



I.I.S. "GIOVANNI MINZONI"

<https://www.iisminzoni.edu.it/>

VIA B. LONGO, 17 – 80014 GIUGLIANO IN CAMPANIA (NA)

VIA G. FALCONE, 48bis – 80019 QUALIANO (NA)

Tel. 0815061595 - Fax. 0818948984

PEC NAIS06100L@pec.istruzione.it - PEO NAIS06100L@istruzione.it

C.F. 80101560631 - COD. UNIVOCO UFUC9B



*Ministero dell'Istruzione
dell'Università e Ricerca*

PROGRAMMAZIONE INDIVIDUALE

ISTITUTO PROFESSIONALE Indirizzo Servizi per l'Enogastronomia e l'Ospitalità Alberghiera Articolazione _____

Docente _____ Insegnamento _____

CLASSE ____4____ A.S.2022/2023

UNITÀ DI APPRENDIMENTO	COMPETENZE	ASSI CULTURALI	ABILITÀ	CONOSCENZE
UdA N° 1 TITOLO "Noi, il cibo e il pianeta"	COMPETENZA IN USCITA N. 1 COMPETENZE INTERMEDIE: 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	ASSE PROFESSIONAL E	Partecipare alla pianificazione di attività promozionali e pubblicitarie delle nuove tendenze alimentari ed enogastronomiche utilizzando tecniche e strumenti di presentazione e promozione del prodotto/servizio.	Strumenti di pubblicità e comunicazione. Principi e criteri di storytelling in campo enogastronomico. Tecniche di rilevazione della customer satisfaction. Tecniche per la gestione dei reclami.

	<p>filiera, rispondendo adeguatamente alle mutevoli esigenze del contesto produttivo di riferimento.</p> <p>COMPETENZA IN USCITA N. 7</p> <p>COMPETENZE INTERMEDIE: Collaborare alla realizzazione di eventi enogastronomici, culturali e di promozione del Made in Italy in contesti professionali noti affrontando situazioni mutevoli che richiedono adeguamenti del proprio operato</p>		<p>Partecipare alla gestione dell'intero processo del ciclo cliente applicando tecniche di fidelizzazione e di monitoraggio del grado di soddisfazione della clientela.</p> <p>Identificare il legame dei prodotti e servizi con il territorio, riconoscendone la qualità di filiera e, attraverso tecniche tradizionali di lavorazione/commercializzazione, promuovere la valorizzazione.</p> <p>Identificare le caratteristiche funzionali e strutturali dei servizi da erogare in relazione alla tipologia di evento da realizzare e al budget disponibile.</p> <p>Effettuare attività di controllo, di gestione, budgeting e reporting segnalando eventuali scostamenti rispetto agli obiettivi programmati.</p> <p>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 promozione del Made in Italy.</p>	<p>Marchi di qualità e sistemi di tutela dei prodotti enogastronomici di eccellenza.</p> <p>Risorse enogastronomiche/culturali territoriali e nazionali.</p> <p>Nuclei tematici fondamentali d'indirizzo:</p> <p>7 Lettura e promozione del territorio, dalla corretta rilevazione delle sue risorse alla selezione di eventi rappresentativi delle sue specificità; adozione di tecniche efficaci per la pubblicizzazione degli eventi; valorizzazione di prodotti e servizi, che interconnettono ambiti culturali e professionali.</p> <p>8 Ospitalità, intesa come spazio comunicativo del "customer care"; identificazione del target della clientela e offerta di prodotti e servizi per la soddisfazione e la fidelizzazione della clientela.</p> <p>5 Valorizzazione del "made in Italy", come area integrata</p>
--	---	--	---	---

				tra individuazione dei prodotti di qualità, organizzazione ottimale dei processi produttivi e/o dei servizi, adozione di efficaci strategie di comunicazione e di commercializzazione
<p>UdA N° 2 TITOLO “La vita in albergo... Una vita in albergo”</p>	<p><u>COMPETENZA IN USCITA N. 3</u></p> <p>COMPETENZE INTERMEDIA: Intervenire nella realizzazione di attività in contesti noti adeguando i propri comportamenti nel rispetto della normativa HACCP, della sicurezza e della salute nei luoghi di lavoro.</p> <p><u>COMPETENZA IN USCITA N. 10</u></p> <p>COMPETENZE INTERMEDIE: COMPETENZE INTERMEDIE Applicare, anche collaborando con altri, tecniche standard di Revenue management e di</p>	<p>ASSE PROFESSIONAL E</p>	<p>Utilizzare metodi, attrezzature, mezzi, per la gestione delle produzioni ed assicurare standard di qualità appropriati. 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</p> <p>Trasporre i costi di erogazione dei servizi in dati economici di fatturazione Applicare modalità</p>	<p>Qualità ed etichettatura dei prodotti enogastronomici. Normativa relativa alla sicurezza sul lavoro e antinfortunistica. Fattori di rischio professionale e ambientale. Normativa sulla tutela e sicurezza del cliente. Tecniche di analisi gestione budgetaria. Elementi di marketing operativo e di marketing strategico. Tecniche di benchmarking</p> <p>Nuclei tematici fondamentali d’indirizzo 3 Programmazione e attivazione degli interventi di</p>

