



ISTITUTO PROFESSIONALE DI STATO

LUIGI EINAUDI



LAMEZIA TERME



COMPETENZE E RUBRICHE

**QUINTO ANNO**

(con Conoscenze, Abilità, Evidenze)

CLASSE DI CONCORSO B021

**Laboratorio dei Servizi Enogastronomici –Settore SALA-BAR E VENDITA**

*Competenze (risultati di apprendimento) del P.E.Cu.P (D.Lgs. 13 aprile, n.61, allegato A) afferenti agli assi culturali, secondo quanto previsto dal Decreto n. 92 del 24/05/2018 allegato 1 (competenze area generale comune) e allegato 2-g (competenze d'indirizzo).*

ASSI CULTURALI	INSEGNAMENTI
ASSE SCIENTIFICO-TECNOLOGICO E PROFESSIONALE	➤ <b>LABORATORIO DEI SERVIZI ENOGASTRONOMICI Settore SALA E VENDITA</b>

## COMPETENZE AREA GENERALE

**G01:** Agire in riferimento ad un sistema di valori, coerenti con i principi della Costituzione, in base ai quali essere in grado di valutare fatti e orientare i propri comportamenti personali, sociali e professionali

**G02:** Utilizzare il patrimonio lessicale ed espressivo della lingua italiana secondo le esigenze comunicative nei vari contesti: sociali, culturali, scientifici, economici, tecnologici e professionali

**G03:** Riconoscere gli aspetti geografici, ecologici, territoriali, dell'ambiente naturale ed antropico, le connessioni con le strutture demografiche, economiche, sociali, culturali e le trasformazioni intervenute nel corso del tempo

**G04:** Stabilire collegamenti tra le tradizioni culturali locali, nazionali ed internazionali, sia in una prospettiva interculturale sia ai fini della mobilità di studio e lavoro

**G05:** Utilizzare i linguaggi settoriali delle lingue straniere previste dai percorsi di studio per interagire in diversi ambiti e contesti di studio e di lavoro

**G06:** Riconoscere il valore e le potenzialità dei beni artistici e ambientali

**G07:** Individuare ed utilizzare le moderne forme di comunicazione visiva e multimediale, anche con riferimento alle strategie espressive e agli strumenti tecnici della comunicazione in rete

**G08:** Utilizzare le reti e gli strumenti informatici nelle attività di studio, ricerca e approfondimento

**G09:** Riconoscere i principali aspetti comunicativi, culturali e relazionali dell'espressività corporea ed esercitare in modo efficace la pratica sportiva per il benessere individuale e collettivo

**G10:** Comprendere e utilizzare i principali concetti relativi all'economia, all'organizzazione, allo svolgimento dei processi produttivi e dei servizi

**G11:** Padroneggiare l'uso di strumenti tecnologici con particolare attenzione alla sicurezza e alla tutela della salute nei luoghi di vita e di lavoro, alla tutela della persona, dell'ambiente e del territorio

**G12:** Utilizzare i concetti e i fondamentali strumenti degli assi culturali per comprendere la realtà ed operare in campi applicativi

Di seguito i risultati di apprendimento del Profilo di Indirizzo con le relative Competenze Professionali in "Uscita" (5° anno) ed Intermedie per ciascun periodo/annualità con i relativi livelli previsti dal **Quadro Nazionale delle Qualificazioni** (Tabella A allegata al Decreto del Ministro del lavoro e delle politiche sociali, di concerto con il Ministro dell'istruzione, dell'università e della ricerca, dell'8 gennaio 2018. La descrizione delle Conoscenze, Abilità e Competenze in corrispondenza dei Livelli QNQ è operata con riferimento ai descrittori contenuti nel citato Decreto e nella relativa Tabella A.)

