



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 enogastronomia

Docente: Insegnamento: Diritto e tecniche della struttura ricettiva

CLASSE V A.S. 2022/23

UNITÀ DI APPRENDIMENTO	COMPETENZE	ASSI CULTURALI	ABILITÀ	CONOSCENZE
UdA N° 1 TITOLO Noi il cibo e il pianeta Cibi e sapori	COMPETENZA IN USCITA 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,	Asse Professionale	Sostenere processi di fidelizzazione del cliente mediante la realizzazione di iniziative di customer care. Diversificare il prodotto/servizio in base alle nuove tendenze, ai modelli di consumo, alle pratiche professionali, agli	Tecniche di problem solving e gestione reclami. Strategie di comunicazione del prodotto. Tecniche di promozione e

	<p>promuovendo le nuove tendenze alimentari ed enogastronomiche.</p> <p>Mod.1 ud 1, 2, 3, 4, 5, 6</p> <p>Mod. 2 ud 7,8,9,10, 14</p> <p>COMPETENZA IN USCITA N. 7 Progettare, anche con tecnologie digitali, eventi enogastronomici e culturali che valorizzano il patrimonio delle tradizioni e delle tipicità locali, nazionali anche in contesti internazionali per la promozione del Made in Italy.</p> <p>Mod 5 ud 23</p> <p>Mod.4 ud 19, 21, 22 (d lez 3)</p>		<p>sviluppi tecnologici e di mercato.</p> <p>Monitorare il grado di soddisfazione della clientela, applicando tecniche di fidelizzazione post vendita del cliente.</p> <p>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.</p>	<p>vendita: marketing operativo e strategico</p> <p>Principi di fidelizzazione del cliente</p> <p>Tecniche di analisi, di ricerca e di marketing congressuale e fieristico</p> <p>Strumenti digitali per la gestione organizzativa e promozione di eventi.</p>
--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

<p>UdA N° 2</p> <p>TITOLO</p> <p>La vita in albergo una vita per l'albergo</p> <p>Il futuro è rinnovabile: Sostenibilità e ambiente</p>	<p>COMPETENZA IN USCITA N. 3</p> <p>Applicare correttamente il sistema HACCP, la normativa sulla sicurezza e sulla salute nei luoghi di lavoro.</p> <p>Mod d tramontana</p>	<p>Asse Professionale</p>	<p>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.</p> <p>Applicare efficacemente il sistema di autocontrollo per la sicurezza dei prodotti alimentari in conformità alla normativa regionale, nazionale e comunitaria in materia di HACCP.</p> <p>Garantire la tutela e la sicurezza del cliente.</p> <p>Formulare proposte di miglioramento delle soluzioni organizzative/layout dell'ambiente di lavoro per evitare fonti di rischio.</p> <p>Applicare tecniche di benchmarking.</p> <p>Individuare i target e gli indicatori di performance.</p> <p>Monitorare periodicamente gli indicatori attraverso la</p>	<p>Normativa igienico sanitaria e procedura di autocontrollo HACCP</p> <p>Normativa relativa alla tutela della riservatezza dei dati personali</p> <p>Normativa volta alla tutela e sicurezza del cliente.</p> <p>Elementi di budgeting per la quantificazione</p>
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	<p>COMPETENZA IN USCITA N. 10</p> <p>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.</p> <p>Mod 3 ud 15,16,17</p>		<p>rilevazione e l'analisi dei costi. e dei risultati.</p>	<p>dell'entità dell'investimento economico e valutazione della sua sostenibilità.</p> <p>Elementi di diritto commerciale, organizzazione e gestione aziendale, contabilità analitica.</p>
<p>UdA</p> <p>Educazione civica</p> <p>NOI CITTADINI PER UN MONDO SOSTENIBILE</p>	<p>Riconoscere la possibilità di impegno personale per contribuire al benessere collettivo, anche in funzione di esigenze specifiche dei clienti. Riconoscere i fenomeni e i problemi ambientali e perseguire obiettivi di impresa favorendo la diffusione di stili di vita sostenibili ed equilibrati. La green economy. La Legislazione italiana sulla tipicità dei prodotti.</p>		<p>Saper adottare i comportamenti più adeguati per la tutela della sicurezza propria, degli altri e dell'ambiente in cui si vive, e promuovere stili di vita sani ed equilibrati. Rispettare e valorizzare l'ambiente, il patrimonio culturale, i beni pubblici comuni e le tipicità dei luoghi.</p>	<p>Le abitudini alimentari ed i marchi di qualità alimentare. I prodotti a km 0. Il marketing emozionale</p>