	<p>budgeting-reporting aziendale attraverso opportune azioni di marketing in contesti professionali strutturati, con situazioni mutevoli che richiedono una modifica del proprio operato</p>		<p>di calcolo dei margini di guadagno Effettuare attività di reporting segnalando eventuali scostamenti rispetto agli obiettivi programmati</p>	<p>messa in sicurezza nella lavorazione di prodotti e/o nell'allestimento di servizi: dalle procedure dei piani di autocontrollo all'implementazione della prevenzione dei rischi sul luogo di lavoro, alla connessione tra sicurezza, qualità e privacy.</p> <p>6 Sviluppo delle attività e delle figure professionali tra tradizione e innovazione: diffusione della cultura di una sana e corretta alimentazione; introduzione di nuovi alimenti e/o di nuove tipologie di servizi; nuove tendenze del turismo e nuovi modelli di gestione aziendale</p>
<p>UdA Educazione civica</p>		<p>ASSE PROFESSIONAL E</p>		

MODULI FORMATIVI	COMPETENZE	ASSI CULTURALI /INSEGNAMENTI	ABILITÀ	CONOSCENZE
MODULO 1 (modulo di recupero)	COMPETENZA IN USCITA N. 6 COMPETENZE INTERMEDIE Orientare i propri comportamenti alla realizzazione delle fasi del ciclo cliente in contesti professionali noti nel rispetto delle diverse culture ed esigenze della clientela.	Asse professionale	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 rilevare 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	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 operativo dei servizi enogastronomici e turistici.
MODULO 2 (supporto uda n.1)	COMPETENZA IN USCITA N° 2 COMPETENZE INTERMEDIE Collaborare alla pianificazione e alla gestione dei processi di approvvigionamento, di produzione e di vendita di prodotti e servizi rispettando parametri di qualità e in un'ottica di sviluppo della cultura dell'innovazione.	ASSE professionale	Identificare le risorse necessarie per la realizzazione del prodotto/servizio programmato. Utilizzare tecniche per verificare la sostenibilità economica del prodotto/servizio. Individuare eventuali criticità nei principali processi di pianificazione, approvvigionamento, produzione e vendita di prodotti e servizi Applicare tecniche di controllo della qualità dell'offerta preventiva 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. Tecniche e strumenti per il controllo della qualità dei processi organizzativi e gestionali. Principali comportamenti, abitudini, stili di acquisto e consumo: i fattori economici, sociali e culturali Nuclei tematici fondamentali d'indirizzo

				2 Pianificazione e gestione di prodotti e/o di servizi, con particolare riguardo ai seguenti ambiti: identificazione delle risorse, valutazione dei mutamenti delle tendenze di acquisto e di consumo, controllo della qualità, ottimizzazione dei risultati, efficienza aziendale e sostenibilità ambientale
MODULO 3 (propedeutico uda n.2)	COMPETENZA IN USCITA N° 9: COMPETENZE INTERMEDIE 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.	Asse professionale	Garantire il corretto flusso informativo tra i reparti di una stessa struttura ricettiva in un'ottica di cooperazione ed efficienza aziendale. 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 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. Livelli e standard di qualità del servizio/offerta erogato.
MODULO 4 (supporto uda n.2)	COMPETENZA IN USCITA N° 4: COMPETENZA INTERMEDIA Collaborare in contesti noti alla predisposizione di prodotti, servizi e menù all'interno delle macroaree di attività che contraddistinguono la filiera, adeguando il proprio operato al processo decisionale e attuativo. COMPETENZA IN USCITA N° 5: COMPETENZA INTERMEDIA	Asse professionale	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 abitudini e stili di vita equilibrati attraverso l'offerta di prodotti e servizi tradizionali, innovativi e sostenibili. Partecipare alla	Principali sviluppi contemporanei in termini di: materie prime e loro derivati, tecniche professionali, materiali e attrezzature. Principi di eco-turismo ed elementi di enogastronomia. Gli stili alimentari e le diete moderne. Tecniche di analisi delle componenti di un prezzo di vendita e degli indicatori di gestione. Nozioni fondamentali sulle dinamiche del gusto e sugli