### LEGGENDA:

**CPU:** Competenza Professionale in Uscita (5° anno);

**Raccordo C.G.:** Eventuali raccordi con le Competenze di cui agli insegnamenti dell'Area Generale (All. 1)

## QUINTO ANNO

<b>CPU 01</b> Liv.QNQ 4	<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.</b>			
<b>INSEGNAMENTI</b>	<b>Argomenti</b>	<b>CONOSCENZE</b>	<b>ABILITA'</b>	<b>EVIDENZE</b>
Laboratorio dei Servizi Enogastronomici – Settore SALA BAR E VENDITA	<b>MARKETING , QUALITA' E TERRITORIO.</b> 1 Principi di marketing 2 Gli strumenti di vendita  <b>COMUNICARE L'OFFERTA ENOGASTRONOMICA.</b>  <b>LA RELAZIONE CON I CLIENTI E LA VENDITA</b>	→ Tecniche di promozione e vendita: marketing operativo e strategico. → Strategie di comunicazione del prodotto. → Strumenti di pubblicità e comunicazione orientati alle varie tipologie di clientela. → Principi di fidelizzazione del cliente. → Tecniche di rilevazione delle nuove tendenze in relazione a materie prime, tecniche professionali, materiali e attrezzature. → Il sistema di customer satisfaction. → Tecniche di problem solving e gestione reclami.	♦ Diversificare il prodotto/servizio in base alle nuove tendenze, ai modelli di consumo, alle pratiche professionali, agli sviluppi tecnologici e di mercato.	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <i>Gestire le fasi dei processi produttivi di riferimento applicando tecniche tradizionali adeguate ai diversi contesti.</i></li> <li>● <i>Pianificare le fasi operative di lavoro per ottimizzare la produzione e la commercializzazione di beni o servizi promuovendo le nuove tendenze di filiera e del settore di riferimento.</i></li> </ul>
	Raccordo C.G.		( consigliati 2,3, 4, 5, 6, 7, 8,10, 12)	

<b>CPU 02</b> Liv.QNQ 4	<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.</b>			
<b>INSEGNAMENTI</b>	<b>Argomenti</b>	<b>CONOSCENZE</b>	<b>ABILITA'</b>	<b>EVIDENZE</b>
Laboratorio dei Servizi Enogastronomici – Settore SALA BAR E VENDITA	<b>LA GESTIONE DELLE AZIENDE TURISTICO – RISTORATIVE</b>  <b>LA GESTIONE DEGLI ACQUISTI</b>	→ Tecniche di realizzazione, lavorazione e erogazione del prodotto/servizio. → Tecniche di organizzazione del lavoro, strumenti per la gestione organizzativa. → Metodi per identificare, progettare e controllare i processi gestionali e operativi. → Strategie e tecniche per ottimizzare i risultati e per affrontare eventuali criticità. → Tecniche di programmazione e controllo dei costi. → Tecniche di rilevazione della qualità dell'offerta preventiva.	♦ Identificare quali quantitativamente le risorse necessarie per la realizzazione del prodotto/servizio programmato. ♦ Applicare criteri di pianificazione del proprio lavoro, operando in équipe, e interagendo con le altre figure professionali e i vari reparti.	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <i>Adoperare processi produttivi di filiera nel rispetto degli standard qualitativi.</i></li> <li>● <i>Gestire i processi di approvvigionamento, di produzione e di vendita promuovendo l'innovazione nel rispetto della qualità.</i></li> <li>● <i>Supportare la pianificazione i costi di un'azienda e analizzare il loro rapporto coi ricavi.</i></li> </ul>
	Raccordo C.G.		(consigliati 2, 7, 8, 10,12)	

<b>CPU 03</b> Liv.QNQ 4	<b>Applicare correttamente il sistema HACCP, la normativa sulla sicurezza e sulla salute nei luoghi di lavoro.</b>			
<b>INSEGNAMENTI</b>	<b>Argomenti</b>	<b>CONOSCENZE</b>	<b>ABILITA'</b>	<b>EVIDENZE</b>
Laboratorio dei Servizi Enogastronomici – Settore SALA BAR E VENDITA	<b>LAVORARE A NORMA E IN SICUREZZA</b>  <i>Obblighi e responsabilità. Igiene HACCP e sicurezza</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Normativa igienico-sanitaria e procedura di autocontrollo HACCP.</li> <li>→ Normativa relativa alla tutela della riservatezza dei dati personali.</li> <li>→ Normativa volta alla tutela e sicurezza del cliente.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 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.</li> <li>◆ Applicare efficacemente il sistema di autocontrollo per la sicurezza dei prodotti alimentari in conformità alla normativa regionale, nazionale e comunitaria in materia di HACCP.</li> <li>◆ Garantire la tutela e la sicurezza del cliente.</li> <li>◆ Formulare proposte di miglioramento delle soluzioni organizzative/layout dell'ambiente di lavoro per evitare fonti di rischio.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Rispettare il protocollo del sistema HACCP per garantire la salubrità degli alimenti lungo la filiera.</b></li> <li>● <b>Utilizzare la Normativa vigente in fatto di sicurezza sul posto di lavoro.</b></li> </ul>
<b>Raccordo C.G.</b>		(consigliati 1, 2, 5,8, 10, 11, 12)		

