

Riferimenti:

1. LINEE GUIDA PER IL PASSAGGIO AL NUOVO ORDINAMENTO.
2. ATTI CONVEGNO RE.NA.IA. VENETO.
3. QUADERNO DI LAVORO ALBERGHIERO VIBO VALENTIA.

COMPETENZE	ABILITA'/CAPACITA' SECONDO BIENNIO	CONOSCENZE SECONDO BIENNIO	CONOSCENZE DISCIPLINA (Diritto e tecniche amministrative della struttura ricettiva)
1. Agire nel sistema di qualità relativa alla filiera produttiva di interesse.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Distinguere le situazioni di potenziale rischio per la pubblica sicurezza con approcci orientati alla prevenzione. ➤ Applicare al contratto d'albergo le convenzioni internazionali e le normative sulla vendita dei prodotti e dei servizi e sulla tutela del turista. Individuare gli elementi caratterizzanti delle aziende enogastronomiche e turistiche e le principali forme di organizzazione aziendale. ➤ Comprendere il linguaggio giuridico ed utilizzare la normativa con particolare riferimento a quello di settore. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ La legislazione sulla sicurezza sul lavoro. ➤ La legislazione di pubblica sicurezza e custodia dei valori. ➤ L'imprenditore e l'impresa. ➤ Costituzione e modelli organizzativi dell'impresa turistico-ricettiva. ➤ Le aziende di produzione e vendita di servizi enogastronomici e turistici: tipologie e caratteristiche. ➤ Legislazione di settore. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Normativa di settore nazionale e regionale. ➤ Contrattualistica turistica e convenzioni internazionali. ➤ Imprese turistiche: tipologie, costituzione, organizzazione e gestione.
2. Utilizzare tecniche di lavorazione e strumenti gestionali nella produzione di servizi e prodotti enogastronomici, ristorativi e di accoglienza turistica-alberghiera.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Eseguire le mansioni di portineria conciergerie connesse alla tutela della sicurezza e della privacy. ➤ Coordinare il servizio di governatorato. ➤ Gestire lo schedario clienti ed ottimizzarne l'uso. ➤ Eseguire la riscossione dei conti con tutte le modalità di pagamento possibili. ➤ Redigere ordini di servizio destinati ai reparti e ai comparti turistico alberghieri. ➤ Utilizzare gli strumenti informatici, i software e le attrezzature di reparto. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Lessico professionale. ➤ Gli ordini di servizio e i movimenti periodici. ➤ La portineria-conciergerie, il suo ruolo e le sue mansioni. ➤ Il servizio piani. ➤ La gestione dello schedario clienti. ➤ I prezzi nel mercato turistico alberghiero e le modalità di riscossione dei conti. ➤ La gestione dei sospesi. ➤ Strumenti informatici, software applicativi evoluti e attrezzature di reparto. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Privacy: D. Lgs 196/2003. ➤ Organizzazione del lavoro. ➤ I mezzi di pagamento nel settore turistico. ➤ La determinazione dei prezzi di vendita e la verifica della remuneratività dei prezzi di vendita fissati dal mercato.

<p>3. Integrare le competenze professionali orientate al cliente con quelle linguistiche, utilizzando le tecniche di comunicazione e relazione per ottimizzare la qualità del servizio e il coordinamento con i colleghi.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Usare procedure di comunicazione efficaci con clienti e colleghi. ➤ Usare le tecniche di comunicazione telematica. ➤ Comprendere le esigenze del cliente e adeguare il servizio in funzione della domanda. ➤ Utilizzare il menu come strumento di promozione, vendita e fidelizzazione del cliente. ➤ Scrivere correttamente e nella giusta sequenza le procedure di un compito. ➤ Collaborare con i reparti della struttura ricettiva. ➤ Partecipare attivamente ai lavori di gruppo e cooperare per il raggiungimento dell'obiettivo. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ La comunicazione: elementi, funzioni e strumenti; stili comunicativi; ascolto attivo e interazione. ➤ Uso del lessico professionale. ➤ L'azienda alberghiera e i rapporti con la clientela, i fornitori e gli istituti di credito. ➤ Le procedure che regolano i rapporti tra i reparti. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Rapporti tra l'impresa turistica e i finanziatori, i fornitori, i clienti. ➤ Marketing strategico e operativo. ➤ Il marketing mix: prodotto, prezzo, promozione, distribuzione, personale, politica.
<p>4. Valorizzare e promuovere le tradizioni locali, nazionali e internazionali individuando le nuove tendenze di filiera.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Collegare i fenomeni storici con l'evoluzione dell'alimentazione e dei servizi di ospitalità. ➤ Identificare i principali personaggi dell'enogastronomia e dell'industria dell'ospitalità. ➤ Riconoscere le nuove tendenze dell'enogastronomia e della domanda turistica. ➤ Valorizzare le risorse enogastronomiche del territorio, considerando anche gli aspetti culturali ad essi legati e riconoscere le nuove tendenze della cucina per contestualizzarle in pacchetti di turismo enogastronomico. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Storia dell'alimentazione, dell'industria dell'ospitalità e dei relativi personaggi. ➤ Tipologie dei servizi ristorativi, tendenze della gastronomia e del turismo. ➤ Il cibo come alimento e prodotto culturale. ➤ I marchi di qualità, i sistemi di tutela e gli alimenti di eccellenza del territorio. ➤ Il territorio locale e le sue risorse naturali, artistiche, culturali, enogastronomiche; strutture ricettive e servizi complementari. ➤ Tecniche di realizzazione e di vendita di un pacchetto turistico. ➤ Cenni di storia dell'alimentazione e degli alimenti tipici dei Paesi di cui si studiano le lingue. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Creazione di "prodotti turistici" coerenti con il Territorio di appartenenza e le risorse enogastronomiche. ➤ Analisi swot di alcuni prodotti turistici locali, nazionali e internazionali e confronti tra essi. ➤ Creazione di un piano di marketing legato ai prodotti turistici creati. ➤ Determinazione del prezzo di vendita dei prodotti creati coerenti con il mercato. ➤ I marchi di qualità, i sistemi di tutela e gli alimenti.

