**PROGRAMMAZIONE SECONDO TRIENNIO**

|  |  |
| --- | --- |
| \*(obbiettivi minimi della disciplina in termini di conoscenze/competenze/abilità)  \*\*(gli obbiettivi minimi richiesti in sede diesami integrativi e/o di idoneità). \*\*\*(obbiettivi che includono il punto A e il punto B).  \*\*\*( |  |

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

**PREMESSA: *\*per gli studenti che seguono obiettivi riconducibili ai programmi ministeriali, i singoli moduli saranno adattati modificando il grado di approfondimento dei contenuti, nel rispetto delle specificità di ciascun studente.***

| **10T LABORATORIO DI SALA E VENDITA** | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **CLASSE TERZA** | | | | |
| **Nucleo tematico di raccordo:**  **numero 1**  ***centralità del cliente*** | **COMPETENZA N° 6**  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.  **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. | | | |
| **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. | **Il professionista e la persona:**  **10T.1 Relazioni con i clienti**  *\*Il nostro prodotto: il servizio.*  *\*La prenotazione.*  *\*L’accoglienza.*  ***10T.2 La comanda*** *\*\*\**  *\*Il pagamento.*  *\*Il commiato.*  I reclami.  Tipologie di clienti  Le forme di comunicazione.  Prossemica. | **PRIMO QUADRIMESTRE**  **SETTEMBRE/OTTOBRE**  **NUMERO ORE: 40**  **TOTALE ORE**  **40** | 1  2  3  5  7  8  10 |
| **Nucleo tematico di raccordo:**  **numero 1**  ***centralità del cliente*** | **Competenza n°4**  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** | (\*) |
| 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. | **La carta :**  Aspetti tecnici.  Aspetti gestionali.  *\*La carta delle vivande.*  *\*Il menu.\*\*\**  *\*La carta dei vini.*  La carta dei dessert.  La carta delle acque.  *\*La carta del bar.*  La carta esposta. | **PRIMO QUADRIMESTRE**  **NOVEMBRE/DICEMBRE**  **NUMERO ORE: 40**  **TOTALE ORE 40** | 1  2  3  5  7  8  10 |
| **Nucleo tematico di raccordo:**  **numero 3**  ***interventi di messa in sicurezza*** | **Competenza n°3**  Applicare correttamente il sistema HACCP, la normativa sulla sicurezza e sulla salute nei luoghi di  lavoro.  **Competenza n. 8**  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** | (\*) |
| Prefigurare forme comportamentali  di prevenzione del rischio  Applicare i protocolli di autocontrollo  relativi all’igiene e alla sicurezza  Leggere 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 lavoratori nei contesti  professionali di  riferimento: norme  specifiche (D. Lgs.  81/2008). | **Professione cameriere:**  **10T.3 Buffet e tavoli per banchetti**  *\*Il buffet*.  **10T.4 Stili di servizio complementari: Presentazione**  *\*Servizio con carrello.\*\*\**  *\*Servizio con buffet.\*\*\**  *\*Servizio con vassoio operativo.*  **10T.5 Tecniche di trancio :**  *\*Principali indicazioni.*  *\*Taglio della frutta.*  Filettatura dei pesci.  Taglio delle carni.  **10T.6 Cucina di sala :**  *\*Cucinare in sala.*  *\*Preparazione di ingredienti e attrezzature.*  Le ricette. | **PRIMO QUADRIMESTRE**  **DICEMBRE/ GENNAIO**  **NUMERO ORE: 20**  **SECONDO QUADRIMESTRE**  **FEBBRAIO/MARZO**  **NUMERO ORE:30**  **APRILE /MAGGIO**  **NUMERO ORE:30**  **TOTALE ORE 80** | 1  2  3  5  7  8  10 |
| **Nucleo tematico di raccordo:**  **numero 7 *lettura e promozione del territorio*** | **Competenza n.5**  Valorizzare l’elaborazione e la presentazione di prodotti dolciari e di panificazione locali, nazionali e internazionali utilizzando tecniche tradizionali e innovative  **Competenza n°7**  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.  **Competenza n. 11**  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** | (\*) |
