

**PIANO DIDATTICO UDA ORDINARIE (MODULI FORMATIVI) ASSE/INTERASSE/DISCIPLINARI**  
**DIPARTIMENTO ENOGASTRONOMIA L.S.E. Sala e Vendita ASSE Scientifico Tecnologico Professionale**  
**CLASSE QUINTA SALA E VENDITA/ su Pasticceria**

**UDA N. 1 : IL MONDO DELLA RISTORAZIONE E LA GESTIONE**

<b>Insegnamento/UD A</b> (insegnamento e titolo sintetico)	<b>Tipologia</b> (asse, interasse, mono disciplinare)	<b>Insegnamenti coinvolti</b>	<b>Compiti e prodotti</b>	<b>competenze</b>	<b>Conoscenze</b>	<b>Periodo</b> (mesi)
<u><b>Laboratorio dei Servizi Enogastronomici – Settore SALA BAR E VENDITA</b></u>  <b>-Il marketing aziendale</b>  <b>- I marchi di qualità.</b>  <b>- Il made in Italy: cibo/vino</b>  <b>- La gestione del magazzino</b>  <b>-Le etichette delle derrate alimentari</b>  <b>- Sicurezza nei luoghi di lavoro</b>  <b>- L'HACCP</b>	<b>Interasse</b>	<b>Laboratorio dei Servizi Enogastronomici – Settore SALA BAR E VENDITA</b>  <b>Enogastronomia</b>  <b>Sc. Cultura dell' alimentazione</b>	<b>Esposizione orale con relativo utilizzo della terminologia di settore.</b>	<p><b>N1</b> 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.</p> <p><b>N2</b> 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><b>N3</b> Applicare correttamente il sistema HACCP, la normativa sulla sicurezza e sulla salute nei luoghi di lavoro.</p>	<p>→ Strumenti di pubblicità e comunicazione.</p> <p>→ Marchi di qualità e sistemi di tutela dei prodotti enogastronomici di eccellenza.</p> <p>→ Risorse enogastronomiche, culturali territoriali e nazionali.</p> <p>→ Tecniche di approvvigionamento e gestione delle merci.</p> <p>→ Qualità ed etichettatura dei prodotti enogastronomici.</p> <p>→ Normativa relativa alla sicurezza sul lavoro e antinfortunistica.</p> <p>→ Fattori di rischio professionale e ambientale.</p> <p>→ Normativa sulla tutela e sicurezza del cliente.</p>	<b>SETTEMBRE-NOVEMBRE</b>

**UDA N. 2 : I PROFESSIONISTI DELLA RISTORAZIONE: COCCOLARE IL CLIENTE**

<b>Insegnamento/UD A</b> (insegnamento e titolo sintetico)	<b>Tipologia</b> (asse, interasse, mono disciplinare)	<b>Insegnamenti coinvolti</b>	<b>Compiti e prodotti</b>	<b>competenze</b>	<b>Conoscenze</b>	<b>Periodo</b> (mesi)
<p><u><b>Laboratorio dei Servizi Enogastronomici – Settore SALA BAR E VENDITA</b></u></p> <p>Varie tipologie di menù</p> <p>-Le diete, le intolleranze e le allergie alimentari</p> <p>La comunicazione verbale e non verbale</p> <p>-Comunicare l'offerta enogastronomica con tecnologie digitali</p>	Interasse	<p>Laboratorio dei Servizi Enogastronomici – Settore SALA BAR E VENDITA</p> <p>Enogastronomia</p> <p>Sc. Cultura dell' alimentazione</p> <p>Lingue</p>	Esposizione orale con relativo utilizzo della terminologia di settore.	<p><b>N4</b> 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.</p> <p><b>N6</b> 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><b>N7</b> 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.</p>	<p>→ Principi di eco-turismo ed elementi di eco-gastronomia.</p> <p>→ Gli stili alimentari e le diete moderne.</p> <p>→ Tecniche di interazione con la clientela con bisogni specifici.</p> <p>→ Strategie di fidelizzazione del cliente.</p> <p>→ Terminologia tecnica, specifica del settore, anche in lingua straniera.</p> <p>→ Strumenti per la gestione organizzativa e la promozione di eventi.</p> <p>→ Strategie di comunicazione e strumenti di pubblicità dei prodotti e dei servizi.</p>	<p><b>DICEMBRE - GENNAIO</b></p>

**UDA N. 3 : LA QUALITA' DEL SERVIZIO OFFERTO SEGUE LE TENDENZE**

<b>Insegnamento/UD A</b> (insegnamento e titolo sintetico)	<b>Tipologia</b> (asse, interasse, mono disciplinare)	<b>Insegnamenti coinvolti</b>	<b>Compiti e prodotti</b>	<b>competenze</b>	<b>Conoscenze</b>	<b>Periodo</b> (mesi)
<u>Laboratorio dei Servizi Enogastronomici – Settore SALA BAR E VENDITA</u>  -Determinare l'offerta enogastronomica.  Le fasi del servizio  - Comunicazioni con gli altri reparti  - Analisi swot: punti di forza e debolezza	<b>Mono disciplinare</b>	Laboratorio dei Servizi Enogastronomici – Settore SALA BAR E VENDITA	<b>Esposizione orale con relativo utilizzo della terminologia di settore.</b>	<p><b>N8</b> 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><b>N9</b> Gestire tutte le fasi del ciclo cliente applicando le più idonee tecniche professionali di <i><b>Hospitality Management</b></i>, rapportandosi con le altre aree aziendali, in un'ottica di comunicazione ed efficienza aziendale.</p>	<p>→ Mercato turistico e sue tendenze.</p> <p>→ Software applicativi e internet per la gestione della comunicazione, promozione e commercializzazione dei prodotti e dei servizi.</p> <p>→ Metodologie e tecniche di gestione dell'accoglienza in relazione alla tipologia dei servizi e al target di clientela.</p> <p>→ Livelli e standard di qualità del servizio/offerta erogato.</p> <p>→ Tecniche per l'analisi dei punti di forza/debolezza dell'offerta servita (ANALISI SWOT)*</p>	<b>FEBBRAIO - MARZO</b>

**UDA N. 4 : LA RISTORAZIONE E VALORIZZAZIONE DEL TERRITORIO**

<b>Insegnamento/UD A</b> (insegnamento e titolo sintetico)	<b>Tipologia</b> (asse, interasse, mono disciplinare)	<b>Insegnamenti coinvolti</b>	<b>Compiti e prodotti</b>	<b>competenze</b>	<b>Conoscenze</b>	<b>Periodo</b> (mesi)
<b>Laboratorio dei Servizi Enogastronomici – Settore SALA BAR E VENDITA</b>  -Principi di marketing  - Analisi del mercato  -Valorizzare i beni culturali, ambientali e i prodotti agroalimentari del territorio	<b>Mono disciplinare</b>	<b>Laboratorio dei Servizi Enogastronomici – Settore SALA BAR E VENDITA</b>  Enogastronomia	<b>Esposizione orale con relativo utilizzo della terminologia di settore.</b>	<p><b>N10</b> Supportare le attività di <i>budgeting-reporting</i> aziendale e collaborare alla definizione delle strategie di <i>Revenue Management</i>, perseguendo obiettivi di redditività attraverso opportune azioni di marketing.</p> <p><b>N11</b> Contribuire alle strategie di <i>Destination Marketing</i> 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>→ Elementi di marketing operativo e di marketing strategico.</p> <p>→ Tecniche di benchmarking.</p> <p>→ Tecniche di promozione e vendita.</p>	<b>APRILE - MAGGIO</b>