

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

UDA N. 1 : STRATEGIE DI MARKETING NELLA RISTORAZIONE *

Insegnamento/UDA (insegnamento e titolo sintetico)	Tipologia (asse, interasse, mono disciplinare)	Insegnamenti coinvolti	Compiti e prodotti	Competenze	Conoscenze	Periodo (mesi)
<p>Sala e vendita</p> <p><u>PIANIFICARE L'OFFERTA ENOGASTRONOMICA</u></p> <p>1 Principi di marketing 2 Gli strumenti di vendita</p> <p><u>I FATTORI CHE INFLUENZANO LE SCELTE ENOGASTRONOMICHE</u></p> <p>I fattori dietetici e culturali</p> <p><u>COMUNICARE L'OFFERTA ENOGASTRONOMICA.</u></p> <p>I mezzi di comunicazione</p> <p><u>LA GESTIONE DELLE AZIENDE TURISTICO – RISTORATIVE</u></p> <p>Forme di gestione Le risorse umane</p> <p><u>LA GESTIONE DEGLI ACQUISTI</u></p> <p>Il valore strategico dell'approvvigionamento</p> <p><u>PRINCIPI DI MARKETING TURISTICO</u> (Revenue Management)</p> <p><u>SOFTWARE PER IL SETTORE RISTORATIVO</u></p> <p><u>STRATEGIE DI CONFRONTO CON ALTRE AZIENDE (Benchmarking).</u></p>	Mono disciplinare	Sala e vendita	<p>Esposizione orale con relativo utilizzo della terminologia di settore.</p> <p>Mappe concettuali.</p>	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>3. Applicare correttamente il sistema HACCP, la normativa sulla sicurezza e sulla salute nei luoghi di lavoro.</p> <p>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.</p> <p>6. 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>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.</p> <p>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.</p> <p>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>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.</p> <p>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.</p>	<p>→ Tecniche di promozione e vendita: marketing operativo e strategico.</p> <p>→ Strategie di comunicazione del prodotto.</p> <p>→ Strumenti di pubblicità e comunicazione orientati alle varie tipologie di clientela.</p> <p>→ Principi di fidelizzazione del cliente.</p> <p>→ Tecniche di rilevazione delle nuove tendenze in relazione a materie prime, tecniche professionali, materiali e attrezzature.</p> <p>→ Il sistema di customer satisfaction.</p> <p>→ Tecniche di problem solving e gestione reclami.</p> <p>→ Tecniche di realizzazione, lavorazione e erogazione del prodotto/servizio.</p> <p>→ Tecniche di organizzazione del lavoro, strumenti per la gestione organizzativa.</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>→ Elementi di budgeting per la quantificazione dell'entità dell'investimento economico e valutazione della sua sostenibilità.</p> <p>→ Elementi di diritto commerciale, organizzazione e gestione aziendale, contabilità analitica.</p> <p>→ Tecniche di reportistica aziendale.</p> <p>→ Tecniche di analisi per indici.</p>	OTTOBRE/ MAGGIO

***COLLEGATA ALL'UDA 2 DI INTERASSE “ PROMUOVERE UN'IMPRESA RISTORATIVA “**

UDA N. 2 LAVORARE A NORMA E IN SICUREZZA*

Insegnamento/UDA (insegnamento e titolo sintetico)	Tipologia (asse, interasse, mono disciplinare)	Insegnamenti coinvolti	Compiti e prodotti	Competenze	Conoscenze	Periodo (mesi)
Sala e vendita <u>LA SICUREZZA NELLE AZIENDE ENOGASTRONOMICHE</u> La sicurezza alimentare. Sicurezza sul lavoro Obblighi e responsabilità.	Mono disciplinare /interasse	Sala e Vendita Sc. Degli Alim. Enogastronomia	Mappe concettuali/relazioni. Esposizione orale con relativo utilizzo della terminologia di settore. Mappe concettuali. Presentazione individuale orale da illustrare in classe; prova pratica.	N°3 Applicare procedure di base relative all'igiene e alla sicurezza, in contesti strutturati e sotto supervisione. 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.	→ Normativa igienico- sanitaria e procedura di autocontrollo HACCP. → Normativa relativa alla tutela della riservatezza dei dati personali. Normativa volta alla tutela e sicurezza del cliente.	GENNAIO

*COLLEGATA ALL'UDA 2 DI INTERASSE "IGIENE E SICUREZZA A TUTELA DEL CLIENTE" .

