**LEGENDA COMPETENZE TRIENNIO: DECLINAZIONE IN CONOSCENZE E ABILITA’**

*(Sezione B del Modello per la Certificazione delle Competenze ai sensi dell'art. 5,comma 1, lettera g), decreto legislativo 13 aprile 2017, n. 61 e del decreto del Ministro dell'Istruzione del 24 agosto 2021, n. 267*

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| CompetenzeProfessionali d’Indirizzo(C)**C 1****Classe Terza ASA*****Raccordi con le competenze di cui agli insegnamenti dell’Area Generale (Allegato 1 del Regolamento)******CG: 2,3,4,5,6,7,8,10,12*** | Conoscenze |  | Abilità |  |
| Cnz. 1 | Terminologia tecnica specifica di settore | Ab. 1 | Riconoscere le caratteristiche specifiche delle strutture e delle figure professionali correlate alla filiera dell’enogastronomia e dell’ospitalità alberghiera e coglierne le differenze |
| Cnz.2  | Software applicativi di settore. | Ab. 2 | Utilizzare in maniera appropriata le tecniche tradizionali per la produzione e realizzazione di prodotti e/o servizi adeguati ai diversi contesti. |
| Cnz. 3 | Tecniche specifiche per la realizzazione di prodotti e servizi dell’enogastronomia e l'ospitalità alberghiera. | Ab. 3 | Applicare tecniche di promozione e pubblicizzazione di prodotti e servizi nei diversi contesti professionali |
| Cnz. 4 | Tecniche di comunicazione verbale e digitale finalizzata al marketing dei prodotti e servizi. |  |  |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| CompetenzeProfessionali d’Indirizzo(C)**C 2****Classe Terza FPP*****Raccordi con le competenze di cui agli insegnamenti dell’Area Generale (Allegato 1 del Regolamento)******CG:2,3,5,6,7,8,10,12*** | Conoscenze |  | Abilità |  |
| Cnz. 1 | Elementi di organizzazione aziendale e del lavoro: attrezzature e strumenti, risorse umane e tecnologiche. | Ab. 1 | Definire le esigenze di acquisto, individuando i fornitori e collaborando alla gestione del processo di approvvigionamento |
| Cnz.2  | Controllo della produzione/lavorazione/ commercializzazione di prodotti/servizi della filiera di riferimento. | Ab. 2 | Individuare all’interno di un determinato contesto gli aspetti caratteristici che riguardano la produzione e la vendita dei prodotti/servizi della filiera dell’enogastronomia e dell’ospitalità alberghiera |
| Cnz. 3 | Caratteristiche e standard di qualità dei prodotti e servizi della filiera di riferimento. | Ab. 3 | Applicare modalità di trattamento e trasformazione delle materie prime tenendo conto delle principali tendenze e delle esigenze del mercato |
| Cnz. 4 |  |  |  |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| CompetenzeProfessionali d’Indirizzo(C)**C 3****Classe Terza ASA*****Raccordi con le competenze di cui agli insegnamenti dell’Area Generale (Allegato 1 del Regolamento)******CG: 1,2,5,8,10,11,12*** | Conoscenze |  | Abilità |  |
| Cnz. 1 | Le confezioni alimentari e le etichette dei prodotti. | Ab. 1 | Prefigurare forme comportamentali di prevenzione del rischio |
| Cnz.2  | Norme di sicurezza igienico sanitarie (HACCP) | Ab. 2 | Applicare i protocolli di autocontrollo relativi all’igiene e alla sicurezza |
| Cnz. 3 | Dispositivi di protezione e misure di sicurezza per i lavoratori nei contesti professionali di riferimento: norme specifiche (D. Lgs.81/2008) | Ab. 3 | Leggere e interpretare le etichette alimentari. |
|  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| CompetenzeProfessionali d’Indirizzo(C)**C 4****Classe Terza ASA*****Raccordi con le competenze di cui agli insegnamenti dell’Area Generale (Allegato 1 del Regolamento)******CG: 2,3,4,5,6,7,8,12*** | Conoscenze |  | Abilità |  |
| Cnz. 1 | Elementi di dietetica e nutrizione | Ab. 1 | Applicare criteri di selezione delle materie prime e/o prodotti e di allestimento di servizi, e/o menù in funzione del contesto, delle esigenze della clientela, della stagionalità e nel rispetto della filiera corta. |
| Cnz.2  | Criteri di scelta delle materie prime/prodotti/servizi(certificazioni, stagionalità, prossimità, eco sostenibilità). | Ab. 2 | Integrare le dimensioni legate alla tutela dell’ambiente e allo sviluppo sostenibile alla pratica professionale |
| Cnz. 3 | Principi di eco sostenibilità applicati ai settori di riferimento. |  |  |
| Cnz. 4 | Tecniche per ridurre lo spreco. |  |  |
| Cnz. 5 | Tecniche di base di organizzazione, gestione aziendale e budgetaria. |  |  |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| CompetenzeProfessionali d’Indirizzo(C)**C 6****Classe Terza ASA*****Raccordi con le competenze di cui agli insegnamenti dell’Area Generale (Allegato 1 del Regolamento)******CG: 1,2,3,4,5,6,7,8,11,12*** | Conoscenze |  | Abilità |  |
