**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*

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Competenze  Professionali d’Indirizzo  (C)  **C 1**  **Classe Terza FPP**  ***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. |  |  |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Competenze  Professionali 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 |  |  |  |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Competenze  Professionali d’Indirizzo  (C)  **C 3**  **Classe Terza FPP**  ***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. |
|  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Competenze  Professionali d’Indirizzo  (C)  **C 4**  **Classe Terza FPP**  ***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. |  |  |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Competenze  Professionali d’Indirizzo  (C)  **C 5**  **Classe Terza FPP**  ***Raccordi con le competenze di cui agli insegnamenti dell’Area Generale (Allegato 1 del Regolamento)***  ***CG: 2,3,4,5,6,8,11,12*** | Conoscenze |  | Abilità |  |
| Cnz. 1 | Tecniche di base e tecnologie per la preparazione di prodotti dolciari e di panificazione. | Ab. 1 | Applicare tecniche e tecnologie idonee alla preparazione, conservazione e presentazione di prodotti dolciari e di panificazione |
| Cnz.2 | Fasi, tempi, strumenti e modalità di lavorazione, cottura e conservazione dei prodotti. | Ab. 2 | Predisporre la linea di lavoro per le  diverse procedure previste dal piano di produzione/conservazione/ presentazione |
| Cnz. 3 | Le materie prime sotto il profilo organolettico, merceologico, chimico- fisico, igienico, nutrizionale e gastronomico | Ab. 3 | Applicare procedure di analisi dei  rischi e controllo delle materie prime e degli alimenti |
| Cnz. 4 | Merceologia, standard di qualità e sicurezza delle materie prime alimentari. | Ab. 4 | Applicare procedure di ordinaria manutenzione di attrezzi e macchinari di settore e rilevazione di eventuali malfunzionamenti |
| Cnz. 5 | Processi di stoccaggio degli alimenti e di lavorazione dei prodotti da forno. |  |  |
| Cnz. 5 | Cenni di programmazione e organizzazione della produzione. |  |  |
| Cnz. 7 | Preparazioni di base di pasticceria, panificazione e pizzeria riferite alle tradizioni regionali, nazionali e internazionali. |  |  |
| Cnz. 8 | Le normative vigenti, nazionali e internazionali, in fatto di sicurezza alimentare, trasparenza e tracciabilità delle materie prime. |  |  |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Competenze  Professionali d’Indirizzo  (C)  **C 6**  **Classe Terza FPP**  ***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 analisi  del gradimento. | Ab. 4 |  |

.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Competenze  Professionali d’Indirizzo  (C)  **C 7**  **Classe Terza FPP**  ***Raccordi con le competenze di cui agli insegnamenti dell’Area Generale (Allegato 1 del Regolamento)***  ***CG:1,2,3,4,5,67,8,10*** | Conoscenze |  | Abilità |  |
| Cnz. 1 | Tecniche di base di organizzazione e  programmazione di eventi | Ab. 1 | Partecipare alla realizzazione di eventi e/o progetti per la  valorizzazione del Made in Italy con istituzioni, enti, soggetti economici e imprenditoriali. |
| Cnz.2 | Norme e disposizioni a  tutela 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’assetto  turistico. | Ab. 3 | Determinare le modalità e i tempi di erogazione delle singole attività per la realizzazione ottimale dell’evento. |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Competenze  Professionali d’Indirizzo  (C)  **C 10**  **Classe Terza FPP**  ***Raccordi con le competenze di cui agli insegnamenti dell’Area Generale (Allegato 1 del Regolamento)***  ***CG:2,5,8,10,11,12*** | Conoscenze |  | Abilità |  |
| Cnz. 1 | Tecniche di base della gestione budgetaria. | Ab. 1 | Riconoscere le diverse tipologie di servizio e la correlazione con le caratteristiche dell’utenza |
| Cnz.2 | Tecniche di promozione e vendita. | Ab. 2 | Identificare le peculiarità dell'offerta di servizi in rapporto al budget previsionale |
| Cnz. 3 | Tecniche di segmentazione e clusterizzazione della clientela. |  |  |
| Cnz. 4 | Tecniche e strumenti per il posizionamento dell’offerta turistica. |  |  |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Competenze  Professionali d’Indirizzo  (C)  **C 1**  **Classe Quarta FPP**  ***Raccordi con le competenze di cui agli insegnamenti dell’Area Generale (Allegato 1 del Regolamento)***  ***CG:2,3,4,5,6,7,8,*** | 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 e  nazionali. |  |  |

