze. | Terminologia tecnica specifica di settore. | **MODULO 13T.1 L’impresa**Gli elementi caratteristici di un’impresa e i segni distintivi.* Saper definire l’imprenditore.\*\*\*
* Ditta, marchio, insegna.\*\*\*

L’impresa individuale e l’impresa familiare.\*\*\*Le società.* Saper definire il contratto di società.\*\*\*
* Conoscere il contenuto dell’atto costitutivo.\*\*\*
* Conoscere le principali caratteristiche delle società di persone (Snc, Sas), delle società di capitali (Srl, Spa, Sapa) e delle società cooperative.\*\*\*
* Spiegare la responsabilità illimitata, solidale e sussidiaria e la responsabilità limitata.\*\*\*

L’impresa turistica e il suo avvio.* Imprese ricettive, ristorative e di viaggi: principali caratteristiche e classificazioni.\*\*\*
* Conoscere gli aspetti principali per l’avvio dell’impresa turistica.\*\*\*
 | PRIMO QUADRIMESTRESETTEMBRE/OTTOBRE/NOVEMBRENUMERO ORE: 34TOTALE ORE 34 | 23781012 |
| **COMPETENZA N° 2****AREA INDIRIZZO**NUCLEO TEMATICO DI RACCORDONUMERO 2 – pianificazione e gestione di prodotti e/o di serviziNUMERO 4 – cultura della “qualità totale” dei prodotti e/o dei serviziNUMERO 6 – sviluppo delle attività e delle figure professionali tra tradizione e innovazione | *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 | TEMPI | (\*) |
| 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 alberghiera. | Elementi di organizzazione aziendale. | **MODULO 13T.2 L’impresa e i fornitori**Contratti di compravendita e di somministrazione.* Conoscere caratteristiche e contenuto del contratto di compravendita.\*\*\*
* Conoscere gli elementi essenziali ed accessori del contratto di compravendita.\*\*\*
* Conoscere le clausole fondamentali relative alla consegna, imballaggio e modalità di pagamento.\*\*\*
* Conoscere i principali documenti della compravendita.\*\*\*

L’IVA.\*\*\*Fattura e sua compilazione (calcolo dell’interesse semplice).\*\*\** Saper compilare un semplice fattura ad un’aliquota.\*\*\*
 | PRIMO QUADRIMESTREDICEMBRE/ GENNAIONUMERO ORE:16SECONDO QUADRIMESTREFEBBRAIO/MARZO NUMERO ORE: 14TOTALE ORE 30 | 278101112 |
| **COMPETENZA N° 9****AREA INDIRIZZO**NUCLEO TEMATICO DI RACCORDONUMERO 1 – centralità del clienteNUMERO 2 – pianificazione e gestione di prodotti e/o di serviziNUMERO 4 – cultura della “qualità totale” dei prodotti e/o dei serviziNUMERO 8 – la “customer care” | 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 |
| 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 | TEMPI | (\*) |
| 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. | Tecniche di base di*Hospitality Management.*Tipologia di servizi offerti dalle strutture turistico- ricettive: aspetti gestionali e principali flussi informativi.Metodologie e tecniche di gestione e comunicazione aziendale.Elementi di contabilità generale e bilancio.Normativa di settore.  | **MODULO 13T.3 L’impresa e i clienti**Cenni ai contratti d’albergo, ristorativo e di viaggio.* Conoscere le principali caratteristiche del contratto di albergo, ristorativo e di viaggio.\*\*\*