| Cnz. 1 | Tecniche di ascolto attivo del cliente. | Ab. 1 | Rispettare i requisiti essenziali e indispensabili di una comunicazione verbale (attenzione, ascolto, disponibilità) con il cliente anche appartenente ad altre culture o con esigenze particolari. |
| Cnz.2  | Principali tecniche di comunicazione scritta, verbale e digitale, anche in lingua straniera | Ab. 2 | Applicare correttamente tecniche di comunicazione idonee in contesti professionali |
| Cnz. 3 | Elementi di marketing operativo dei servizi enogastronomici e turistici. | Ab. 3 | Assistere il cliente nella fruizione dei servizi, prestando adeguata attenzione a preferenze e richieste |
| Cnz. 4 | Tecniche e strumenti di rilevazione delle aspettative e di analisidel gradimento. | Ab. 4 |  |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| CompetenzeProfessionali d’Indirizzo(C)**C 7****Classe Terza ASA*****Raccordi con le competenze di cui agli insegnamenti dell’Area Generale (Allegato 1 del Regolamento)******CG1,2,3,4,5,6,7,8,10,11,12*** | Conoscenze |  | Abilità |  |
| Cnz. 1 | Tecniche di base di organizzazione eprogrammazione di eventi | Ab. 1 | Partecipare alla realizzazione di eventi e/o progetti per lavalorizzazione del Made in Italy con istituzioni, enti, soggetti economici e imprenditoriali. |
| Cnz.2  | Norme e disposizioni atutela della sicurezza dell’ambiente del lavoro. | Ab. 2 | Riconoscere le caratteristiche funzionali e strutturali dei servizi da erogare in relazione alla specifica tipologia di evento |
| Cnz. 3 | Le tradizioni culturali ed enogastronomiche in riferimento all’assetto agroalimentare di un territorio e all’assettoturistico. | Ab. 3 | Determinare le modalità e i tempi di erogazione delle singole attività per la realizzazione ottimale dell’evento. |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| CompetenzeProfessionali d’Indirizzo(C)**C 9****Classe Terza ASA*****Raccordi con le competenze di cui agli insegnamenti dell’Area Generale (Allegato 1 del Regolamento)******CG2,3,5,6,7,10,11,12*** | Conoscenze |  | Abilità |  |
| Cnz. 1 | Tecniche di base di *Hospitality Management.* | Ab. 1 | Utilizzare correttamente tecniche di base di *Hospitality Management* |
| Cnz.2  | Tipologia di servizi offerti dalle strutture turistico- ricettive: aspetti gestionali e principali flussi informativi. | Ab. 2 | Utilizzare metodologie di gestione e comunicazione aziendale secondo principi di legalità e trasparenza e in conformità con la contrattualistica di settore  |
| Cnz. 3 | Metodologie e tecniche di gestione e comunicazione aziendale. | Ab. 3 | Utilizzare software gestionali |
| Cnz. 4 | Elementi di contabilità generale e bilancio. |  |  |
| Cnz. 5 | Normativa di settore.  |  |  |
| Cnz. 6 | Software applicativi |  |  |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| CompetenzeProfessionali d’Indirizzo(C)**C 1****Classe Quarta ASA*****Raccordi con le competenze di cui agli insegnamenti dell’Area Generale (Allegato 1 del Regolamento)******CG: 2,3,4,5,6,7,8,10,12*** | Conoscenze |  | Abilità |  |
| Cnz. 1 | Strumenti di pubblicità e comunicazione. | Ab. 1 | Partecipare alla pianificazione di attività promozionali e pubblicitarie delle nuove tendenze alimentari ed enogastronomiche utilizzando tecniche e strumenti di presentazione e promozione del prodotto/servizio |
| Cnz.2  | Principi e criteri di *storytelling* in campo enogastronomico. | Ab. 2 | Partecipare alla gestione dell’intero processo del ciclo cliente applicando tecniche di fidelizzazione e di monitoraggio del grado di soddisfazione della clientela. |
| Cnz. 3 | Tecniche di rilevazione della *customer satisfaction* | Ab. 3 | Identificare il legame dei prodotti e servizi con il territorio, riconoscendone la qualità di filiera e, attraverso tecniche tradizionali di lavorazione/commercializzazione, promuoverne la valorizzazione. |
| Cnz. 4 | Tecniche per la gestione dei reclami. |  |  |
| Cnz. 5 | Marchi di qualità e sistemi di tutela dei prodotti enogastronomici di eccellenza. |  |  |
| Cnz. 6 | Risorse enogastronomiche / culturali territoriali enazionali. |  |  |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| CompetenzeProfessionali d’Indirizzo(C)**C 6****Classe Quarta ASA*****Raccordi con le competenze di cui agli insegnamenti dell’Area Generale (Allegato 1 del Regolamento)******CG:1,2,3,4,5,6,7,8,10,11,12*** | Conoscenze |  | Abilità |  |