UDA N. 3 LA QUALITA', IL TERRITORIO E IL MADE IN ITALY – I SERVIZI PARTICOLARI

Insegnamento/UDA (insegnamento e titolo sintetico)	Tipologia (asse, interasse, mono disciplinare)	Insegnamenti coinvolti	Compiti e prodotti	Competenze	Conoscenze	Periodo (mesi)
<p>Sala e vendita</p> <p><u>COMUNICARE LA QUALITA'</u> I sistemi e i prodotti di qualità . Le certificazioni . La ristorazione a km 0 .</p> <p><u>COMUNICARE IL TERRITORIO</u> Conoscere e valorizzare il territorio . I sistemi turistici locali. STRATEGIE INNOVATIVE DI PROMOZIONE TURISTICA</p> <p>TRADIZIONI A CONFRONTO : etichette regionali ,nazionali ed estere . Prodotti e piatti nazionali ed esteri .</p> <p><u>ORGANIZZAZIONI DI EVENTI : CATERING E BANQUETING</u> : La preparazione di eventi speciali .</p> <p><u>LA CUCINA DI SALA</u> Il flambè nei lunch bar.</p>	Mono disciplinare /interasse	Sala e Vendita Enogastronomia Cucina	<p>Mappe concettuali/ relazioni.</p> <p>Esposizione orale con relativo utilizzo della terminologia di settore.</p> <p>Mappe concettuali.</p> <p>Presentazione individuale orale da illustrare in classe; prova pratica.</p>	<p>.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.</p> <p>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.</p> <p>3.Applicare correttamente il sistema HACCP, la normativa sulla sicurezza e sulla salute nei luoghi di lavoro.</p> <p>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.</p> <p>6 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>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.</p> <p>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.</p> <p>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>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.</p> <p>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.</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> <p>→ Tecniche di organizzazione di attività culturali, artistiche, ricreative in relazione alla tipologia di clientela.</p> <p>→ Tecniche , metodi e tempi per l'organizzazione logistica di catering/eventi.</p> <p>→ Tecniche di allestimento dalla sala per servizi banqueting e catering .</p> <p>→ Strumenti digitali per la gestione organizzativa e promozione di eventi</p> <p>→ Tecniche di preparazioni di piatti alla lampada.</p>	FEBBRAIO

UDA N. 4 : IL MONDO DEL BARTENDING- PRODOTTI PREMIUM E INNOVAZIONE

Insegnamento/UDA (insegnamento e titolo sintetico)	Tipologia (asse, interasse, mono disciplinare)	Insegnamenti coinvolti	Compiti e prodotti	Competenze	Conoscenze	Periodo (mesi)
<p>Sala e vendita BARMAN E BARTENDER/ AMERICAN BAR E COCKTAIL BAR CAFFETTERIA DA BAR (Consolidamento) MIXOLOGY :L'ARTE DEL BERE MISCELATO Il cocktail , le attrezzature e i dosaggi (consolidamento) La costruzione di un cocktail (consolidamento). Il drink cost / Il calcolo alcolometrico di un drink. I cocktail IBA / I luxury drink. INTAGLI E DOCORAZIONI NEI COCKTAILS (CARVING FRUIT) LA BIRRA (Consolidamento) Stili di birra ed etichette premium . I SUPERALCOLICI DISTILLATI E LIQUORI (Consolidamento). Etichette premium . IL MONDO DEL FLAIR BARTENDERING Tecnica di Working flair. LE NUOVE TENDENZE DEL BERE : Dai Tiki alla sferificazione (I cocktails molecolari) . Arie e velluti . L'utilizzo del sifone . Bolle di fumo e affumicati. Il mondo dei frozen . I twist nei cocktails . L'utilizzo moderno della frutta, Shrub e sherbet realizzazione e ricette innovative . La tendenza ABV : I Low cocktail e i Mocktail .</p>	Mono disciplinare /interasse	<p>Sala e Vendita Sc. Cultura degli alimenti Lingue straniere</p>	<p>Mappe concettuali/ relazioni. Esposizione orale con relativo utilizzo della terminologia di settore.</p> <p>Presentazione individuale orale da illustrare in classe; Prova pratica.</p>	<p>.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. 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. 3.Applicare correttamente il sistema HACCP, la normativa sulla sicurezza e sulla salute nei luoghi di lavoro. 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. 6 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. 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. 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. 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. 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. 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.</p>	<p>→ Le principali strutture ricettive, i pubblici esercizi e le figure professionali di riferimento. → L'organizzazione del lavoro, i ruoli e le gerarchie dei diversi settori professionali. → Terminologia tecnica di base di settore. → Conoscenze di base dei principali processi organizzativi, produttivi e gestionali dei diversi settori della filiera. → Filiera produttiva: dall'origine del prodotto alla trasformazione e commercializzazione degli alimenti e bevande . → Organizzazione del lavoro in équipe: ruoli, funzioni e gerarchia. → Igiene personale, dei prodotti, dei processi di lavoro e la pulizia dell'ambiente. → Tecniche di base di conservazione degli alimenti , delle materie prime utilizzate la realizzazione di drink. → Norme di sicurezza sui luoghi di lavoro (D. Lgs. 81/2008). → Tecniche e procedure di settore in relazione al compito da svolgere. → Tecniche di base per la comunicazione professionale applicata alla vendita dei servizi e all'assistenza clienti. → La comunicazione in fase di check in e check out → Le grammature. → Gli strumenti di vendita. → Tecniche innovative e di tendenza per la preparazione delle bevande miscelate → Tipologie di prodotti premium in commercio nel settore della liquoristica . → Tecniche per la realizzazione di guarnizioni per la presentazione di drink.</p>	DICEMBRE /MAGGIO