<p>5. Applicare le normative vigenti, nazionali e internazionali, in fatto di sicurezza, trasparenza e tracciabilità dei prodotti.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Comprendere l'importanza dell'autocontrollo sul processo. ➤ Applicare in modo autonomo il metodo HACCP. ➤ Identificare gli elementi che permettono la tracciabilità del prodotto in ogni fase della sua produzione. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Legislazione alimentare. ➤ Il "pacchetto igiene", il sistema HACCP e le disposizioni legislative in materia. ➤ La tracciabilità degli alimenti e la sicurezza alimentare. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Normativa nazionale ed europea sulla sicurezza alimentare e la tracciabilità del prodotto. ➤ La sicurezza alimentare e l'igiene come strumento di marketing.
<p>6. Attuare strategie di pianificazione, compensazione, monitoraggio per ottimizzare la produzione di beni e servizi in relazione al contesto.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Eseguire le fasi di lavorazione nella corretta sequenza per compiti di media complessità e produrre uno schema riassuntivo. ➤ Scomporre i processi di lavoro in fasi operative per ottimizzare la produzione di beni o servizi in un contesto dato. ➤ Effettuare analisi sull'organizzazione del lavoro e sul risultato conseguito. ➤ Gestire il processo di approvvigionamento. ➤ Classificare e configurare i costi di un'azienda e analizzare il loro rapporto coi ricavi. ➤ Calcolare il costo-piatto, il costo-menu in rapporto agli alimenti e agli altri costi di produzione. ➤ Individuare i fattori che intervengono nel determinare il prezzo praticato al cliente. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Tecnica di settore in relazione al compito da svolgere. ➤ Organizzazione della produzione di beni e servizi "per regole". ➤ Principi di organizzazione aziendale. ➤ Lineamenti di organizzazione del lavoro. ➤ La gestione delle merci, dall'ordinazione fino all'utilizzazione. ➤ Metodologie e strumenti della programmazione del controllo di gestione (qualità-quantità-costi della produzione e distribuzione pasti). ➤ I criteri per la definizione del prezzo di vendita dei prodotti enogastronomici. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Analisi critica dell'organizzazione aziendale (simulazioni). ➤ Gestione economica: Analisi dei costi aziendali. ➤ Gestione amministrativa: Contabilità e bilancio d'esercizio. ➤ Pianificazione, programmazione della gestione aziendale e controllo di gestione.

