

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 CUCINA

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

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

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

Insegnamento/UD A (insegnamento e titolo sintetico)	Tipologia (asse, interasse, mono disciplinare)	Insegnamenti coinvolti	Compiti e prodotti	competenze	Conoscenze	Periodo (mesi)
<p><u>Laboratorio dei Servizi Enogastronomici – Settore SALA BAR E VENDITA</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>N4 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>N6 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>N7 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>DICEMBRE - GENNAIO</p>

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

Insegnamento/UD A (insegnamento e titolo sintetico)	Tipologia (asse, interasse, mono disciplinare)	Insegnamenti coinvolti	Compiti e prodotti	competenze	Conoscenze	Periodo (mesi)
<p><u>Laboratorio dei Servizi Enogastronomici – Settore SALA BAR E VENDITA</u></p> <p>-Determinare l'offerta enogastronomica.</p> <p>Le fasi del servizio</p> <p>- Comunicazioni con gli altri reparti</p> <p>- Analisi swot: punti di forza e debolezza</p>	Mono disciplinare	Laboratorio dei Servizi Enogastronomici – Settore SALA BAR E VENDITA	Esposizione orale con relativo utilizzo della terminologia di settore.	<p>N8 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>N9 Gestire tutte le fasi del ciclo cliente applicando le più idonee tecniche professionali di <i>Hospitality Management</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>	FEBBRAIO - MARZO

UDA N. 4 : LA RISTORAZIONE E VALORIZZAZIONE DEL TERRITORIO

Insegnamento/UD A (insegnamento e titolo sintetico)	Tipologia (asse, interasse, mono disciplinare)	Insegnamenti coinvolti	Compiti e prodotti	competenze	Conoscenze	Periodo (mesi)
Laboratorio dei Servizi Enogastronomici – Settore SALA BAR E VENDITA -Principi di marketing - Analisi del mercato -Valorizzare i beni culturali, ambientali e i prodotti agroalimentari del territorio	Mono disciplinare	Laboratorio dei Servizi Enogastronomici – Settore SALA BAR E VENDITA Enogastronomia	Esposizione orale con relativo utilizzo della terminologia di settore.	<p>N10 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>N11 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>	APRILE - MAGGIO