MODULI FORMATIVI	COMPETENZE	ASSI CULTURALI /INSEGNAMENTI	ABILITÀ	CONOSCENZE
------------------	------------	------------------------------	---------	------------

<p>MODULO</p> <p>ACCOGLIENZA E AVVIO</p>	<p>Competenza in uscita n. 6</p> <p>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.</p> <p>Mod 4 ud 18,19,20</p> <p>Mod c lez 1</p>		<p>Assistere il cliente nella fruizione del servizio interpretando preferenze e richieste e rilevandone il grado di soddisfazione.</p> <p>Gestire la fidelizzazione del cliente mediante tecniche di customer care.</p>	<p>Tecniche di rilevamento della Customer satisfaction.</p> <p>Meccanismi di fidelizzazione del cliente</p>
<p>MODULO</p> <p>DI SUPPORTO ALLE UDA</p> <p>(supporto uda n.1)</p>	<p>Competenza in uscita n. 8</p> <p>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</p> <p>Mod. 5 ud 23,24</p> <p>Mod 2 ud 12,13</p>		<p>Valutare la compatibilità dell'offerta turistica integrata con i principi dell'eco sostenibilità</p> <p>Determinare gli indicatori di costo per la realizzazione del servizio turistico.</p> <p>Organizzare e pianificare offerte turistiche integrate, in italiano e in lingua straniera, utilizzando anche strumenti di marketing e web marketing.</p>	<p>Metodologie, strumenti di marketing turistico e web marketing.</p> <p>Normativa sulla tutela ambientale, applicata al settore di riferimento.</p> <p>Norme ISO e fattori di scelta, criteri per il riconoscimento della certificazione ecolabel.</p> <p>Strumenti e metodi per la gestione dell'offerta turistica integrata secondo i</p>

				<p>principi di sostenibilità ambientale.</p> <p>Modalità di calcolo dei margini di guadagno.</p>
<p>MODULO</p> <p>PROPEDEUTICO</p> <p>ALL'UDA 1</p>	<p>Competenza in uscita n. 2</p> <p>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.</p> <p>Mod c lez 2</p>		<p>Applicare criteri di pianificazione del proprio lavoro, operando in équipe, e interagendo con le altre figure professionali e i vari reparti.</p> <p>Classificare e configurare i costi per verificare la sostenibilità economica del prodotto/servizio.</p> <p>Gestire la fidelizzazione del cliente mediante la programmazione di iniziative di customer care e di customer satisfaction.</p>	<p>Metodi per identificare, progettare e controllare i processi gestionali e operativi.</p> <p>Strategie e tecniche per ottimizzare i risultati e per affrontare eventuali criticità.</p> <p>Tecniche di programmazione e controllo dei costi.</p> <p>Tecniche di rilevazione della qualità dell'offerta preventiva.</p> <p>Tecniche e strumenti di rilevazione delle aspettative e di</p>

	<p>Competenza in uscita 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</p> <p>Mod 4 ud 18, 19</p> <p>Mod 2 ud 11</p>		<p>Rilevare il grado di soddisfazione della clientela e tradurre i risultati dei rilevamenti in proposte migliorative del prodotto/servizio.</p>	<p>analisi del gradimento. Procedure e tecniche di organizzazione e di redazione di iniziative finalizzate alla fidelizzazione dei clienti.</p> <p>Metodologie e tecniche di diffusione e promozione delle diverse iniziative, dei progetti e delle attività</p>
<p>MODULO</p> <p>DI SUPPORTO ALLE UDA</p> <p>(supporto uda n.2)</p>	<p>Competenza in uscita n. 11</p> <p>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</p>		<p>Progettare attività/iniziative di varia tipologia atte a valorizzare le tipicità del territorio.</p> <p>Attuare l'informazione e la promozione di itinerari enogastronomici, artistici, naturalistici, eventi, attrazioni riferiti al territorio di appartenenza.</p> <p>Predisporre azioni a supporto della domanda</p>	<p>L'informazione turistica: dall'on site all'on line.</p> <p>Menù a filiera locale con prodotti iscritti nel registro delle denominazioni di origini protette e delle indicazioni geografiche protette (DOP, IGP, STG).</p>

	Mod e lez 2 Mod 4. Ud. 22		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 .	Metodi di selezione dell'offerta turistica di un territorio in relazione a tempi, costi, qualità.
--	----------------------------------	--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------

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.