| 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 evento | Tecniche di base di  organizzazione e programmazione di  eventi  Norme e disposizioni a  tutela della sicurezza  dell’ambiente del lavoro.  Le tradizioni culturali ed  enogastronomiche in  riferimento all’assetto  agroalimentare di un  territorio e all’assetto  turistico.  Strumenti per la  gestione organizzativa e  la promozione di eventi. | **MODULO**  **10T.7 Enologia :**  La vite.  *\*La fermentazione alcolica.*  *\*La vinificazione.*  Spumante.  Champagne.  L’etichetta del vino.  **10T.8 Professionista barista :**  *\*La birra*  **Vini aromatizzati e vini liquorosi :**  *\*Caratteristiche generali.*  **La preparazione dei cocktails :**  *\*Le attrezzature.*  *\*Tecniche di mescita.*  *\*Tecniche di miscelazione.*  **Ricettario di cocktails.**  *\*Presentazione.*  Le famiglie dei cocktails.  Classificazione dei drink.  Le ricette. | **SECONDO QUADRIMESTRE**  **FEBBRAIO/MARZO/APRILE**  **NUMERO ORE:64**  **APRILE /MAGGIO**  **NUMERO ORE:40**  **TOTALE ORE 104** |  |
|  |  |  | **Totale ore terzo anno**  **264** |  |

| **10T SALA BAR E VENDITA** | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **CLASSE QUARTA** | | | | | |
| **nucleo tematico di raccordo:**  **numero 2**  ***Pianificazione e gestione di servizi e/o prodotti*** | **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* | | | | |
| 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.  Individuare le inefficienze e le carenze dei servizi erogati in rapporto alle aspettative dei clienti.  Tradurre i dati della customer satisfaction in proposte di 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.  Terminologia di settore, anche in lingua straniera.  Livelli e standard di qualità del servizio/offerta erogato. | **MODULO: 10T.9 LA VENDITA**  *\*Che cosa intendiamo per “vendita”,*  Tipi diversi di vendita,  Le regole della vendita. | **PRIMO QUADRIMESTRE**  **SETTEMBRE**  **NUMERO ORE: 14**  **TOTALE ORE14** | 2  5  7 |
| **nucleo tematico di raccordo:**  **numero 3**  ***interventi di messa in sicurezza*** | **COMPETENZA N°3**  Applicare correttamente il sistema HACCP, la normativa sulla sicurezza e sulla salute nei luoghi di lavoro. | | | | |
| ABILITÀ | | CONOSCENZE | CONTENUTI | tempi | (\*) |
| Applicare procedure per la segnalazione delle non conformità.  Applicare le norme per la tutela e sicurezza del cliente con particolare riferimento a bambini, anziani, diversamente abili. | | Normativa relativa alla sicurezza sul lavoro e antinfortunistica.  Fattori di rischio professionale e ambientale.  Normativa sulla tutela e sicurezza del cliente. | **MODULO: 10T.10 OBBLIGHI E RESPONSABILITA’**  *\*Presentazione*  Obblighi e responsabilità del datore di lavoro,  *\*Obblighi e responsabilità dei dipendenti,*  Obblighi del cliente, | **PRIMO QUADRIMESTRE**  **SETTEMBRE/OTTOBRE**  **NUMERO ORE: 21**  **TOTALE ORE 21** | 1  2  5  10 |
| **nucleo tematico di raccordo:**  **numero 4**  ***cultura della “qualità totale” dei prodotti e/o dei servizi*** | **COMPETENZA N°4**  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, 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 abitudine e stili di vita equilibrati attraverso l’offerta di prodotti e servizi tradizionali, innovativi e sostenibili. | | Principali sviluppi contemporanei in termini di: materie prime e loro derivati, tecniche professionali, materiali e attrezzature.  Tecniche di analisi delle componenti di un prezzo di vendita e degli indicatori di gestione. | **MODULO: 10T.11 ALTRI SERVIZI**  *\*Servizio di aperitivi, caffè e digestivi,*  *\*Servizi di insalate,*  *\*Complementi di servizio,*  Caviale, salmone affumicato,  Frutti di mare crudi,  *\*Prosciutto crudo, filetto alla tartara,*  Servizio dei formaggi, dei dolci,  *\*Servizio della frutta*. | **PRIMO QUADRIMESTRE**  **OTTOBRE/NOVEMBRE**  **NUMERO ORE: 35**  **TOTALE ORE 35** | 4  5  7 |
