

Articolazione: “Servizi di Sala e Vendita”
ASSE STORICO SOCIALE - II Biennio

Discipline: -Diritto e tecniche amministrative della struttura ricettiva.
 -Storia.

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
1. Agire nel sistema di qualità relativa alla filiera produttiva di interesse.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Comprendere l'importanza del corretto uso dei dispositivi di sicurezza per la salvaguardia della persona, dei colleghi, dei clienti e dell'ambiente di lavoro. ➤ Individuare gli elementi caratterizzanti delle aziende enogastronomiche e turistiche e le principali forme di organizzazione aziendale. ➤ Comprendere il linguaggio giuridico, 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.
2. Utilizzare tecniche di lavorazione e strumenti gestionali nella produzione di servizi e prodotti enogastronomici, ristorativi e di accoglienza turistico-alberghiera.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Eseguire le fasi di lavorazione nella corretta sequenza per i compiti assegnati. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Lessico professionale. ➤ Il buono comanda e le operazioni di cassa. ➤ Tecnica di stesura delle ricette di bevande.

<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 o di una ricetta. ➤ Collaborare attivamente con tutti i reparti della struttura enogastronomica. ➤ Partecipare attivamente ai lavori di gruppo e cooperare per il raggiungimento dello scopo. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ La comunicazione: elementi, funzioni e strumenti; stili comunicativi; ascolto attivo e interazione. ➤ Tecniche di comunicazione in lingue straniere ad uso professionale. ➤ Lessico professionale. ➤ Comunicazione per e_mail, sms, sito web. ➤ Criteri ed elementi di comunicazione del menù. ➤ 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.
<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. ➤ Identificare i principali personaggi della gastronomia. ➤ Riconoscere le nuove tendenze della gastronomia e saperle contestualizzare in strutture ristorative. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Storia dell'alimentazione e dei principali personaggi della enogastronomia. ➤ Tipologie dei servizi ristorativi, tendenze della gastronomia. ➤ I marchi di qualità, i sistemi di tutela e gli alimenti di eccellenza del territorio.
<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"> ➤ Applicare il concetto di percorso "a senso unico" nei servizi enogastronomici. ➤ Comprendere l'importanza dell'autocontrollo sul processo. ➤ Applicare in modo autonomo il metodo HACCP. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Legislazione alimentare. ➤ Il "pacchetto igiene", il sistema HACCP e le disposizioni legislative in materia. ➤ Le tecniche e le norme sui legami di distribuzione dei prodotti enogastronomici nella ristorazione industriale e commerciale.

<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 di derrate alimentari, vini e altre bevande. ➤ 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 e del controllo di gestione (qualità-quantità-costi della produzione e distribuzione pasti). ➤ I criteri per la definizione del prezzo di vendita dei prodotti enogastronomici.
<p>7. Svolgere attività operative e gestionali in relazione all'amministrazione, produzione, organizzazione, erogazione e vendita di prodotti e servizi enogastronomici.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Adeguare il servizio di sala in funzione della domanda. ➤ Sviluppare una cultura della qualità del servizio e delle esigenze del cliente. ➤ Comprendere i principali meccanismi della psicologia della vendita. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Il ciclo cliente nelle aziende enogastronomiche: gestione delle prenotazioni, accoglienza, interazioni durante la permanenza e gestione dei reclami. ➤ La presentazione del conto e l'incasso.
<p>8. Controllare e utilizzare gli elementi e le bevande sotto il profilo organolettico, merceologico, chimico-fisico, nutrizionale e gastronomico..</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Classificare gli alimenti, sceglierli e utilizzarli in base alle loro caratteristiche e al risultato prefissato. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ I criteri di qualità degli alimenti. ➤ La produzione e la classificazione di vino e birra.

<p>9. Predisporre menu coerenti con il contesto e le esigenze della clientela, anche in relazione a specifiche necessità dietologiche.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Costruire menù e carte rispettando le regole gastronomiche e tenendo presente le esigenze della clientela. ➤ Costruire menù e carte dei vini rispettando le regole gastronomiche e tenendo presente le esigenze della clientela. ➤ Progettare graficamente menù. ➤ Riconoscere il ruolo centrale del menù e delle carte nelle aziende enogastronomiche. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Le funzioni, i tipi e le regole di costruzione di menù e carte. ➤ Analisi e strategie nella gestione del menù e della carta. ➤ Lessico professionale-.
<p>10. Adeguare e organizzare la produzione e la vendita in relazione alla domanda dei mercati, valorizzando i prodotti tipici.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Comprendere la necessità di adeguare la produzione alle esigenze della clientela. ➤ Leggere, riconoscere e interpretare le dinamiche del mercato enogastronomico e sapere adeguare la produzione. ➤ Individuare punti forti e di criticità dell'attività aziendale anche in rapporto al mercato e agli stili della clientela. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Il mercato enogastronomico e i suoi principali segmenti. ➤ L'andamento degli stili alimentari e dei consumi locali, nazionali e internazionali. ➤ Le consuetudini alimentari nelle grandi religioni. ➤ Le aziende enogastronomiche e i rapporti con l'esterno.