Scontrino. \*\*\* | SECONDO QUADRIMESTREFEBBRAIO/MARZO NUMERO ORE: 12TOTALE ORE 12 | 2378101112 |
| **COMPETENZA N° 2****AREA INDIRIZZO**NUCLEO TEMATICO DI RACCORDONUMERO 2 – pianificazione e gestione di prodotti e/o di serviziNUMERO 4 – cultura della “qualità totale” dei prodotti e/o dei serviziNUMERO 6 – sviluppo delle attività e delle figure professionali tra tradizione e innovazione | *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 | TEMPI | (\*) |
| 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 alberghiera. | Elementi di organizzazione aziendale. | **MODULO 13T.4 L’impresa, le banche e gli strumenti di pagamento**Funzioni e operazioni bancarie.* Conoscere le operazioni bancarie di raccolta (deposito bancario) e di impiego.\*\*\*
* Saper definire e calcolare l’interesse semplice.\*\*\*

Pagamenti elettronici.\*\*\*Assegni (e compilazione di quello bancario).\*Cenni alla cambiale e ad altri strumenti di pagamento.* Conoscere le caratteristiche dei principali mezzi di pagamento quali assegno (bancario e circolare), carte di debito e di credito, RIBA, bonifici e addebiti diretti.\*\*\*
* Saper compilare un semplice assegno bancario.\*\*\*
 | SECONDO QUADRIMESTREAPRILE /MAGGIONUMERO ORE: 23TOTALE ORE 23 | 278101112 |
|  | Totale ore = 99 |
| **CLASSE QUARTA SALA E VENDITA****Nota***A. ►Si indicano con* ***\**** *gli obiettivi minimi della disciplina in 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*** |
| **COMPETENZA N° 7****AREA INDIRIZZO**NUCLEO TEMATICO DI RACCORDONUMERO 5 – valorizzazione del “made in Italy”NUMERO 7 – lettura e promozione del territorio | *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 professionalinoti affrontando situazioni mutevoli che richiedono adeguamenti del proprio operato. |
| ABILITÀ | CONOSCENZE | CONTENUTI | TEMPI | (\*) |
| 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. | Norme e disposizioni a tutela della sicurezza dell’ambiente di lavoro.Elementi di contrattualistica del lavoro, previdenza e assicurazione. | **MODULO 13T.5 Le risorse umane**Cenni al mercato del lavoro e al reclutamento.* Spiegare le fasi del reperimento e assunzione del personale.\*\*\*
* Saper individuare le caratteristiche delle diverse fasi riguardanti l’assunzione del personale.\*\*\*

Le principali fonti normative e i contratti di lavoro.* Conoscere il CCNL, i contratti integrativi e individuali.\*\*\*
* Conoscere le principali norme del contratto di lavoro subordinato.\*\*\*
* Conoscere le caratteristiche dei diversi tipi di contratto di lavoro.\*\*\*

Il costo del lavoro (con compilazione di semplici buste paga).* Spiegare gli elementi del costo del lavoro.\*\*\*
* Essere in grado di individuare gli elementi del costo del lavoro.\*\*\*
* Saper leggere una semplice busta paga.\*\*\*
 | PRIMO QUADRIMESTRESETTEMBRE/OTTOBRE/NOVEMBRENUMERO ORE: 28TOTALE ORE 28 | 12378101112 |
| **COMPETENZA N° 10****AREA INDIRIZZO**NUCLEO TEMATICO DI RACCORDONUMERO 2 – pianificazione e gestione di prodotti e/o di serviziNUMERO 4 – cultura della “qualità totale” dei prodotti e/o dei serviziNUMERO 6 – sviluppo delle attività e delle figure professionali tra tradizione e innovazione | *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 | TEMPI | (\*) |
| Trasporre i costi di erogazione dei servizi in dati economici di fatturazione.Effettuare attività di reporting segnalando eventuali scostamenti rispetto agli obiettivi programmati. | Tecniche di analisi gestionale budgetaria. | **MODULO 13T.6 Le risorse finanziarie**Il fabbisogno finanziario.* Definire la struttura finanziaria dell’impresa: gli investimenti e i finanziamenti e la loro uguaglianza.\*\*\*
* Definire e saper stimare il fabbisogno finanziario.\*\*\*