| **nucleo tematico di raccordo:**  **numero 8**  ***“customer care”*** | **COMPETENZA N°1**  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 | tempi | (\*) |
| Identificare il legame dei prodotti e servizi con il territorio, riconoscendone la qualità di filiera e, attraverso tecniche tradizionali di lavorazioni/commercializzazione, promuoverne la valorizzazione. | | Risorse enogastronomiche/culturali territoriali e nazionali. | **MODULO: 10T.12 LA CUCINA DI SALA**  *\*Cucinare in sala,*  *\*Tecniche di lavorazione,*  Ricettario, preparazione di ingredienti e attrezzatura | **PRIMO QUADRIMESTRE**  **NOVEMBRE/DICEMBRE/ GENNAIO**  **NUMERO ORE:28**  **SECONDO QUADRIMESTRE**  **APRILE /MAGGIO**  **NUMERO ORE: 28**  **TOTALE ORE 56** | 2  4  10 |
| **nucleo tematico di raccordo:**  **numero 5**  ***valorizzazione del “made in Italy*”** | **COMPETENZA N° 7**  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  relazione alla | | CONOSCENZE | CONTENUTI | tempi | (\*) |
| Identificare le caratteristiche funzionali e strutturali dei servizi da erogare in relazione alla tipologia di evento da realizzare e al budget disponibile.  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 promozioni del Made in Italy. | | Strumenti per la gestione organizzativa e la promozione di eventi.  Strategie di comunicazione e strumenti di pubblicità dei prodotti e dei servizi. | **MODULO 10T.13 DEGUSTAZIONE E ABBINAMENTO DEL VINO.**  \*La teoria per l’esame olfattivo,  \*La teoria per l’esame gustativo,  Per una corretta degustazione,  *\*Degustazione: esame visivo, olfattivo, gustativo,*  *Considerazioni finali,*  *\*Temperature del vino.* | **SECONDO QUADRIMESTRE**  **FEBBRAIO/MARZO**  **NUMERO ORE:21**  **APRILE /MAGGIO**  **NUMERO ORE: 21**  **TOTALE ORE 42** | 2  3  5 |
| **Nucleo tematico di raccordo:**  **Numero 4**  ***cultura della “qualità totale” dei prodotti e/o dei servizi*** | **COMPETENZA N°2**  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 | (\*) |
| Identificare le risorse necessarie per la realizzazione del prodotto/servizio programmato.  Individuare eventuali criticità nei principali processi di pianificazione, approvvigionamento, produzione e vendita di prodotti e servizi.  Riconoscere le principali tendenze evolutive, tecnologiche e di mercato, relative al settore dell’enogastronomia e dell’ospitalità alberghiera. | | Tecniche di approvvigionamento e gestione delle merci.  Tecniche di programmazione, controllo dei costi e organizzazione della produzione di settore: definizione di compiti, tempi e modalità operative.  Principali comportamenti, abitudini, stili di acquisto e consumo: fattori economici, sociali e culturali | **MODULO 10T.14 IL BAR**  Distillazione, Acquaviti E Liquori  *\*Preparazioni Dei Cocktail: Tecnica Di Mescita,*  La Birra E Tecniche Di Degustazione  *\*Decorazione E Guarnizione*  Come Calcolare L’alcol Nei Drink  Avvertenze E Regole Di Esecuzione  La Famiglia Dei Cocktail, Classificazione Dei Drink  Cocktail Mondiali  *\*Snack: Uso Delle Attrezzature, Gestione Del Servizio, Le Preparazioni Di Base \*\*\** | **PRIMO QUADRIMESTRE**  **DICEMBRE/GENNAIO**  **NUMERO ORE: 14**  **SECONDO QUADRIMESTRE**  **FEBBRAIO/MARZO**  **NUMERO ORE:21**  **APRILE /MAGGIO**  **NUMERO ORE: 28**  **TOTALE ORE 63** | 2  7  8  10 |