<b>CPU 04</b> Liv.QNQ 4	<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.</b>			
<b>INSEGNAMENTI</b>	<b>Argomenti</b>	<b>CONOSCENZE</b>	<b>ABILITA'</b>	<b>EVIDENZE</b>
Laboratorio dei Servizi Enogastronomici – Settore SALA BAR E VENDITA	<b>ENOGASTRONOMIA E SOCIETA'</b> <i>Le abitudini alimentari I fattori che influenzano le abitudini alimentari.</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Valore culturale del cibo e rapporto tra enogastronomia, società e cultura di un territorio.</li> <li>→ Concetti di sostenibilità e certificazione.</li> <li>→ Tecnologie innovative di manipolazione e conservazione dei cibi e relativi standard di qualità.</li> <li>→ Tecniche per la preparazione e servizio di prodotti per i principali disturbi e limitazioni alimentari.</li> <li>→ Tecniche di analisi del budget e politiche di sconti per la clientela.</li> <li>→ Concetti di qualità promessa, erogata, attesa e percepita.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Predisporre e servire prodotti enogastronomici in base a specifiche esigenze dietologiche e/o disturbi e limitazioni alimentari.</li> <li>◆ Apportare innovazioni personali alla produzione enogastronomica fornendo spiegazioni tecniche e motivazioni culturali, promuovendo la diffusione di abitudini e stili di vita sostenibili e equilibrati.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Individuare e predisporre prodotti, servizi e menu funzionali agli stili di vita salutari e sostenibili della clientela.</b></li> <li>● <b>Applicare tecniche di base per la pianificazione dell'azienda ristorativa/turistica.</b></li> <li>● <b>Individuare e applicare i principi di organizzazione aziendale perseguendo obiettivi di qualità, eco sostenibilità e di redditività.</b></li> </ul>
<b>Raccordo C.G.</b>		(consigliati 2,3, 4, 5,6, 7, 8, 12)		

<b>CPU 06</b> Liv.QNQ 4	<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.</b>			
<b>INSEGNAMENTI</b>	<b>Argomenti</b>	<b>CONOSCENZE</b>	<b>ABILITA'</b>	<b>EVIDENZE</b>
Laboratorio dei Servizi Enogastronomici – Settore SALA BAR E VENDITA	<b>COMUNICARE CON IL CLIENTE.</b>  <b>IL CICLO CLIENTE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Principali tecniche di comunicazione e relazioni interpersonali e interculturali, anche in lingua straniera.</li> <li>→ Tecniche di rilevamento della Customer satisfaction.</li> <li>→ Meccanismi di fidelizzazione del cliente.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Usare modalità di interazione e codici diversi a seconda della tipologia di clientela per descrivere e valorizzare i servizi sia in forma orale che scritta anche in lingua straniera.</li> <li>◆ Adottare un atteggiamento di apertura, ascolto e interesse nei confronti del cliente straniero e della sua cultura.</li> <li>◆ Assistere il cliente nella fruizione del servizio interpretandone preferenze e richieste e rilevandone il grado di soddisfazione.</li> <li>◆ Gestire la fidelizzazione del cliente mediante tecniche di customer care.</li> <li>◆ Identificare e comprendere le differenze gestuali, prossemiche e di valori culturali.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <i>Effettuare comunicazioni professionali adeguate ai diversi contesti operativi.</i></li> <li>● <i>Assistere il cliente nella fruizione dei servizi in condizioni mutevoli.</i></li> <li>● <i>Interagire con il cliente utilizzando tecniche di comunicazione adeguate alle sue esigenze culturali/dietetiche.</i></li> </ul>
<b>Raccordo C.G.</b>		(consigliati 1,2, 3,4,5, 6, 7, 8, 11, 12)		