| Cnz. 1 | Elementi di antropologia culturale. | Ab. 1 | Gestire, anche in collaborazione con gli altri, la comunicazione professionale con il cliente personalizzando il servizio in base alle esigenze speciali |
| Cnz. 2  | Tipologia di servizi offerti dalle strutture ricettive. | Ab. 2 | Applicare procedure e tecniche di comunicazione nei confronti del cliente anche straniero per rilevarne i bisogni e anticipare possibili soluzioni nel rispetto della sua cultura. |
| Cnz. 3 | Tecniche di interazione con la clientela con bisogni specifici. | Ab. 3 | Adattare la propria interazione con il cliente nel rispetto dei differenti stilicomunicativi e valori |
| Cnz. 4 | Terminologia tecnica, specifica del settore, anche in lingua straniera. |  |  |
| Cnz. 5 | Elementi di marketing strategico dei servizi turistici e meccanismi di fidelizzazione del cliente |  |  |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| CompetenzeProfessionali d’Indirizzo(C)**C 7****Classe Quarta ASA*****Raccordi con le competenze di cui agli insegnamenti dell’Area Generale (Allegato 1 del Regolamento)******CG1,2,3,4,5,6,7,8,10,11,12*** | Conoscenze |  | Abilità |  |
| Cnz. 1 | Strumenti per la gestione organizzativa e la promozione di eventi.  | Ab. 1 | Identificare le caratteristiche funzionali e strutturali dei servizi da erogare in relazione alla tipologia di evento da realizzare e al budget disponibile. |
| Cnz. 2  | Strategie di comunicazione e strumenti di pubblicità dei prodotti e dei servizi | Ab. 2 | Effettuare attività di controllo, di gestione*, budgeting* e *reporting* segnalando eventuali scostamenti rispetto agli obiettivi programmati. |
| Cnz. 3 | Norme e disposizioni a tutela della sicurezza dell’ambiente di lavoro. | Ab. 3 | Partecipare, coordinando il proprio lavoro con gli altri, all’identificazione delle priorità, dei bisogni e delle aspettative di un territorio per strutturare attività efficaci dipromozione del Made in Italy. |
| Cnz. 4 | Elementi di contrattualistica del lavoro, previdenza eassicurazione. |  |  |
| Cnz. 5 | Tecniche di analisi commerciale. |  |  |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| CompetenzeProfessionali d’Indirizzo(C)**C 8****Classe Quarta ASA*****Raccordi con le competenze di cui agli insegnamenti dell’Area Generale (Allegato 1 del Regolamento)******CG: 1,2,3,4,5,6,7,8,10,11,12*** | Conoscenze |  | Abilità |  |
| Cnz. 1 | Mercato turistico e sue tendenze. | Ab. 1 | Individuare i canali comunicativi più efficaci per la promozione dell'offerta turistica integrata con i principi dell’ecosostenibilità. |
| Cnz. 2  | Software applicativi e internet per la gestione della comunicazione, promozione e commercializzazione dei prodotti e dei servizi. | Ab. 2 | Predisporre azioni di promozione dell’offerta turistica rispetto al target di utenza anche in lingua straniera. |
| Cnz. 3 | Tecniche di redazione del budget del prodotto/ servizio/ offerta turistica da realizzare. | Ab. 3 | Predisporre la realizzazione di un evento turistico-culturale. |
| Cnz. 4 | Principi e metodi dell’eco sostenibilità applicati ai servizi turistici. | Ab. 4 | Individuare gli indicatori di costo per la realizzazione del servizio turistico coerente con i principi dell’eco sostenibilità |
| Cnz. 5 | Menù con alimenti biologici e biologici plus; alimenti equi e solidali, alimenti locali, prodotti da lotta alle mafie. |  |  |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| CompetenzeProfessionali d’Indirizzo(C)**C 9****Classe Quarta ASA*****Raccordi con le competenze di cui agli insegnamenti dell’Area Generale (Allegato 1 del Regolamento)******CG:2,3,5,6,7,8,10,11,12*** | Conoscenze |  | Abilità |  |
| Cnz. 1 | Metodologie e tecniche di gestione dell’accoglienza in relazione alla tipologia dei servizi e al target di clientela. | Ab. 1 | Garantire il corretto flusso informativo tra i reparti di una stessa struttura ricettiva in un’ottica di cooperazione ed efficienza aziendale. |
| Cnz. 2  | Metodologie e tecniche di promozione territoriale. | Ab. 2 | Individuare le principali tecniche di ricettività e accoglienza in linea con la tipologia di servizio ricettivo e il target di clientela. |
| Cnz. 3 | Terminologia di settore, anche in lingua straniera. | Ab. 3 | Individuare le inefficienze e le carenze dei servizi erogati in rapporto alle aspettative dei clienti |
| Cnz. 4 | Livelli e standard di qualità del servizio/offerta erogato | Ab. 4 | Tradurre i dati della *customer satisfaction* in proposte di miglioramento del prodotto/servizio erogato |
| Cnz. 5 | Tecniche per l’analisi dei punti di forza/debolezza dell’offerta servita (ANALISI SWOT) |  |  |