| **16T INGLESE TECNICO** | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **CLASSE TERZA ACCOGLIENZA TURISTICA** | | | | | |
| COMPETENZA N°9  AREA INDIRIZZO  NUCLEI TEMATICI DI RACCORDO:  N.1. Centralità del cliente. N.2. Pianificazione e gestione di prodotti e/o di servizi. N.4. Cultura della “qualità totale” dei prodotti e/o dei servizi. N. 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.  Utilizzare software gestionali. | | 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. Software applicativi. | **MODULO 16T.01 SPEAKING: ON THE PHONE**  Phone call: Use common phone call phrases\*\*\* ; use common phrases for introducing oneself on the phone\*\*\*; obtain information by means of a phone call.\*\*, recognizing and using phrases for problem calls\*\* ,Tell the caller to wait while the person being called comes to the phone. Write down a message left by the caller. Thanks for calling\*\*\* , Know how to end the phone call. \*\*\* | PRIMO Q.  SETTEMBRE-OTTOBRE numero ore: 10 | 2, 3, 5, 6, 7, 8, 10, 11, 12 |
| COMPETENZA N°6  AREA INDIRIZZO  NUCLEI TEMATICI DI RACCORDO:  N.1 CENTRALITA’ DEL CLIENTE  N.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 | 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. 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. Elementi di marketing operativo dei servizi enogastronomici e turistici. Tecniche e strumenti di rilevazione delle aspettative e di analisi del gradimento. | **MODULO 16T.02 PHASE 1 – GUEST CONTACT**  Enquiring about a hotel: asking for and giving  information about hotel facilities and services, rates, room availability.\*\*\*  Phraseology: hotel rooms; types of beds; hotel rates; meals in hotels; hotel facilities \*\*\*  Speaking / listening: how to answer the phone; \*\*\*  Reading / Writing: how to write a business letter / email – enquiries and replies to enquiries.\*\*\* | PRIMO Q.  OTTOBRE- NOVEMBRE- DICEMBRE  numero ore:  20 | 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 11, 12 |
|  | |  | **MODULO 16T.03 PHASE 1 – HOTEL BOOKING**  Booking a hotel: reserving a room and confirming booking by phone or by mail. \*\*\*  Phraseology: Hotel areas and sections; the reception area; room services and facilities.\*\*\*  Speaking / listening: talking on the phone;  Reading / Writing: how to write a booking and a confirmation letter / email.\*\*\*  **MODULO 16T.04 PHASE 2 – WELCOMING GUESTS**  The check-in : welcoming customers\*\*\*, registering them\*\*\*, giving information, showing them to their rooms.\*\*  Phraseology: hotel services and meeting facilities.  Speaking / listening: how to receive the guests at the check-in desk\*\*\*;  Writing: how to fill in a registration card.\*\*  **MODULO 16T.05 PHASE 2 – HELPING GUESTS**  The concierge’s desk: dealing with the guests’ requests; handling messages; dealing with complaints.\*\*\* Speaking / listening: helping guests at the concierge’s desk; finding solutions.  **MODULO 16T.06 PHASE 3 – CHECKING OUT**  The check out: giving the bill, exchanging money, saying goodbye to customers.\*\*\*  Phraseology: means of payment \*\*  Speaking / listening: dialogue for the check-out phase. | PRIMO Q.  DICEMBRE. GENNAIO  numero ore:  10  SECONDO Q.  FEBBRAIO  numero ore:  10  SECONDO Q.  MARZO-  APRILE  numero ore:  10  SECONDO Q.  MAGGIO  numero ore:  6 |  |
|  | | | | Totale ore = 66 | |