	<p>Collaborare alla realizzazione e presentazione di prodotti dolciari e di panificazione sulla base delle tradizioni locali, nazionali ed internazionali.</p>		<p>predisposizione di prodotti enogastronomici in base a specifiche esigenze e/o disturbi e limitazioni alimentari.</p> <p>Eseguire preparazioni complesse integrando le diverse tecniche di base.</p> <p>Curare l'aspetto estetico al fine di valorizzare le preparazioni gastronomiche, di arte bianca artigianali e di alta qualità</p>	<p>abbinamenti di sapori e ingredienti. Tecniche di presentazione e decorazione dei prodotti dolciari e di panificazione.</p> <p>Nuclei tematici fondamentali d'indirizzo:</p> <p>1. Predisposizione di prodotti e/o servizi che abbiano come riferimento i bisogni, le attese e i profili dietetici e/o culturali del cliente, focalizzandosi, in particolare, sugli stili di alimentazione, sui contesti culturali e sui modelli di ospitalità.</p>
<p>MODULO 5 (supporto uda 2)</p>	<p>COMPETENZA IN USCITA N°8 COMPETENZA INTERMEDIA Partecipare alla progettazione, in collaborazione con il territorio, di pacchetti di offerta turistica integrata, promuovendo la vendita di servizi e prodotti coerenti con i principi dell'eco sostenibilità ambientale.</p> <p>COMPETENZA IN USCITA N° 11 COMPETENZA INTERMEDIA</p>	<p>Asse professionale</p>	<p>Individuare i canali comunicativi più efficaci per la promozione dell'offerta turistica integrata con i principi dell'ecosostenibilità. Predisporre azioni di promozione dell'offerta turistica rispetto al target di utenza anche in lingua straniera. Predisporre la realizzazione di un evento turistico-culturale. Individuare gli indicatori di costo per la realizzazione</p>	<p>Mercato turistico e sue tendenze. Software applicativi e internet per la gestione della comunicazione, promozione e commercializzazione dei prodotti e dei servizi. Tecniche di redazione del budget del prodotto/ servizio/ offerta turistica da realizzare. Principi e metodi dell'eco sostenibilità applicati ai servizi turistici.</p>

	<p>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.</p>		<p>del servizio turistico coerente con i principi dell'eco sostenibilità. Partecipare a eventi significativi del territorio curando gli aspetti che riguardano la comunicazione, la promozione e la commercializzazione 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</p>	<p>Menù con alimenti biologici e biologici plus; alimenti equi e solidali, alimenti locali, prodotti da lotta alle mafie.</p> <p>Tecniche di promozione e vendita. Elementi di marketing operativo e strategico. Fattori che caratterizzano la vocazione turistica del territorio. Principali tecniche di ricerca di mercato per sviluppare indagini di scenario.</p> <p>Nuclei tematici fondamentali d'indirizzo</p> <p>4 Cultura della "Qualità totale" dei prodotti e/o dei servizi: come si esprime e si realizza nella valorizzazione delle tipicità e nell'integrazione con il territorio, nei marchi di qualità, nella digitalizzazione dei processi e nel sostegno all'innovazione.</p>
--	--	--	---	--

STRUMENTI	SPAZI	VERIFICHE	METODOLOGIE	INDICATORI VALUTAZIONE
Libri di testo, LIM, riviste, quotidiani, fotocopie, materiale multimediale, supporti informatici, dispositivi mobili	Aula, Laboratorio multimediale, piattaforme digitali per la didattica	Verifiche orali e scritte, verifiche somministrate attraverso gli strumenti delle piattaforme digitali per la didattica	Lezioni frontali e dialogate, videolezioni, condivisione di materiali nelle classi virtuali, attività di recupero e di sostegno, problem solving, cooperative learning, flipped classroom, debate, lezione breve, BYOD	Per le valutazioni intermedie e finali, compresi i diversamente abili, si terrà conto dei criteri approvati dal Collegio dei Docenti e allegati al PTOF e delle relative rubriche.

Giugliano in Campania, _____

Il Docente