| **03T. FRANCESE TRIENNIO 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** |

| **03T.FRANCESE**  |
| --- |
| **CLASSE TERZA ENOGASTRONOMIA -SALA E VENDITA** |
| COMPETENZA N° 1 AREA INDIRIZZO**NUCLEO TEMATICO DI RACCORDO:**NUMERO 5Valorizzazione del “Made in Italy”NUMERO 6*Sviluppo delle attività e delle figure professionali 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  | 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 03T.1 : REVISION/LE TRAVAIL AU RESTAURANT** Il personale: la brigata del ristorante.\*\*\* L’abbigliamento del personale\*\*\* La mise en place.\*\*\*: Le attrezzature,, gli utensili.GRAMMATICA\*\*\* : ripasso principali verbi al presente, passato prossimo e imperativo, i gallicismi, la frase negativa e interrogativa, i partitivi. | 1 QUADRIMESTRESETTEMBRE/OTTOBRENUMERO ORE: 20 | 5, 7 |
| COMPETENZA N°6 AREA INDIRIZZO**NUCLEO TEMATICO DI RACCORDO:**NUMERO 1Centralità del clienteNUMERO 8la “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  | 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. | Principali tecniche di comunicazione scritta, verbale e digitale, anche in lingua straniera. | **MODULO 03T.2: L’ACCUEIL DES CLIENTS** La comunicazione al ristorante: La presa di contatto e l’accoglienza dei clienti.\*\*\* L’accoglienza telefonica dei clienti.\*\*\*LE RAPPORT DE STAGE GRAMMATICA : i pronomi personali COD e COI, “Y” e “EN”, i verbi impersonali e riflessivi\*\*\*, l’imperfetto \*\*\*e differenza d’uso passato prossimo-imperfetto | 1 QUADRIMESTRENOVEMBRE/DICEMBRE/GENNAIONUMERO ORE: 30 | 5 |

| **03T.FRANCESE**  |
| --- |
|  |
| COMPETENZA N°6 AREA INDIRIZZO**NUCLEO TEMATICO DI RACCORDO:**NUMERO 1 Centralità del clienteNUMERO 8la “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  | TEMPI | (\*) |
| Assistere il cliente nella fruizione dei servizi, prestando adeguata attenzione a preferenze e richieste  | Tecniche di ascolto attivo del cliente. | **MODULO 03T. 3: LA COMMANDE** La carta e il menu.\*\*\*La composizione della carta in Francia. I diversi tipi di menu\*\*\*I diversi tipi di servizio\*\*\*GRAMMATICA: i pronomi relativi semplici\*\*\*, il futuro. | 2 QUADRIMESTREFEBBRAIO/MARZONUMERO ORE: 25  | 5, 7 |
| COMPETENZA N°4 AREA INDIRIZZO**NUCLEO TEMATICO DI RACCORDO:**NUMERO 1. 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 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  | TEMPI | (\*) |
| 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. | Criteri di scelta delle Materie prime/prodotti/servizi (certificazioni, stagionalità, prossimità ed eco-sostenibilità | **MODULO 03T.4: LES BOISSONS** La professione del barman. Gli strumenti del barman\*\*\*. Le bevande I cocktails \*\*\*GRAMMATICA : cenni al comparativo e superlativo, il condizionale | 2 QUADRIMESTREAPRILE/MAGGIO/GIUGNONUMERO ORE: 24  | 5 |
|  | **Totale ore = 99** |

