| **03T. FRANCESE TRIENNIO ACCOGLIENZA** |
| --- |
| **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** |

| **03T. FRANCESE** | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **CLASSE TERZA ACCOGLIENZA TURISTICA** | | | | | |
| COMPETENZA N° 9 INDIRIZZO  **NUCLEO TEMATICO DI RACCORDO:**  NUMERO 1 Centralità del cliente  NUMERO 2 Pianificazione e gestione di prodotti e/o servizi  NUMERO 4 Cultura della “ qualità totale” di prodotti e/o servizi  NUMERO 8 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 | | Tipologia di servizi offerti dalle strutture turistico-ricettive: aspetti gestionali e principali flussi informativi. | **MODULO 03T.1 : À PROPOS DU TOURISME**  Communiquer face à face, par téléphone.\*\*\*  La lettre, le fax, le courrier électronique.\*\*\*  GRAMMATICA\*\*\* : ripasso principali verbi al presente, passato prossimo e imperativo, i gallicismi, la frase negativa e interrogativa, i partitivi. | 1 QUADRIMESTRE  settembre -ottobre  NUMERO ORE: 15 | 7,  10 |
| COMPETENZA N°6 INDIRIZZO  **NUCLEO TEMATICO DI RACCORDO:**  NUMERO 1  Centralità del cliente  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 | | | | |

| 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 | TEMPI | (\*) |
| Rispettare i requisiti essenziali e indispensabili di una comunicazione verbale (attenzione, ascolto, disponibilità) con il cliente anche appartenente ad altre culture o con esigenze particolari.  Applicare correttamente tecniche di comunicazione idonee in contesti Professionali | | Tecniche di ascolto attivo del  cliente.  Principali tecniche di comunicazione scritta, verbale e digitale, anche in lingua straniera. | **MODULO 03T.2:LA COMMUNICATION TOURISTIQUE** Demander des renseignements, confirmer.\*\*\*  GRAMMATICA : i pronomi personali COD e COI, “Y” e “EN” | 1 QUADRIMESTRE  ottobre/ novembre/dicembre  NUMERO ORE: 24 | 5 |
| COMPETENZA N°6 INDIRIZZO  La centralità del cliente e la customer care  **NUCLEO TEMATICO DI RACCORDO:**  NUMERO 1  Centralità del cliente  NUMERO 8  La customer care | 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 | | | | |
| 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 | | | | |
| ABILITA’ | | CONOSCENZE | CONTENUTI | TEMPI | (\*) |
| Assistere 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. | **MODULO 03T.3 : LES HÉBERGEMENTS**  Demander et donner des renseignements, réserver et confirmer.\*\*\*  GRAMMATICA: i pronomi possessivi, “il faut”\*\*\*, pronomi dimostrativi e relativi semplici\*\*\* | 1 QUADRIMESTRE  dicembre-gennaio  NUMERO ORE: 20 | 5 |

| **03T. FRANCESE** | |
| --- | --- |
| COMPETENZA N.8 INDIRIZZO  **NUCLEO TEMATICO DI RACCORDO:**  NUMERO 3  Interventi di messa in sicurezza | 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 |

| NUMERO 4  Cultura della “qualità totale “ dei prodotti e/o servizi  NUMERO 6  Sviluppo delle attività e delle figure professionali tra tradizione e innovazione  NUMERO 7  Lettura e promozione del territorio |  | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 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 | TEMPI | (\*) |
| Analizzare e selezionare proposte di fornitura di offerte turistiche integrate ed ecosostenibili in funzione della promozione e valorizzazione del territorio e dei prodotti agroalimentari locali. | | 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 03T.4 : PRÉSENTER UN HOTEL**  Présenter un hôtel \*\*\*dans une brochure,  dans un catalogue, sur un site internet  GRAMMATICA : cenni al comparativo e superlativo, il futuro e il condizionale.\*\*\* | 2 QUADRIMESTRE  FEBBRAIO/MARZO  NUMERO ORE 18 | 3,  6,  7 |
| COMPETENZA N° 11 AREA INDIRIZZO  **NUCLEO TEMATICO DI RACCORDO:**  NUMERO 5  Valorizzazione del Made in Italy  NUMERO 6  Sviluppo delle attività e delle figure professionali tra tradizione e innovazione  NUMERO 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 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 | TEMPI | (\*) |

| Partecipare con compiti esecutivi ad attività/iniziative di varia tipologia, atte a valorizzare le tipicità del territorio.  Individuare e riconoscere beni culturali, tipicità enogastronomiche e eventi che caratterizzano l’offerta turistica del territorio di appartenenza Utilizzare tecniche di comunicazione e promozione di eventi e manifestazioni in relazione ai settori di riferimento | Assetto agroalimentare e patrimonio culturale e ambientale di un territorio. | **MODULO 03T.5 :LA GÉOGRAPHIE TOURISTIQUE**  LA France \*\*\*:Reliefs et climat  La France politique  Paris \*\*\*  PACA\*\*\*  CORSE  RHONE-ALPES  ALSACE  BRETAGNE \*\*\*  situation géographique, l’histoire, les villes, les traditions, les manifestations culturelles, la gastronomie. | 2 QUADRIMESTRE  APRILE/MAGGIO/GIUGNO  NUMERO ORE 22 | 3,  4,  6 |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | | | **Totale ore = 99** | |