<b>CPU 07</b> Liv.QNQ 4	<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.</b>			
<b>INSEGNAMENTI</b>	<b>Argomenti</b>	<b>CONOSCENZE</b>	<b>ABILITA'</b>	<b>EVIDENZE</b>
Laboratorio dei Servizi Enogastronomici – Settore SALA BAR E VENDITA	<b>IL CATERING-BANQUETING</b> L'attività e la pianificazione di un evento. <b>TERRITORIO ENOGASTRONOMIA E MADE IN ITALY</b>  <b>COMUNICARE IL TERRITORIO</b> Valorizzare i prodotti agroalimentari .	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Tecniche, metodi e tempi per l'organizzazione logistica di catering/eventi.</li> <li>→ Tecniche di allestimento della sala per servizi banqueting e catering.</li> <li>→ Principi di estetica e tecniche di presentazione di piatti e bevande.</li> <li>→ Strumenti digitali per la gestione organizzativa e promozione di eventi.</li> <li>→ Procedure per la gestione delle situazioni conflittuali o eventi imprevisti.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 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.</li> <li>◆ Definire le specifiche per l'allestimento degli spazi e per le operazioni di banqueting/catering.</li> <li>◆ Applicare tecniche di allestimento di strumentazioni, accessori e decorazioni in base al servizio da erogare e rispondente a principi estetici.</li> <li>◆ Determinare le modalità e i tempi di erogazione delle singole attività per la realizzazione dell'evento.</li> <li>◆ Valutare lo stato di avanzamento dell'evento in funzione del programma stabilito e, in presenza di anomalie, attuare azioni finalizzate a correggere e migliorare il piano di lavorazione.</li> <li>◆ Applicare metodi e procedure standard per il monitoraggio delle attività post evento.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <i>Partecipare alla realizzazione di eventi e/o progetti per la valorizzazione del Made in Italy.</i></li> <li>● <i>Progettare e organizzare anche con tecnologie digitali, atti a valorizzare le tradizioni agro-alimentari/culturali del made in Italy, in contesti nazionali e internazionali.</i></li> </ul>
<b>Raccordo C.G.</b>		(consigliati 1, 2,3, 4, 5, 6, 7, 8,10,11,12)		

<b>CPU 08</b> Liv.QNQ 4	<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.</b>			
<b>INSEGNAMENTI</b>	<b>Argomenti</b>	<b>CONOSCENZE</b>	<b>ABILITA'</b>	<b>EVIDENZE</b>
<b>Laboratorio dei Servizi Enogastronomici – Settore SALA BAR E VENDITA</b>	<b>COMUNICARE LA QUALITA'</b> La qualità percepita – I bisogni della clientela. La ristorazione etica e sostenibile. La ristorazione biologica.	→ Normativa sulla tutela ambientale, applicata al settore di riferimento. → Norme ISO e fattori di scelta, criteri per il riconoscimento della certificazione ecolabel. → Strumenti e metodi per la gestione dell'offerta turistica integrata secondo i principi di sostenibilità ambientale.	♦ Posizionare l'offerta turistica identificando servizi primari e complementari per una proposta integrata coerente con il contesto e le esigenze della clientela. ♦ Valutare la compatibilità dell'offerta turistica integrata con i principi dell'eco sostenibilità.	● <b>Promuovere e predisporre la vendita di offerte enogastronomiche del territorio coerenti con i principi dell'eco sostenibilità.</b>
<b>Raccordo C.G.</b>		(consigliati 1, 2,3,5, 6, 7, 8,10,11,12)		

<b>CPU 09</b> Liv.QNQ 4	<b>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.</b>			
<b>INSEGNAMENTI</b>	<b>Argomenti</b>	<b>CONOSCENZE</b>	<b>ABILITA'</b>	<b>EVIDENZE</b>
<b>Laboratorio dei Servizi Enogastronomici – Settore SALA BAR E VENDITA</b>	<b>LE FASI DEL CICLO CLIENTE</b> Dalla prenotazione al congedo. <b>Analisi swot: punti di forza e debolezza *</b>  <b>Sistemi di rete e tecnologie informatiche di rilevamento gradimento e recensioni</b>	→ Tecniche e strumenti di rilevazione delle aspettative e di analisi del gradimento. → Procedure e tecniche di organizzazione e di redazione di iniziative finalizzate alla fidelizzazione del clienti. → Terminologia di settore e registri linguistici, anche in lingua straniera.	♦ Assistere il cliente nella fruizione del servizio interpretandone preferenze e richieste. ♦ Gestire la fidelizzazione del cliente mediante la programmazione di iniziative di customer care e di customer satisfaction. ♦ Informare sui servizi disponibili ed extra di vario tipo, finalizzati a rendere gradevole la permanenza presso la struttura ricettiva. ♦ Rilevare il grado di soddisfazione della clientela e tradurre i risultati dei rilevamenti in proposte migliorative del prodotto/servizio.	● <b>Utilizzare nella gestione del ciclo cliente, procedure e tecniche standard di comunicazione e collaborazione tra le diverse aree aziendali della filiera di riferimento.</b>
<b>Raccordo C.G.</b>		(consigliati 2,3, 5, 6, 7, 8,10,11,12)		