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

| **03T. FRANCESE**  |
| --- |
| **CLASSE QUARTA ENOGASTRONOMIA - SALA-BAR** |
| COMPETENZA N°1 AREA INDIRIZZO**NUCLEO TEMATICO DI RACCORDO:**NUMERO 5Valorizzazione del “Made in Italy”NUMERO 6*Sviluppo delle attività e delle figure professionali 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  | TEMPI | (\* |
| 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. | Marchi di qualità e sistemi di tutela dei prodotti enogastronomici di eccellenza. Risorse enogastronomiche /culturali territoriali e nazionali. | **MODULO 03T.5: RÉVISION/LES VINS** Ripasso del lessico degli utensili\*\*\*, delle attrezzature usate e delle azioni\*\*\* svolte al bar, le quantità. Le regioni vinicole francesi. \*\*\*. Il lessico del vino\*\*\*, le caratteristiche dei vini, l’abbinamento vini/portate.Qualche vino francese. GRAMMATICA: ripasso, se necessario, di: passato prossimo, imperfetto, i pronomi personali complemento, i partitivi. Il futuro e condizionale, i pronomi relativi.  | 1 QUADRIMESTRESETTEMBRE/OTTOBRE/NOVEMBRE NUMERO ORE : 25  | 3, 4, 5, 6, 7 |
| COMPETENZA N°4 AREA INDIRIZZO**NUCLEO TEMATICO DI RACCORDO:**NUMERO 1. 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 ed 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 | (\*) |
| Favorire la diffusione di abitudini e stili di vita equilibrati attraverso l’offerta di prodotti e servizi tradizionali, innovativi e sostenibili. | Gli stili alimentari e le diete moderne. | **MODULO 03T.6: ALIMENTATION ET SANTÉ** Come mangiare in modo equilibrato.\*\*\*I cereali.I gruppi alimentari.\*\*\*La piramide alimentare. Alcune ricette. GRAMMATICA: Approfondimento accordo participio passato, i pronomi indefiniti (cenni)  | 1 QUADRIMESTRENOVEMBRE/DICEMBRE/GENNAIO NUMERO ORE : 25 | 5,7 |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| COMPETENZA N° 6 AREA INDIRIZZO**NUCLEO TEMATICO DI RACCORDO:**NUMERO 1 Centralità del clienteNUMERO 8la “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  | (\*) |
| Applicare procedure e tecniche di comunicazione nei confronti del cliente anche straniero per rilevarne i bisogni e anticipare possibili soluzioni nel rispetto della sua cultura Adattare la propria interazione con il cliente nel rispetto dei differenti stili comunicativi e valori | Elementi di marketing strategico dei servizi turistici e meccanismi di fidelizzazione del cliente. Tecniche di interazione con la clientela con bisogni specifici. Terminologia tecnica, specifica del settore, anche in lingua straniera. | **MODULO 03T.7 : LA GESTION D’UN RESTAURANT** Le varie tappe: dallo studio di mercato, alla promozione\*\*\*, ai rapporti con la clientela e i fornitori. Comprensione e creazione di dépliant pubblicitari e siti internet. \*\*\*GRAMMATICA: i pronomi dimostrativi , possessivi e relativi. |  2 QUADRIMESTRE FEBBRAIO/MARZO NUMERO ORE 25  | 5, 6, 7 |
| COMPETENZA N° 1 AREA INDIRIZZO**NUCLEO TEMATICO DI RACCORDO:**NUMERO 5Valorizzazione del “Made in Italy”NUMERO 6*Sviluppo delle attività e delle figure professionali 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  | TEMPI  | (\*) |
| 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. | Marchi di qualità e sistemi di tutela dei prodotti enogastronomici di eccellenza. Risorse enogastronomiche/ culturali territoriali e nazionali. | **MODULO 03T.8: LES PRODUITS DU TERROIR**Prodotti tipici francesi\*\*\*: Roquefort, foie gras; Confronto con prodotti tipici dell’Italia: Gorgonzola, Poutargue.Le Champagne.\*\*\*LESSICO : LE RAPPORT DE STAGE  |  2 QUADRIMESTREAPRILE/MAGGIO/GIUGNO NUMERO ORE 24  | 3,4, 5, 6, 7 |

|  | **Totale ore = 99** |
| --- | --- |

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

| **03T. FRANCESE**  |
| --- |
| **CLASSE QUINTA ENOGASTRONOMIA - SALA-BAR** |
| COMPETENZA N°6 AREA INDIRIZZO**NUCLEO TEMATICO DI RACCORDO:**NUMERO 1 Centralità del clienteNUMERO 8la “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 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. | Principali tecniche di comunicazione e relazioni interpersonali e interculturali, anche in lingua straniera. | **MODULO 03T.9 : L'HÔTELLERIE ET LA** **RESTAURATION** La ristorazione commerciale e collettiva\*\*\* a carattere sociale : differenza, esempi di attività commerciali \*\*\* in Italia e in Francia. Come organizzare un banchetto.\*\*\* Il buffet\*\*\*: i vari tipi di buffet.GRAMMATICA: ripasso dei pronomi relativi semplici e tempi verbali, se necessario.CIVILTÀ: Lo street food | 1 QUADRIMESTRESETTEMBRE/OTTOBRE/NOVEMBRE NUMERO ORE : 25  | 3, 4, 5, 6 |
| COMPETENZA N°4 AREA INDIRIZZO**NUCLEO TEMATICO DI RACCORDO:**NUMERO 1. 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 QUINTO 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  | TEMPI | (\*) |

| 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. | Valore culturale del cibo e rapporto tra enogastronomia, società e cultura di un territorio. | **MODULO 03T.10: À CHACUN SON RÉGIME**La dieta mediterranea\*\*\* ;Il vegetarismo e il veganismo.\*\*\* ; La dieta macrobiotica; I regimi alternativiGRAMMATICA L’accordo del participio passato. | 1 QUADRIMESTRENOVEMBRE/DICEMBRE/GENNAIO NUMERO ORE : 25 | 4, 5 |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| COMPETENZA N°2 AREA INDIRIZZO**NUCLEO TEMATICO DI RACCORDO:**NUMERO 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 figureprofessionali 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 QUINTO 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  | TEMPI | (\*) |
| 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. | Tecniche di realizzazione, lavorazione e erogazione del prodotto/servizio. | **MODULO 03T.11: HYGIÈNE ET SÉCURITÉ** Gli alimenti a rischio deterioramento.\*\*\*, le modificazioni organolettiche, Le tecniche di conservazione con il calore\*\*\* , le tecniche di conservazione con il freddo\*\*\* GRAMMATICA Il participio presente e il gerundio |  2 QUADRIMESTRE FEBBRAIO/MARZO NUMERO ORE 25  | 4, 5 |
| COMPETENZA N° 3 AREA INDIRIZZO**NUCLEO TEMATICO DI RACCORDO:**NUMERO 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. | Normativa igienico- sanitaria e procedura di autocontrollo HACCP | **MODULO 03T.12: L’HACCP ET LA QUALITÉ DES PRODUITS** Il sistema dell’HACCP.\*\*\*I marchi.\*\*\*Gli additivi.La tracciabilitàGRAMMATICA I connettori logici |  2 QUADRIMESTREAPRILE/MAGGIO/GIUGNO NUMERO ORE 24  | 4, 5 |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Totale ore = 99** |

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