

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

UDA N. 1 : RISTORAZIONE: IL MARKETING E LA GESTIONE NEL MONDO DEI GOLOSI

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. - 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 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 filiera, rispondendo adeguatamente alle mutevoli esigenze del contesto produttivo di riferimento. N2 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. N3 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.	→ Strumenti di pubblicità e comunicazione. → Marchi di qualità e sistemi di tutela dei prodotti enogastronomici di eccellenza. → 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: IL CLIENTE SEMPRE AL CENTRO DELL'ATTENZIONE

Insegnamento/UD A (insegnamento e titolo sintetico)	Tipologia (asse, interesse, 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 Collaborare in contesti noti alla predisposizione di prodotti, servizi e menù all'interno delle macro aree di attività che contraddistinguono la filiera, adeguando il proprio operato al processo decisionale e attuativo.</p> <p>N6 Orientare i propri comportamenti alla realizzazione delle fasi del ciclo cliente in contesti professionali noti nel rispetto delle diverse culture ed esigenze della clientela.</p> <p>N7 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>→ 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>	DICEMBRE - GENNAIO

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)
<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	Monodisciplinare	Laboratorio dei Servizi Enogastronomici – Settore SALA BAR E VENDITA	Esposizione orale con relativo utilizzo della terminologia di settore.	N8 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. N9 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.	→ Mercato turistico e sue tendenze. → Software applicativi e internet per la gestione della comunicazione, promozione e commercializzazione dei prodotti e dei servizi. → Metodologie e tecniche di gestione dell'accoglienza in relazione alla tipologia dei servizi e al target di clientela. → Livelli e standard di qualità del servizio/offerta erogato. → Tecniche per l'analisi dei punti di forza/debolezza dell'offerta servita (ANALISI SWOT)*	FEBBRAIO - MARZO

UDA N. 4 : LA RISTORAZIONE: PASTICCERIA TRA INNOVAZIONE E TRADIZIONE

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 - Il made in italy: Dolci/vino e liquori	Interasse	Laboratorio dei Servizi Enogastronomici – Settore SALA BAR E VENDITA Enogastronomia	Esposizione orale con relativo utilizzo della terminologia di settore.	<p>N10 Applicare, anche collaborando con altri, tecniche standard di Revenue management e di budgeting-reporting aziendale attraverso opportune azioni di marketing in contesti professionali strutturati, con situazioni mutevoli che richiedono una modifica del proprio operato.</p> <p>N11 Applicare tecniche standard di <i>Destination marketing</i> attraverso opportune azioni di promozione di prodotti e servizi atti a fornire 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> <p>→ Risorse enogastronomiche, culturali territoriali e nazionali.</p>	APRILE - MAGGIO