|  | |  |  | **Totale ore quarto anno**  **231** |  |

| **10T SALA BAR E VENDITA** | | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **CLASSE QUINTA** | | | | | | |
| **Nucleo tematico di raccordo:**  **numero 2**  ***pianificazione e gestione di prodotti e/o di***  ***servizi*** | ***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.* | | | | | |
| ABILITÀ | | CONOSCENZE | | CONTENUTI | tempi | (\*) |
| Gestire la fidelizzazione del cliente mediante la programmazione di  iniziative di *customer care* e di *customer satisfaction.*  Rilevare il grado di soddisfazione della clientela e tradurre i risultati dei rilevamenti in proposte migliorative del prodotto/servizio. | | Metodologie e tecniche di diffusione e promozione delle  diverse iniziative, dei progetti e delle attività. | | **MODULO 10T.15 l’AZIENDA DIGITALE E LA GESTIONE DEGLI ACQUISTI**  \*L’azienda digitale  \*La gestione degli acquisti | **PRIMO QUADRIMESTRE**  **SETTEMBRE/OTTOBRE**  **NUMERO ORE: 21**  **TOTALE ORE 21** | 2  3  8  10  11  12 |
| **Nucleo tematico di raccordo:**  **numero 3**  ***interventi di messa in sicurezza*** | ***COMPETENZA N° 3***  *Applicare correttamente il sistema HACCP, la normativa sulla sicurezza e sulla salute nei luoghi di lavoro.* | | | | | |
| ABILITÀ | | CONOSCENZE | | CONTENUTI | tempi | (\*) |
| Applicare efficacemente il sistema di autocontrollo per la sicurezza dei  prodotti alimentari in conformità alla normativa regionale, nazionale e comunitaria in materia di HACCP.  Formulare proposte di miglioramento delle soluzioni organizzative/layout dell'ambiente di lavoro per evitare fonti di rischio | | Normativa igienicosanitaria e procedura di autocontrollo HACCP  Normativa relativa alla tutela della riservatezza dei dati personali  Normativa volta alla tutela e sicurezza del cliente. | | **MODULO 10T.16 OBBLIGHI E RESPONSABILITA’**  \*Obblighi e responsabilità del datore di lavoro  \*Obblighi e responsabilità del dipendente  \*Obblighi del cliente  Conoscere delibera regionale Emilia Romagna inerente all’haccp\*\* | **PRIMO QUADRIMESTRE**  **SETTEMBRE/OTTOBRE**  **NUMERO ORE: 14**  **TOTALE ORE 14** | 2  11 |
| **Nucleo tematico di raccordo:**  **numero 7**  ***lettura e promozione del territorio*** | ***COMPETENZA N° 4***  *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 | (\*) |
| Predisporre e servire prodotti enogastronomici in base a specifiche  esigenze dietologiche e/o disturbi e limitazioni alimentari.  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. | | Tecniche per la preparazione e servizio di prodotti per i principali disturbi e limitazioni alimentari | | **MODULO 10T.17 LA VENDITA, LA CARTA, I COSTI E I PREZZI**  Il linguaggio della vendita  Le regole della persuasione  Vendita ed etica  Gli errori nella vendita  \*Calcolare il food cost  Il prezzo di vendita  \*Beverage cost e prezzi del vino | **PRIMO QUADRIMESTRE**  **OTTOBRE/NOVEMBRE**  **NUMERO ORE: 21**  **TOTALE ORE 21** | 2  3  5  7  8  10  11 |
| **Nucleo tematico di raccordo:**  **numero 6**  ***sviluppo delle attività e delle figure***  ***professionali tra tradizione e innovazione*** | **Competenza n. 10**  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.  **Competenza n. 11**  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 | (\*) |