Le fonti di finanziamento.* Conoscere le caratteristiche delle principali fonti di finanziamento delle imprese turistiche.\*\*\*
* Conoscere le problematiche relative al reperimento delle fonti di finanziamento.\*\*\*
 | PRIMO QUADRIMESTRESETTEMBRE/OTTOBRE/NOVEMBRENUMERO ORE: 10DICEMBRE/ GENNAIONUMERO ORE: 14TOTALE ORE 24 | 128101112 |
| **COMPETENZA N° 4****AREA INDIRIZZO**NUCLEO TEMATICO DI RACCORDONUMERO 1 – la centralità del clienteNUMERO 4 – cultura della “qualità totale” dei prodotti e/o dei serviziNUMERO 7 – lettura e promozione del territorioNUMERO 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 | TEMPI | (\*) |
| 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. | Tecniche di analisi delle componenti di un prezzo di vendita e degli indicatori di gestione. | **MODULO 13T.7 La gestione dell’impresa**Il patrimonio e la situazione patrimoniale.* Conoscere la definizione di patrimonio nell’aspetto qualitativo e quantitativo.\*\*\*
* Conoscere gli elementi del patrimonio e la loro classificazione.\*\*\*
* Illustrare la situazione patrimoniale: tipologie e funzioni.\*\*\*
* La valutazione degli elementi del patrimonio: l’ammortamento delle immobilizzazioni materiali e immateriali, i criteri di valutazione delle rimanenze.\*\*\*
* Saper classificare e valutare gli elementi del patrimonio.\*\*\*
* Redigere semplici situazioni patrimoniali e calcolare il patrimonio netto dell’impresa.\*\*\*

Il reddito e la situazione economica.* Definire la gestione e le sue fasi (ciclo produttivo).\*\*\*
* Conoscere la definizione di reddito aziendale.\*\*\*
* Saper calcolare il reddito aziendale con il procedimento analitico e sintetico.
* I costi e i ricavi d’esercizio: il principio di competenza.\*\*\*
* Conoscere i principali costi e ricavi delle imprese turistiche.\*\*\*
* La situazione economica e i suoi collegamenti con quella patrimoniale.\*\*\*
* Redigere semplici situazioni patrimoniali ed economiche.\*\*\*

Il bilancio d’esercizio.* Conoscere la funzione del bilancio d’esercizio.\*\*\*
* I documenti che compongono il bilancio e loro caratteristiche.\*\*\*