| **03T. FRANCESE** | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **CLASSE QUARTA ACCOGLIENZA TURISTICA** | | | | | |
| COMPETENZA N°6 INDIRIZZO  **NUCLEO TEMATICO DI RACCORDO:**  NUMERO 1  Centralità del cliente  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 | TEMPI | (\*) |

| Gestire, anche in collaborazione con gli altri, la comunicazione professionale con il cliente personalizzando il servizio in base alle esigenze speciali  Adattare la propria interazione con il cliente nel rispetto dei differenti stili comunicativi e valori | | Tipologia di servizi offerti dalle strutture ricettive. | **MODULO 03T.6 : LA COMMUNICATION**  **TOURISTIQUE**  Modifier une réservation\*\*\*, réclamer, répondre\*\*\*, la facturation. \*\*\*  GRAMMATICA: ripasso, se necessario, di: passato prossimo, imperfetto, i pronomi personali complemento, i partitivi. Il futuro e condizionale, i pronomi relativi. | 1 QUADRIMESTRE  settembre -ottobre novembre  NUMERO ORE 25 | 5 |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| COMPETENZA N° 9 INDIRIZZO  **NUCLEO TEMATICO DI RACCORDO:**  NUMERO 1  Centralità del cliente  NUMERO 2  Pianificazione e gestione di prodotti e o servizi  NUMERO 4  Cultura della qualità totale dei prodotti e/o servizi  NUMERO 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  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 | TEMPI | (\*) |
| Individuare le principali tecniche di ricettività e accoglienza in linea con la tipologia di servizio ricettivo e il target di clientela | | Metodologie e tecniche di gestione dell’accoglienza in relazione alla tipologia dei servizi e al target di clientela | **MODULO 03T.7 : TRAVAILLER A LA RÉCEPTION**  I vari tipi di alloggio\*\*\*, i villaggi turistici , I campeggi e gli alloggi alternativi.  GRAMMATICA: Approfondimento accordo participio passato, i pronomi indefiniti (cenni) | 1 QUADRIMESTRE  dicembre-gennaio  NUMERO ORE 20 | 10 |
| COMPETENZA N° 6 INDIRIZZO  **NUCLEO TEMATICO DI RACCORDO:**  NUMERO 1  Centralità del cliente  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 | TEMPI | (\*) |

| Gestire, anche in collaborazione con gli altri, la comunicazione professionale con il cliente personalizzando il servizio in base alle esigenze speciali | Terminologia tecnica,  specifica del settore, anche in lingua straniera  Elementi di marketing strategico dei servizi turistici e meccanismi di fidelizzazione del cliente | **MODULO 03T.8 : LES MOYENS DE TRANSPORT**  A la gare, réserver un billet\*\*\*, un vol et une croisière, les transports routiers.  GRAMMATICA : comparativo e superlativo | 2 QUADRIMESTRE  febbraio-marzo-aprile  NUMERO ORE 30 | 5 |
| --- | --- | --- | --- | --- |

| **03T. FRANCESE** | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| COMPETENZA N° 11 INDIRIZZO  **NUCLEO TEMATICO DI RACCORDO:**  NUMERO 5  Valorizzazione del Made in Italy  NUMERO 6  Sviluppo delle attività e delle figure professionali tra tradizione e innovazione  NUMERO 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 straniero. | | | | |
| 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 | TEMPI | (\*) |
| Raccogliere e analizzare informazioni turistiche e condividerle anche attraverso i social media Collaborare alla realizzazione di campagne pubblicitarie cooperando con tutti gli attori del territorio | | Fattori che caratterizzano la vocazione turistica del territorio | **MODULO 03T.9 : LA RÉGION DU RHÔNE-ALPES** Situation géographique\*\*\*, Les attraits touristiques, Le tourisme d’affaires, la gastronomie\*\*\*, culture et traditions.  GRAMMATICA:AGGETTIVI INDEFINITI, ACCORDO PARTICIPIO PASSATO | 2 QUADRIMESTRE  maggio-giugno  NUMERO ORE 24 | 3,  4,  6 |
|  | | | | **Totale ore = 99** | |