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

| **16T INGLESE TECNICO** | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **CLASSE QUARTA ACCOGLIENZA TURISTICA** | | | | | |
| COMPETENZA N°6  AREA INDIRIZZO  NUCLEI TEMATICI DI RACCORDO:  N.1 CENTRALITA’ DEL CLIENTE  N.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  Transportation: land, air and water transportation  Speaking / listening: announcements; ticket booking; timetables; announcements. Customer care: how to lead a group on a bus.  Writing: Transport brochures and leaflets | tempi | (\*) |
| Gestire, anche in collaborazione con gli altri, la comunicazione professionale con il cliente personalizzando il servizio in base alle esigenze speciali. Applicare procedure e tecniche di comunicazione nei confronti del cliente anche straniero per rilevarne i bisogni e anticipare possibili soluzioni nel rispetto della sua cultura. Adattare la propria interazione con il cliente nel rispetto dei differenti stili comunicativi e valori. | | Elementi di antropologia culturale. Tipologia di servizi offerti dalle strutture ricettive. Tecniche di interazione con la clientela con bisogni specifici. Terminologia tecnica, specifica del settore, anche in lingua straniera. Elementi di marketing strategico dei servizi turistici e meccanismi di fidelizzazione del cliente. | **MODULO 16T.07 GUEST CYCLE PHASES 2 AND 3 (REVISION)**  Welcoming guests; assisting guests; dealing with requests and complaints; checking out;  Phraseology: at a hotel reception\*\*\*;  Speaking / listening: how to deal with requests and problems\*\*\*; leading a group. | PRIMO Q.  OTTOBRE  -GENNAIO  NUMERO DI ORE: 18 | 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 11, 12 |
| COMPETENZA N°9  AREA INDIRIZZO  NUCLEI TEMATICI DI RACCORDO:  N.1. Centralità del cliente. N.2. Pianificazione e gestione di prodotti e/o di servizi. N.4. Cultura della “qualità totale” dei prodotti e/o dei servizi. N. 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.  Tradurre i dati della customer satisfaction in proposte di miglioramento del prodotto/servizio erogato. | | Metodologie e tecniche di gestione dell’accoglienza in relazione alla tipologia dei servizi e al target di clientela. Metodologie e tecniche di promozione territoriale. Terminologia di settore, anche in lingua straniera. | **MODULO 16T.08 SELF CATERING ACCOMMODATION**  Self-catering accommodation: non-serviced accommodation; on your own accommodation; new forms of accommodation.  Phraseology: at a hostel; camping-site; apartment/home- facilities and services.  Speaking / listening: how to give information about facilities and services\*\*\*;  Writing: dealing with modifications and cancellations; self catering accommodation brochures | SECONDO Q.  FEBBRAIO- MAGGIO  NUMERO DI ORE: 15 | 2, 3, 5, 6, 7, 8, 10, 11, 12 |
|  | |  | **E’ inoltre prevista la presenza di un insegnante madrelingua previa presentazione e approvazione del progetto.** |  |  |
|  | | | | Totale ore = 33 | |

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

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **16T INGLESE TECNICO** | | | | | |
| **CLASSE QUINTA ACCOGLIENZA TURISTICA** | | | | | |
| COMPETENZA N°11  AREA INDIRIZZO  NUCLEI TEMATICI DI RACCORDO  N.5. valorizzazione del “made in Italy”;  N.6. sviluppo delle attività e delle figure professionali tra tradizione e innovazione;  N.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 | (\*) |
| Progettare attività/iniziative di varia tipologia atte a valorizzare le tipicità del territorio. Attuare l’informazione e la promozione di itinerari enogastronomici, artistici, naturalistici, eventi, attrazioni riferiti al territorio di appartenenza. Predisporre azioni a supporto della domanda potenziale di prodotti e servizi turistici. Collaborare alla realizzazione di attività innovative di pubblicizzazione di itinerari enogastronomici, artistici, naturalistici per promuovere l’immagine e la valorizzazione del territorio . | | 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 16T.08 ACTIVITIES**  Cultural activities\*\*\*: man-made attractions; natural attractions; purpose-built attractions  Tics, food and entertainment: tourist information centres; eating out and shopping; entertainment  Vocabulary\*\*\*: buildings; works of art; meals; menus  Phraseology: directions\*\*\*; buying and selling  Grammar: modals and semi-modals (past tenses); relative clauses  Speaklistening: at a front office of a museum; at a tourist information centre  Customer care\*\*\*: how to welcome group of tourists; how to give information  Marketing: brochures on attractions and entertainment  Writing: quotation for a school group and a catering event | PRIMO QUADRIMESTRE, SETT.-  DIC.  ORE: 26 | 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 10, 11, 12. |
| COMPETENZA N°7  AREA INDIRIZZO  NUCLEI TEMATICI DI RACCORDO  N.5. valorizzazione del “made in Italy”;  N.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 .Definire le specifiche per l’allestimento degli spazi e per le operazioni di banqueting/catering. Determinare le modalità e i tempi di erogazione delle singole attività per la realizzazione dell’evento. | | Tecniche, metodi e tempi per l’organizzazione logistica di catering/eventi. Tecniche di allestimento della sala per servizi banqueting e catering. Principi di estetica e tecniche di presentazione di piatti e bevande. Procedure per la gestione delle situazioni conflittuali o eventi imprevisti. | **MODULO 16T.09 REGGIO EMILIA TOUR**  Vocabulary\*\*\*: buildings; works of art; meals; menus  Phraseology: directions\*\*\*; buying and selling  Speaklistening: giving directions to a group of tourists.\*\*\*  Customer care: how to welcome group of tourists; how to give information\*\*\*  Marketing: brochures on attractions and entertainment  Writing: quotation for a group | PRIMO- SECONDO QUADRIGENN.-  MARZO  ORE: 20 | 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 10, 11, 12 |
| COMPETENZA N°6  AREA INDIRIZZO  NUCLEI TEMATICI DI RACCORDO  N.1. centralità del cliente;  N.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 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 16T.10 WORKING AT A FRONT DESK**  Vocabulary\*\*\*: greetings; apologising; attractions;  Phraseology: asking questions and giving directions  Speaklistening: giving directions to the guests  Marketing: brochures on accommodations and attractions  Writing:quotation for guest welcome | SECONDO QUADRIMESTRE  MARZO-MAGGIO  ORE: 20 | 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 11, 12 |
|  | | | | Totale ore = 66 | |

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