La contabilità dei costi* Spiegare le diverse tipologie di costi in base alle diverse classificazioni.\*\*\*
* Conoscere e saper applicare i principali metodi di determinazione dei prezzi di vendita.\*\*\*
 | PRIMO QUADRIMESTREDICEMBRE/ GENNAIONUMERO ORE: 14SECONDO QUADRIMESTREFEBBRAIO/MARZO NUMERO ORE: 33APRILE /MAGGIONUMERO ORE: 33TOTALE ORE 80 | 237812 |
|  | Totale ore = 132 |
| **CLASSE QUINTA SALA E VENDITA****Nota***A. ►Si indicano con* ***\**** *gli obiettivi minimi della disciplina in 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*** |
| **COMPETENZA N° 11****AREA INDIRIZZO**NUCLEO TEMATICO DI RACCORDONUMERO 5 – valorizzazione del “made in Italy”NUMERO 6 – sviluppo delle attività e delle figure professionali tra tradizione e innovazioneNUMERO 7 – lettura e promozione del territorio | *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 QUINTO 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 | TEMPI | (\*) |
| Predisporre azioni a supporto della domanda potenziale di prodotti eservizi turistici.Collaborare alla realizzazione di attività innovative di pubblicizzazione di itinerari enogastronomici, artistici, naturalistici per promuovere l’immagine e la valorizzazione del territorio . | L’informazione turistica: dall’*on site* all*’on line*. Metodi di selezione dell’offerta turistica di un territorio in relazione a tempi, costi, qualità. | **MODULO 13T.8 Il turismo e il mercato turistico**Le caratteristiche della domanda e dell’offerta.\*\*\*Gli effetti economici del turismo.\*\*\*L’attrattività turistica.\*\*\*Turismo sostenibile e responsabile.* Definire il fenomeno turistico.\*\*\*
* Conoscere gli effetti del turismo sull’ambiente e definire il turismo sostenibile e responsabile.\*\*\*
* Adeguare e organizzare la produzione e la vendita in relazione alla domanda dei mercati, valorizzando i prodotti tipici.\*\*\*
 | PRIMO QUADRIMESTRESETTEMBRE/OTTOBRE/NOVEMBRENUMERO ORE: 16DICEMBRE/ GENNAIOTOTALE ORE 16 | 2378101112 |
| **COMPETENZA N° 3****AREA INDIRIZZO**NUCLEO TEMATICO DI RACCORDONUMERO 3 – interventi di messa in sicurezza | *Applicare correttamente il sistema HACCP, la normativa sulla sicurezza e sulla salute nei luoghi di lavoro.* |
| COMPETENZE INTERMEDIE QUINTO ANNO | Applicare correttamente il sistema HACCP, la normativa sulla sicurezza e sulla salute nei luoghi di lavoro. |
| ABILITÀ | CONOSCENZE | CONTENUTI | TEMPI | (\*) |
| 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.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. | Normativa igienico-sanitaria e procedura di autocontrollo HACCP.Normativa relativa alla tutela della riservatezza dei dati personali.Normativa volta alla tutela e sicurezza del cliente. | **MODULO T13.9 La legislazione del settore turistico** La normativa obbligatoria (sicurezza e tracciabilità).* Conoscere la normativa di settore, nazionale e internazionale, relativa a privacy, sicurezza e salute sui luoghi di lavoro, misure antincendio, sicurezza alimentare (cenni).\*\*\*

La normativa volontaria (marchi di qualità e Iso).* Spiegare cos’è un sistema di qualità e cosa sono i marchi di settore.\*\*\*
 | PRIMO QUADRIMESTRESETTEMBRE/OTTOBRE/NOVEMBRENUMERO ORE: 16DICEMBRE/ GENNAIONUMERO ORE: 16TOTALE ORE 32 | 128101112 |
| **COMPETENZA N° 9****AREA INDIRIZZO**NUCLEO TEMATICO DI RACCORDONUMERO 1 – centralità del clienteNUMERO 2 – pianificazione e gestione di prodotti e/o di serviziNUMERO 4 – cultura della “qualità totale” dei prodotti e/o dei serviziNUMERO 8 – la “customer care” | *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.* |
| COMPETENZE INTERMEDIE QUINTO 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 | TEMPI | (\*) |
| 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.Rilevare il grado di soddisfazione della clientela e tradurre i risultati dei rilevamenti in proposte migliorative 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. | **MODULO T13.10 I contratti di settore**Ristorativo, catering, banqueting.* Conoscere la disciplina dei contratti di settore.\*\*\*
 | PRIMO QUADRIMESTRESETTEMBRE/OTTOBRE/NOVEMBRENUMERO ORE:DICEMBRE/ GENNAIONUMERO ORE: 20TOTALE ORE 20 | 2378101112 |
| **COMPETENZA N° 6****AREA INDIRIZZO**NUCLEO TEMATICO DI RACCORDONUMERO 1 – centralità del clienteNUMERO 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 QUINTO 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 | TEMPI | (\*) |
| 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.Adottare un atteggiamento di apertura, ascolto e interesse nei confronti del cliente.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*. | Principali tecniche di comunicazione.Tecniche di rilevamento della *Customer satisfaction.*Meccanismi di fidelizzazione del cliente. | **MODULO T13.11 Il marketing**Marketing territoriale integrato.\*\*\*Piano di marketing e marketing mix.* Conoscere le fasi di un piano di marketing.\*\*\*
* Conoscere il concetto di segmentazione della clientela.\*\*\*
* Conoscere le principali strategie di marketing adottate dalle imprese ristorative ed alberghiere, comprese le tecniche di web marketing.\*\*\*
* Spiegare il concetto e le fasi del ciclo di vita del prodotto.\*\*\*
 | SECONDO QUADRIMESTREFEBBRAIO/MARZO NUMERO ORE: 32TOTALE ORE 32 | 123781112 |
| **COMPETENZA N° 10****AREA INDIRIZZO**NUCLEO TEMATICO DI RACCORDONUMERO 2 – pianificazione e gestione di prodotti e/o di serviziNUMERO 4 – cultura della “qualità totale” dei prodotti e/o dei serviziNUMERO 6 – sviluppo delle attività e delle figure professionali tra tradizione e innovazione | *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 QUINTO 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 | TEMPI | (\*) |
| 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 T13.12 La programmazione e il controllo.**Il budget.Il business plan.* Comprendere le funzioni e l’importanza della programmazione delle varie fasi della gestione aziendale.\*\*\*
* Conoscere caratteristiche e composizione del business plan e del budget di una impresa turistica.\*\*\*
 | SECONDO QUADRIMESTREAPRILE /MAGGIONUMERO ORE: 32TOTALE ORE 32 | 128101112 |
|  | Totale ore = 132 |