*.*

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Competenze  Professionali d’Indirizzo  (C)  **C 2**  **Classe Quarta 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 | Tecniche di  Approvvigionamento e gestione delle merci. | Ab. 1 | Identificare le risorse necessarie per la realizzazione del prodotto/servizio programmato. |
| Cnz.2 | Tecniche di  programmazione, controllo dei costi e organizzazione della produzione di settore: definizione di compiti, tempi e modalità operative. | Ab. 2 | Utilizzare tecniche per verificare la sostenibilità economica del prodotto/servizio. |
| Cnz. 3 | Tecniche e strumenti per il controllo della qualità dei processi organizzativi e gestionali. | Ab. 3 | Individuare eventuali criticità nei principali processi di pianificazione, approvvigionamento, produzione e vendita di prodotti e servizi |
| Cnz. 4 | Principali comportamenti, abitudini, stili di acquisto e consumo: i fattori economici, sociali e culturali | Ab. 4 | Applicare tecniche di controllo della qualità dell’offerta preventiva |
|  |  | Ab. 5 | Riconoscere le principali tendenze evolutive, tecnologiche e di mercato, relative al settore dell’enogastronomia e dell’ospitalità alberghiera |
|  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Competenze  Professionali d’Indirizzo  (C)  **C 4**  **Classe Quarta FPP**  ***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 | Principali sviluppi contemporanei in termini di: materie prime e loro derivati, tecniche professionali, materiali e attrezzature. | Ab. 1 | Elaborare, coordinando il proprio lavoro con quello degli altri, un’offerta di prodotti/servizi sia innovativi che tradizionali, verificando la qualità, il rispetto degli standard di offerta in relazione al target dei clienti e alle loro necessità e/o interessi culturali e perseguendo obiettivi di redditività. |
| Cnz. 2 | Principi di eco-turismo ed elementi di eco- gastronomia. | Ab. 2 | Favorire la diffusione di abitudini e stili di vita equilibrati attraverso l’offerta di prodotti e servizi tradizionali, innovativi e sostenibili. |
| Cnz. 3 | Gli stili alimentari e le diete moderne. | Ab. 3 | Partecipare alla predisposizione di prodotti enogastronomici in base a specifiche esigenze e/o disturbi e limitazioni alimentari. |
| Cnz. 4 | Tecniche di analisi delle componenti di un prezzo di vendita e degli indicatori di gestione. | Ab. 4 |  |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Competenze  Professionali d’Indirizzo  (C)  **C 5**  **Classe Quarta FPP**  ***Raccordi con le competenze di cui agli insegnamenti dell’Area Generale (Allegato 1 del Regolamento)***  ***CG:2,3,4,5,6,7,8,11,12*** | Conoscenze |  | Abilità |  |
| Cnz. 1 | Principi di scienze e tecnologie alimentari applicate ai prodotti dolciari e di panificazione. | Ab. 1 | Eseguire preparazioni complesse integrando le diverse tecniche di base. |
| Cnz. 2 | Nozioni fondamentali sulle dinamiche del gusto e sugli abbinamenti di sapori e ingredienti. | Ab. 2 | Predisporre preparazioni dolciarie e di arte bianca scegliendo le materie prime in base alla qualità, alla tipicità, al loro valore nutrizionale, bilanciandole in funzione del prodotto finito. |
| Cnz. 3 | Tecniche complesse di produzione dolciaria e di panificazione. | Ab. 3 | Curare l’aspetto estetico al fine di valorizzare le preparazioni gastronomiche, di arte bianca artigianali e di alta qualità |
| Cnz. 4 | Tecniche di presentazione e decorazione dei prodotti dolciari e di panificazione. |  |  |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Competenze  Professionali d’Indirizzo  (C)  **C 6**  **Classe Quarta FPP**  ***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 | 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 stili  comunicativi 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 |  |  |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Competenze  Professionali d’Indirizzo  (C)  **C 7**  **Classe Quarta FPP**  ***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 | 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 di  promozione del Made in Italy. |
| Cnz. 4 | Elementi di contrattualistica del lavoro, previdenza e  assicurazione. |  |  |
| Cnz. 5 | Tecniche di analisi commerciale. |  |  |