| 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. ’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’evento  Valutare 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 servizi banqueting e catering.  Principi di estetica e tecniche di presentazione di piatti e bevande.  Tecniche di analisi, di ricerca e di marketing congressuale e fieristico.  Strumenti digitali per la gestione organizzativa e promozione di eventi.  Procedure per la gestione delle situazioni conflittuali o eventi imprevisti.. | | **MODULO: 10T.18 BUFFET, CATERING E BANQUETING: GESTIONE OPERATIVA**  Catering e banqueting: conosciamoli\*\*\*  \*I principali eventi  La location  Inizia lo show; lo spirito del servizio  Organizzazione preliminare: \*checklist e schemi  \*Esecuzione di un banchetto  \*Disposizione dei commensali | **PRIMO QUADRIMESTRE**  **NOVEMBRE/DICEMBRE**  **NUMERO ORE: 49**  **TOTALE ORE 49** | 2  3  4  5  11 |
| **Nucleo tematico di raccordo:**  **numero 4**  ***cultura della “qualità totale” dei prodotti e/o dei servizi*** | ***COMPETENZA N° 4***  *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 10T.19 ENOLOGIA/DEGUSTAZIONE E ABBINAMENTO DEL VINO**  \*La teoria dell’esame olfattivo.  \*La teoria dell’esame gustativo  Per una corretta degustazione  \*Degustazione esame visivo  Degustazione esame olfattivo  Degustazione esame gustativo  Degustazione considerazioni finali  \*Temperatura del vino  \*Temperatura di servizio  Abbinamento cibo vino\*\*\* | **PRIMO QUADRIMESTRE**  **GENNAIO**  **NUMERO ORE: 28**  **SECONDO QUADRIMESTRE**  **FEBBRAIO**  **NUMERO ORE: 14**  **TOTALE ORE 42** | 2  3  5  11 |
| **Nucleo tematico di raccordo:**  **Numero 4**  ***cultura della “qualità totale” dei prodotti e/o dei servizi*** | **COMPETENZA N°2**  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 | (\*) |
| Identificare le risorse necessarie per la realizzazione del prodotto/servizio programmato.  Individuare eventuali criticità nei principali processi di pianificazione, approvvigionamento, produzione e vendita di prodotti e servizi.  Riconoscere le principali tendenze evolutive, tecnologiche e di mercato, relative al settore dell’enogastronomia e dell’ospitalità alberghiera. | | | Tecniche di approvvigionamento e gestione delle merci.  Tecniche di programmazione, controllo dei costi e organizzazione della produzione di settore: definizione di compiti, tempi e modalità operative.  Principali comportamenti, abitudini, stili di acquisto e consumo: fattori economici, sociali e culturali | **MODULO 10T.20 IL BAR**  *\*Preparazioni Dei Cocktail: Tecnica Di Mescita,*  Come Calcolare L’alcol Nei Drink  Avvertenze E Regole Di Esecuzione  La Famiglia Dei Cocktail, Classificazione Dei Drink  Cocktail Mondiali  *\*Snack: Uso Delle Attrezzature, Gestione Del Servizio, Le Preparazioni Di Base \*\*\** | **SECONDO**  **QUADRIMESTRE**  **FEBBRAIO/MARZO**  **NUMERO ORE:28**  **TOTALE ORE 28** | 2  7  8  10 |
| **Nucleo tematico di raccordo:**  **numero 5**  *valorizzazione del “made in Italy*” | **COMPETENZA N° 7**  *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 | 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.  Strumenti digitali per la gestione organizzativa e promozione di eventi. | **MODULO 10T.21 VALORIZZAZIONE DEI PRODOTTI TIPICI**  La tipicità come argomento strategico  Che cos’è il prodotto tipico\*\*\*  La dimensione collettiva  Il valore del prodotto tipico  Forze e debolezze dei prodotti tipici  Il ruolo dei consumatori  I marchi di tutela dei prodotti\*\*\*  Il turismo enogastronomico  Approfondire i prodotti nella regione in cui vivi  Regioni: prodotti tipici, cucina e vini\*\*\* | **SECONDO QUADRIMESTRE**  **APRILE /MAGGIO**  **NUMERO ORE: 56**  **TOTALE ORE 56** | 1  2.  3  4  5  6  8  11 |
|  | | |  |  | **Totale ore quinto anno: 231** |  |