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

**ISTITUTO DI ISTRUZIONE SUPERIORE A. MOTTI**

**RUBRICA DI VALUTAZIONE**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **DESCRITTORI** | **VOTI** | **CONOSCENZE** | **ABILTA’** | **COMPETENZE** |
| **AVANZATO****da 8,6 a 10** | Eccellente | 10 | Complete, organiche, articolate e con approfondimenti autonomi e personali. | Rielabora in modo corretto, completo ed autonomo e opera opportuni collegamenti disciplinari e interdisciplinari. | Applica le conoscenze in modo corretto e autonomo, anche a problematiche complesse. Espone in modo fluido e utilizza i linguaggi specifici. Compie analisi approfondite individuando correlazioni precise. |
| Ottimo | 9 | Complete, organiche e con approfondimenti autonomi e personali. | Rielabora in modo corretto, completo e autonomo e opera spesso collegamenti disciplinari e interdisciplinari. | Applica le conoscenze in modo corretto anche a problematiche complesse. Espone in modo fluido e utilizza linguaggi specifici. |
| **INTERMEDIO****da 7 a 8,5** | Buono | 8 | Complete e con approfondimenti autonomi. | Rielabora in modo corretto, completo ed esauriente e opera qualche collegamento fra i contenuti. | Applica le conoscenze a problematiche articolate. Espone in modo corretto e con proprietà linguistica. |
| Discreto | 7 | Complete, se viene guidato sa approfondire. | Rielabora in modo corretto le informazioni e gestisce le situazioni in modo adeguato. | Applica autonomamente le conoscenze. Espone in modo corretto e linguisticamente appropriato, compie analisi con coerenza. |
| **BASE** **da 6 a 6,9** | Sufficiente | 6 | Essenziali rispetto ai contenuti generali. | Sa gestire le informazioni essenziali. | Applica le conoscenze in modo superficiale esprimendosi in modo semplice. |
| **INIZIALE – ( IN FASE DI ACQUISIZIONE) fino a 5,9** | Insufficiente | 5 | Limitate e superficiali | Collega e gestisce con difficoltà i contenuti. | Applica le conoscenze con Superficialità e si esprime in modo impreciso. |
| Nettamente insufficiente | 4 | Estremamente Lacunose  | Difficoltà oggettive e profonde nella gestione dei contenuti | Applica le conoscenze in modo scorretto e/o profondamente lacunoso;Si esprime in modo improprio e inadeguato. |
| Totalmente insufficiente | 3-2-1 | Nessuna o frammentarie e/o gravemente lacunose. | Nessuna o quasi. | Nessuna o quasi; si esprime in modo inadeguato e improprio. |