**ISTITUTO D’ISTRUZIONE SUPERIORE “PARMENIDE”**

IPSEOA

OBIETTIVI DISCIPLINARI:

CLASSE QUINTA

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **LABORATORIO DEI SERVIZI DI ENOGASTRONOMIA SETTORE CUCINA** | | |
| **Conoscenze** | **Abilità** | **Competenze** |
| * Tecniche di promozione e vendita: marketing operativo e strategico. * Strumenti e tecniche di costruzione e utilizzo dei veicoli comunicativi (cartacei, audio, video, telematici ecc.). * Tecniche di rilevazione delle nuove tendenze in relazione a materie prime, tecniche professionali, materiali e attrezzature. * Tecniche di problem solving e gestione reclami. * Tecniche di organizzazione del lavoro, strumenti per la gestione organizzativa. * Tecniche di rilevazione della qualità dell’offerta preventiva * Normativa igienico-sanitaria e procedura di autocontrollo HACCP. * Normativa volta alla tutela e sicurezza del cliente. * Valore culturale del cibo e rapporto tra enogastronomia, società e cultura di un territorio. * Concetti di sostenibilità e certificazione * Tecnologie innovative di manipolazione e conservazione dei cibi e relativi standard di qualità. * Tecniche per la preparazione e servizio di prodotti per i principali disturbi e limitazioni alimentari. * Tecniche di analisi del budget e politiche di sconti per la clientela. * Concetti di qualità promessa, erogata, attesa e percepita. * Azioni di controllo dell’attività di gestione aziendale e budgetaria. * Caratteristiche della pasticceria e della panificazione regionale, nazionale e internazionale. * Tecniche, metodi e tempi per l’organizzazione logistica di catering/eventi. * Tecniche di allestimento della sala per servizi banqueting e catering. * Principi di estetica e tecniche di presentazione di piatti e bevande. * Normativa sulla tutela ambientale, applicata al settore di riferimento. * Norme ISO e fattori di scelta, criteri per il riconoscimento della certificazione Ecolabel. * 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. * Menu 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. * Metodi di selezione dell’offerta turistica di un territorio in relazione a tempi, costi, qualità. | * Diversificare il prodotto/servizio in base alle nuove tendenze, ai modelli di consumo, alle pratiche professionali, agli sviluppi tecnologici e di mercato. * Utilizzare tecniche e strumenti di presentazione e promozione del prodotto/servizio rispondenti alle aspettative e agli stili di vita del target di riferimento. * Progettare attività promozionali e pubblicitarie secondo il tipo di clientela e la tipologia di struttura. * Gestire il processo di consegna, stoccaggio e monitoraggio delle merci/prodotti/servizi. * Applicare criteri di pianificazione del proprio lavoro, operando in équipe, e interagendo con le altre figure professionali e i vari reparti. * Rilevare i mutamenti culturali, sociali, economici e tecnologici che influiscono sull’evoluzione dei bisogni e sull’innovazione dei processi di produzione di prodotti e servizi. * 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. * Applicare efficacemente il   sistema di autocontrollo per la sicurezza dei prodotti alimentari in conformità alla  normativa regionale, nazionale e comunitaria in materia di HACCP.   * Garantire la tutela e la sicurezza del cliente. * Formulare proposte di miglioramento delle soluzioni organizzative/layout dell’ambiente di lavoro per evitare fonti di rischio. * Elaborare un’offerta di prodotti e servizi enogastronomici atti a promuovere uno stile di vita equilibrato dal punto di vista nutrizionale e sostenibile dal punto di vista ambientale. * Predisporre e servire prodotti   enogastronomici in base a specifiche esigenze dietologiche e/o disturbi e limitazioni alimentari.   * Applicare correttamente tecniche di lavorazione di prodotti dolciari e da forno scegliendo le materie prime in base alla qualità, alla tipicità, al loro valore nutrizionale e bilanciandole in funzione del prodotto finito. * Apportare alle ricette tradizionali   di un prodotto dolciario o da forno delle variazioni personali in funzione dell’evoluzione del gusto o in base a particolari esigenze alimentari della clientela.   * Configurare in modo creativo il prodotto finito scegliendo la decorazione in funzione dell’elaborato preparato. * Rilevare gusti e tendenze del target di clientela di riferimento in ambito dolciario. * 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. * Definire le specifiche per   l’allestimento degli spazi e per le operazioni di banqueting/ catering.   * Applicare tecniche di allestimento di strumentazioni, accessori e decorazioni in base al servizio da erogare e rispondente a principii estetici. * Determinare le modalità e i tempi di erogazione delle singole attività per la realizzazione dell’evento. * 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. * Valutare la compatibilità dell’offerta turistica integrata con i principi dell’ecosostenibilità. * Determinare gli indicatori di costo per la realizzazione del servizio turistico. * Applicare tecniche di ricettività e accoglienza in linea con la tipologia di servizio ricettivo e il target di clientela, al fine di garantire l’immagine e lo stile della struttura e valorizzare il servizio offerto. * Rilevare il grado di soddisfazione della clientela e tradurre i risultati dei rilevamenti in proposte migliorative del prodotto/servizio. * Progettare attività/iniziative di varia tipologia atte a valorizzare le tipicità del territorio. * Attuare l’informazione e la promozione di itinerari enogastronomici, artistici, naturalistici, eventi, attrazioni riferiti al territorio di appartenenza. * Predisporre azioni a supporto della domanda potenziale di prodotti e servizi turistici. * Collaborare alla realizzazione di attività innovative di pubblicizzazione di itinerari enogastronomici, artistici, naturalistici per promuovere l’immagine e la valorizzazione del territorio. | C.1 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;  C.3 Applicare correttamente il sistema HACCP, la normativa sulla sicurezza e sulla salute nei luoghi di lavoro.  C.4 Predisporre prodotti, servizi e menu 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 ed equilibrati.  C.5 Valorizzare l’elaborazione e la presentazione di prodotti dolciari e di panificazione locali, nazionali e internazionali utilizzando tecniche tradizionali e innovative.  C.7 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.  C.8 Realizzare pacchetti di offerta turistica integrata con i principi dell’ecosostenibilità ambientale, promuovendo la vendita dei servizi e dei prodotti coerenti con il contesto territoriale, utilizzando il web.  C.9 Gestire tutte le fasi del ciclo cliente applicando le più idonee tecniche professionali di Hospitality Management, rapportandosi con le altre aree aziendali, in un’ottica di comunicazione ed efficienza aziendale.  C.10 Supportare le attività di budgeting-reporting aziendale e collaborare alla definizione delle strategie di Revenue Management, perseguendo obiettivi di redditività attraverso opportune azioni di marketing. |