**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 comunicazionepiù 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 eindispensabili di una comunicazioneverbale (attenzione, ascolto,disponibilità) con il cliente ancheappartenente ad altre culture o conesigenze particolari.Applicare correttamente tecniche dicomunicazione idonee in contestiprofessionaliAssistere il cliente nella fruizione deiservizi, prestando adeguataattenzione a preferenze e richieste.  | Tecniche di ascoltoattivo del cliente.Principali tecniche dicomunicazione scritta,verbale e digitale, anchein lingua straniera.Elementi di marketingoperativo dei servizienogastronomici eturistici.Tecniche e strumenti dirilevazione delleaspettative e di analisidel 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 clientiLe forme di comunicazione.Prossemica. | **PRIMO QUADRIMESTRE****SETTEMBRE/OTTOBRE****NUMERO ORE: 40****TOTALE ORE****40** | 12357810 |
| **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 dellematerie prime e/o prodotti e diallestimento di servizi, e/o menù infunzione del contesto, delle esigenzedella clientela, della stagionalità e nelrispetto della filiera corta.Integrare le dimensioni legate allatutela dell’ambiente e allo svilupposostenibile alla pratica professionale.  |  Elementi di dietetica enutrizione.Criteri di scelta dellematerieprime/prodotti/servizi(certificazioni, stagionalità, prossimità,eco sostenibilità).Principi di ecosostenibilità applicati aisettori di riferimento.Tecniche per ridurre lospreco.Tecniche di base diorganizzazione, gestioneaziendale 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**  | 12357810 |
| **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 dilavoro.**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 comportamentalidi prevenzione del rischioApplicare i protocolli di autocontrollorelativi all’igiene e alla sicurezzaLeggere e interpretare le etichettealimentari.  | Le confezioni alimentarie le etichette deiprodotti.Norme di sicurezzaigienico sanitarie(HACCP).Dispositivi di protezionee misure di sicurezza peri lavoratori nei contestiprofessionali diriferimento: normespecifiche (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** | 12357810 |
| **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 patrimoniodelle 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 dieventi e/o progetti per la valorizzazione del Made in Italy conistituzioni, enti, soggetti economici eimprenditoriali.Riconoscere le caratteristichefunzionali e strutturali dei servizi daerogare in relazione alla specificatipologia di evento       | Tecniche di base diorganizzazione e programmazione dieventiNorme e disposizioni atutela della sicurezzadell’ambiente del lavoro.Le tradizioni culturali edenogastronomiche inriferimento all’assettoagroalimentare di unterritorio e all’assettoturistico.Strumenti per lagestione organizzativa ela 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** | 257 |
| **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** | 12510  |
| **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** | 457 |
| **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** | 2410 |
| **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** | 235 |
| **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 EsecuzioneLa 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** | 27810  |
|  |  |  | **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 diiniziative 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 dellediverse 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** | 238101112 |
| **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 deiprodotti 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 HACCPNormativa relativa alla tutela della riservatezza dei dati personaliNormativa 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 clienteConoscere delibera regionale Emilia Romagna inerente all’haccp\*\* | **PRIMO QUADRIMESTRE****SETTEMBRE/OTTOBRE****NUMERO ORE: 14****TOTALE ORE 14** | 211 |
| **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 specificheesigenze dietologiche e/o disturbi e limitazioni alimentari.Definire offerte gastronomiche qualitativamente e economicamentesostenibili, adeguando le scelte alle mutevoli tendenze del gusto, deiregimi 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 venditaLe regole della persuasioneVendita ed eticaGli errori nella vendita\*Calcolare il food costIl prezzo di vendita\*Beverage cost e prezzi del vino | **PRIMO QUADRIMESTRE****OTTOBRE/NOVEMBRE****NUMERO ORE: 21****TOTALE ORE 21** | 235781011 |
| **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 eventiLa locationInizia lo show; lo spirito del servizioOrganizzazione preliminare: \*checklist e schemi\*Esecuzione di un banchetto\*Disposizione dei commensali | **PRIMO QUADRIMESTRE****NOVEMBRE/DICEMBRE****NUMERO ORE: 49****TOTALE ORE 49** | 234511 |
| **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 gustativoPer una corretta degustazione \*Degustazione esame visivoDegustazione esame olfattivoDegustazione esame gustativoDegustazione considerazioni finali\*Temperatura del vino \*Temperatura di servizioAbbinamento cibo vino\*\*\* | **PRIMO QUADRIMESTRE****GENNAIO****NUMERO ORE: 28****SECONDO QUADRIMESTRE****FEBBRAIO****NUMERO ORE: 14****TOTALE ORE 42** | 23511 |
| **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 EsecuzioneLa 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** | 27810  |
| **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 strategicoChe cos’è il prodotto tipico\*\*\*La dimensione collettivaIl valore del prodotto tipicoForze e debolezze dei prodotti tipiciIl ruolo dei consumatoriI marchi di tutela dei prodotti\*\*\*Il turismo enogastronomicoApprofondire i prodotti nella regione in cui viviRegioni: prodotti tipici, cucina e vini\*\*\* | **SECONDO QUADRIMESTRE****APRILE /MAGGIO****NUMERO ORE: 56****TOTALE ORE 56** | 12.3456811 |
|  |  |  | **Totale ore quinto anno: 231** |  |