L'analisi SWOT è una tecnica utilizzata per identificare i punti di forza, di debolezza, opportunità e minacce. L'analisi SWOT è un potente strumento che aiuta a identificare opportunità competitive di miglioramento. In questo modo, puoi migliorare il tuo team e il tuo business, rimanendo al passo con le tendenze del mercato. In poche parole, **SWOT** sta per **Strengths** (punti di forza), **Weaknesses** (punti di debolezza), **Opportunities** (opportunità) e **Threats** (minacce). Ciascuno di questi fattori va esaminato attentamente per pianificare adeguatamente la crescita dell'organizzazione.

<b>CPU 10</b> Liv.QNQ 4	<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.</b>			
<b>INSEGNAMENTI</b>	<b>Argomenti</b>	<b>CONOSCENZE</b>	<b>ABILITA'</b>	<b>EVIDENZE</b>
Laboratorio dei Servizi Enogastronomici – Settore SALA BAR E VENDITA	<u>LA GESTIONE DELLE AZIENDE TURISTICO –RISTORATIVE</u> Forme di gestione e risorse umane. <b>PRINCIPI DI MARKETING TURISTICO (Revenue Management )</b> <u>SOFTWARE PER IL SETTORE RISTORATIVO</u>  <u>STRATEGIE DI CONFRONTO CON ALTRE AZIENDE (Benchmarking).</u>	→ Elementi di budgeting per la quantificazione dell'entità dell'investimento economico e valutazione della sua sostenibilità. → Elementi di diritto commerciale, organizzazione e gestione aziendale, contabilità analitica. → Tecniche di reportistica aziendale. → Tecniche di analisi per indici.	♦ Applicare tecniche di benchmarking.	● <b>Organizzare e pianificare, anche collaborando con altri, diverse tipologie di servizio in base al target budget previsionale, perseguendo obiettivi di redditività.</b>
<b>Raccordo C.G.</b>		(consigliati 1,2,5, 8, 10, 11, 12)		

<b>CPU 11</b> Liv.QNQ 4	<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.</b>			
<b>INSEGNAMENTI</b>	<b>Argomenti</b>	<b>CONOSCENZE</b>	<b>ABILITA'</b>	<b>EVIDENZE</b>
Laboratorio dei Servizi Enogastronomici – Settore SALA BAR E VENDITA	<u>COMUNICARE LA QUALITA'</u> I sistemi e i prodotti di qualità . Le certificazioni . La ristorazione a km 0 .  <u>COMUNICARE IL TERRITORIO</u> Conoscere e valorizzare il territorio . I sistemi turistici locali. <u>STRATEGIE INNOVATIVE DI PROMOZIONE TURISTICA</u>	→ Menù a filiera locale con prodotti iscritti nel registro delle denominazioni di origini protette e delle indicazioni geografiche protette (DOP, IGP, STG). → Tecniche di organizzazione di attività culturali, artistiche, ricreative in relazione alla tipologia di clientela.	♦ Progettare attività/iniziativa di varia tipologia atte a valorizzare le tipicità del territorio. ♦ Collaborare alla realizzazione di attività innovative di pubblicizzazione di itinerari enogastronomici, artistici, naturalistici per promuovere l'immagine e la valorizzazione del territorio .	● <b>Attuare la promozione di beni enogastronomici, artistici, naturalistici, eventi, attrazioni riferiti al territorio di appartenenza applicando tecniche di Destination Marketing.</b>
<b>Raccordo C.G.</b>		(consigliati 2, 3,4, 5,6,7, 8, 10,11, 12)		