<p>7. Utilizzare le tecniche di promozione , vendita, commercializzazione, assistenza, informazione e intermediazione turistico-alberghiera.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Eseguire le operazioni relative alle fasi del ciclo cliente: ante, check in, live in, check out e post. ➤ Comprendere un ordine di servizio e usare il lessico professionale. ➤ Applicare tecniche di promozione, vendita, informazione e intermediazione alberghiera. ➤ La progettazione grafica del menù. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Le imprese turistiche. ➤ Tecniche di stesura di documenti e modulistica. ➤ Le operazioni del ciclo cliente. ➤ Tecniche di comunicazione professionale relative alla vendita. ➤ Booking, overbooking e vendita di servizi. ➤ Intermediazione turistica. ➤ Software applicativi e attrezzature di reparto. ➤ Creazione di menù. ➤ Gestione delle mailing list. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Le strategie e la gestione della promozione, della vendita, del post-vendita. ➤ Il contratto d'agenzia.
<p>8. Adeguare la produzione e la vendita dei servizi di accoglienza e ospitalità in relazione alle richieste dei mercati e della clientela.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Comprendere le esigenze del cliente e adeguare il servizio in funzione della domanda. ➤ Interpretare i dati contabili, amministrativi, statistici e di mercato al fine di operare scelte efficaci nella politica dei prezzi nel breve, nel medio e nel lungo periodo. ➤ Elaborare i dati di mercato e di vendita utilizzandoli al fine di conseguire la migliore distribuzione delle presenze nel tempo per migliorare il fatturato. ➤ Riconoscere le situazioni di criticità produttiva con approcci orientati al problem solving. ➤ Gestire l'intero processo del ciclo cliente in base alla diverse situazioni. ➤ Interpretare dati statistici e di mercato al fine di operare scelte efficaci nella produzione e nella vendita dei servizi turistici. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Il mercato turistico e i suoi principali segmenti. ➤ Caratteristiche dei bisogni e dei desideri del turista-consumatore. ➤ Le diverse tipologie di turismo. ➤ La gestione del ciclo del cliente individuale e dei gruppi. ➤ Economia turistica. ➤ La rigidità dei costi fissi del prodotto turistico-alberghiero. ➤ Strategie orientate al prodotto e strategie orientate al mercato. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Gli strumenti di decisione dell'imprenditore: l'analisi delle statistiche di settore. ➤ L'individuazione dei mercati obiettivo. Gli strumenti per la ricerca di mercato. ➤ Costruzione di questionari e analisi degli stessi. Il direct marketing. ➤ La tecnica del problem solving applicata alla gestione dell'impresa turistica.

<p>9. Promuovere e gestire i servizi di accoglienza turistica-alberghiera anche attraverso la progettazione dei servizi turistici per valorizzare le risorse ambientali, storico-artistico, culturali e enogastronomiche del territorio</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Comporre menù ed usarli efficacemente come strumento di vendita. ➤ Distinguere i piatti ed i vini e valorizzare i piatti della tradizione. ➤ Applicare tecniche di marketing. ➤ Valorizzare e promuovere i servizi dell'impresa turistico-alberghiera unitamente alle risorse storico-artistico, culturali ed enogastronomiche. ➤ Creare pacchetti turistici di eventi e manifestazioni turistiche. ➤ Elaborare e pubblicizzare un pacchetto turistico legato a un'area o percorsi turistici. ➤ Fornire informazioni in italiano e in lingua straniera, su località del territorio nazionale relative a valorizzarne le risorse ambientali, storico-artistiche, culturali ed enogastronomiche. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Principi e tecniche di marketing. ➤ Il territorio regionale e le sue risorse naturali, artistiche, culturali, enogastronomiche, le strutture ricettive ed i servizi complementari. ➤ Tecniche di realizzazione e di vendita di un pacchetto turistico. ➤ Tecniche di ricerca di eventi turistici e culturali. ➤ I club di prodotto, le unioni di prodotto, le aziende di promozione turistica, i sistemi turistici locali. ➤ Il territorio nazionale e le sue risorse ambientali, artistiche, culturali, enogastronomiche. ➤ La brochure. ➤ I mezzi di trasporto. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Gli strumenti per superare le difficoltà dell'impresa turistica italiana: (es: l'aggregazione d'impresa). ➤ Analisi delle aggregazioni d'impresa esistenti. ➤ La creazione di "prodotti turistici" per i diversi target di clienti della Regione di appartenenza curando l'approccio marketing, di programmazione e calcolo della redditività. ➤ La normativa turistica.
<p>10. Sovrintendere all'organizzazione dei servizi di accoglienza e di ospitalità, applicando le tecniche di gestione economica e finanziaria alle aziende turistico-alberghiere.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Selezionare la tecnica di lavoro più efficace per il raggiungimento del risultato prefissato. ➤ Organizzare il lavoro complessivo in funzione delle caratteristiche del servizio proposto alla clientela. ➤ Effettuare registrazioni base di contabilità alberghiera e conti d'albergo. ➤ Redigere una fattura, fare un bonifico bancario e una ricevuta bancaria. ➤ Effettuare tutte le operazioni legate alla fase di check out. ➤ Utilizzare strumenti informatici per la gestione delle fasi del ciclo clienti. ➤ Predisporre contratti di allotment. ➤ Applicare la politica dei prezzi in relazione alle fluttuazioni di mercato e realizzare pre- 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Tecniche di settore in relazione al compito da svolgere. ➤ Elementi di organizzazione aziendale. ➤ L'inventario. ➤ Elementi di base della gestione economica e finanziaria. ➤ Elementi di contabilità alberghiera e sue applicazioni. ➤ La chiusura del conto e modalità di pagamento. ➤ Software di gestione alberghiera. ➤ L'IVA, le fatture, la ricevuta fiscale. ➤ Il capitale dell'azienda dal punto di vista qualitativo e quantitativo. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ I diversi tipi di "prodotti turistici". Le procedure atte a gestirli. ➤ I documenti contabili necessari alle rilevazioni amministrative degli eventi. ➤ La determinazione dei prezzi.