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

| **03T. FRANCESE** | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **CLASSE QUINTA ACCOGLIENZA TURISTICA** | | | | | |
| COMPETENZA N°7 AREA INDIRIZZO  **NUCLEO TEMATICO DI RACCORDO:**  NUMERO 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 QUINTO 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 | TEMPI | (\*) |
| 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. | | Tecniche di analisi, di ricerca e di marketing congressuale e fieristico. Procedure per la gestione delle situazioni conflittuali o eventi imprevisti. | **MODULO 03T.10 : LA DEMANDE D’EMPLOI** La recherche d'un emploi\*\*\* ; Publier une petite annonce ; Des organismes ou événements pour l'emploi ; La lettre de motivation ; Le CV\*\*\* ; L'entretien d'embauche.\*\*\*  GRAMMATICA: Ripasso dei pronomi relativi invariabili, indefiniti e interrogativi; pronomi relativi variabili. | 1 QUADRIMESTRE  settembre -ottobre novembre  NUMERO ORE 18 | 4,  5,  8 |
| COMPETENZA N°8 AREA 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 delle figure professionali tra tradizione e innovazione  NUMERO 7  Lettura e promozione del territorio | 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 QUINTO 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 | TEMPI | (\*) |
| Posizionare l’offerta turistica identificando servizi primari e complementari per una proposta integrata coerente con il contesto e le esigenze della clientela. | | Strumenti e metodi per la  gestione dell’offerta turistica integrata secondo i principi di sostenibilità ambientale. | **MODULO 03T.11: LES DIFFÉRENTS TYPES DE TOURISME**  Le tourisme sportif ; Les nouveaux sports : la rando aquatique ; Le tourisme de montagne ;  Le tourisme de mémoire\*\*\*\* ; Le tourisme vert. \*\*\*  GRAMMATICA: la forma passiva e il discorso indiretto. | 1 QUADRIMESTRE  dicembre-gennaio    NUMERO ORE 18 | 3,  6,  10 |
| COMPETENZA N° 11 AREA INDIRIZZO  **NUCLEO TEMATICO DI RACCORDO:**  NUMERO 5  Valorizzazione del Made in Italy  NUMERO 6  Sviluppo delle attività e delle figure professionali tra tradizione e innovazione  NUMERO 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. | | | | |

| **03T. FRANCESE** | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| ABILITÀ | CONOSCENZE | CONTENUTI | TEMPI | (\*) |

| Collaborare alla realizzazione di attività innovative di pubblicizzazione di itinerari enogastronomici, artistici, naturalistici per promuovere l’immagine e la valorizzazione del territorio | | 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 03T.12: LA CÔTE DE L’ÉMILIE**  **ROMAGNE**  Rimini: les attraits touristiques ; Ravenne: les manifestations ; Bologne\*\*\* : les monuments ; Parme: les attraits touristiques, la gastronomie, les monuments. Reggio Emilia \*\*\*: les monuments, les places, les théâtres les plus importants.  GRAMMATICA: frasi ipotetiche, temporali, causali, finali. | 1-2 QUADRIMESTRE  gennaio- febbraio-marzo  NUMERO ORE 20 | 5,  6,  10 |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| COMPETENZA N° 11 AREA INDIRIZZO  **NUCLEO TEMATICO DI RACCORDO:**  NUMERO 5  Valorizzazione del Made in Italy  NUMERO 6  Sviluppo delle attività e delle figure professionali tra tradizione e innovazione  NUMERO 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 (francese) | | | | |
| 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 (francese) | | | | |
| ABILITÀ | | CONOSCENZE | CONTENUTI | TEMPI | (\*) |
| Predisporre azioni a supporto della domanda potenziale di prodotti e servizi turistici. | | 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 03T.13: LA RÉGION PACA**  La géographie ;\*\*\* Les manifestations culturelles et sportives ; La gastronomie ; \*\*\* L’artisanat ;  Les villes : Marseille\*\*\*, Nice\*\*\*, Cannes, Avignon, Arles, Aix en-Provence.  GRAMMATICA: il participio presente e il gerundio. | 2 QUADRIMESTRE  marzo-aprile-maggio  NUMERO ORE 24 | 3,  4,  6 |

| COMPETENZA N°8 AREA 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 delle figure professionali tra tradizione e innovazione  NUMERO 7  Lettura e promozione del territorio | 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, usando il web. | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| COMPETENZE INTERMEDIE QUINTO 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, usando il web. | | | | |
| ABILITÀ | | CONOSCENZE | CONTENUTI | TEMPI | (\*) |

| **03T. FRANCESE** | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Posizionare l’offerta turistica identificando servizi primari e complementari per una proposta integrata coerente con il contesto e le esigenze del cliente.  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.  Modalità di calcolo dei margini di guadagno. | **MODULO 03T.14: ITINÉRAIRES TOURISTIQUES**  La rédaction d’un itinéraire\*\*\* ; La nominalisation. \*\*\*  GRAMMATICA: congiuntivo presente e verbi di opinione/sentimento. | 2 QUADRIMESTRE  maggio-giugno  NUMERO ORE 19 | 6,  7,  10 |
|  | | | **Totale ore = 99** | |

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