

Allegato 2 - G

Indirizzo "Enogastronomia e ospitalità alberghiera"
Articolo 3, comma 1, lettera g) – D.Lgs. 13 aprile 2017, n. 61

DESCRIZIONE SINTETICA

Il Diplomato di istruzione professionale nell'indirizzo "Enogastronomia e ospitalità alberghiera" possiede specifiche competenze tecnico pratiche, organizzative e gestionali nell'intero ciclo di produzione, erogazione e commercializzazione della filiera dell'enogastronomia e dell'ospitalità alberghiera. Nell'ambito degli specifici settori di riferimento delle aziende turistico-ristorative, opera curando i rapporti con il cliente, intervenendo nella produzione, promozione e vendita dei prodotti e dei servizi, valorizzando le risorse enogastronomiche secondo gli aspetti culturali, artistici e del Made in Italy in relazione al territorio.

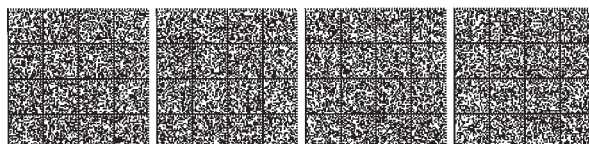
RISULTATI DI APPRENDIMENTO

A conclusione del percorso quinquennale, il Diplomato consegue i risultati di apprendimento elencati al punto 1.1. dell'Allegato A) comuni a tutti i percorsi, oltre ai risultati di apprendimento tipici del profilo di indirizzo, di seguito specificati in termini di competenze:

Competenza n. 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.	
Abilità minime	Conoscenze essenziali
Diversificare il prodotto/servizio in base alle nuove tendenze, ai modelli di consumo, alle pratiche professionali e agli sviluppi tecnologici e di mercato	Tecniche di promozione e vendita: marketing operativo e strategico
Utilizzare tecniche e strumenti di presentazione e promozione del prodotto/servizio rispondenti alle aspettative e agli stili di vita del target di riferimento	Strategie di comunicazione del prodotto
Progettare attività promozionali e pubblicitarie secondo il tipo di clientela e la tipologia di struttura	Strumenti di pubblicità e comunicazione
Monitorare il grado di soddisfazione della clientela, applicando tecniche di fidelizzazione post vendita del cliente	Strumenti e tecniche di costruzione ed utilizzo di veicoli comunicativi (cartacei, audio, video, telematici, ecc.)
	Principi di fidelizzazione del cliente
	Tecniche di rilevazione di nuove in relazione a materie prime, tecniche professionali, materiali e attrezzature
	Tecniche di <i>problem solving</i> e gestione reclami

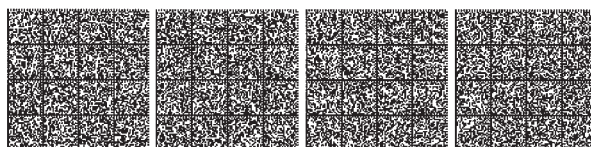


Competenza n. 2	
Supportare la pianificazione e la gestione dei processi di approvvigionamento, di produzione e di vendita in un'ottica di qualità e di sviluppo della cultura dell'innovazione.	
Abilità minime	Conoscenze essenziali
Gestire il processo di consegna, stoccaggio e monitoraggio delle merci/prodotti/servizi	Tecniche di approvvigionamento e gestione delle merci
Identificare quali-quantitativamente le risorse necessarie per la realizzazione del prodotto/servizio programmato	Tecniche di realizzazione, lavorazione e erogazione del prodotto/servizio
Applicare criteri di pianificazione del proprio lavoro, operando in équipe e interagendo con le altre figure professionali e i vari reparti	Tecniche di organizzazione del lavoro, strumenti per la gestione organizzativa
Controllare la corrispondenza del prodotto/servizio ai parametri predefiniti.	Metodi per identificare, progettare e controllare i processi gestionali ed operativi
Classificare e configurare i costi per verificare la sostenibilità economica del prodotto/servizio	Tecniche di programmazione e controllo dei costi
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	Tecniche di rilevazione della qualità dell'offerta preventiva

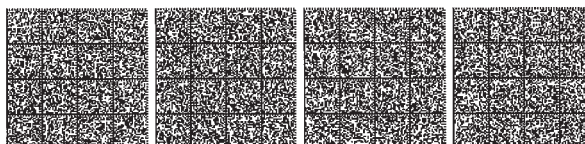


Competenza n. 3	
Applicare correttamente il sistema HACCP, la normativa sulla sicurezza e sulla salute nei luoghi di lavoro.	
Abilità minime	Conoscenze essenziali
Applicare le normative che disciplinano i processi dei servizi, con riferimento alla riservatezza, alla sicurezza e salute sui luoghi di vita e di lavoro, dell'ambiente e del territorio	Normativa igienico-sanitaria e procedura di autocontrollo HACCP .
Applicare efficacemente il sistema di autocontrollo per la sicurezza dei prodotti alimentari in conformità alla normativa regionale, nazionale e comunitaria in materia di HACCP	Normativa relativa alla sicurezza sul lavoro e antinfortunistica
Garantire la tutela e sicurezza del cliente (in particolare, bambini, anziani, diversamente abili)	Normativa relativa alla tutela della riservatezza dei dati personali
	Fattori di rischio professionale ed-ambientale
	Normativa volta alla tutela ed alla sicurezza del cliente

Competenza n. 4	
Predisporre prodotti, servizi e menù 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 e equilibrati	
Abilità minime	Conoscenze essenziali
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	Elementi di eco-gastronomia
Predisporre e servire prodotti enogastronomici in base a specifiche esigenze dietologiche e/o disturbi e limitazioni alimentari	Principi di ecoturismo
Definire offerte gastronomiche qualitativamente ed economicamente sostenibili	Concetti di sostenibilità e certificazione
Attivare interventi di informazione, comunicazione ed educazione ambientale mediante il coinvolgimento della clientela e degli <i>stakeholder</i>	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 delle componenti di un prezzo di vendita e degli indicatori di gestione
	Politica di sconti per la clientela
	Concetti di qualità promessa, erogata, attesa e percepita



Competenza n. 5 <i>Valorizzare l'elaborazione e la presentazione di prodotti dolciari e di panificazione locali, nazionali e internazionali utilizzando tecniche tradizionali e innovative</i>	
Abilità minime	Conoscenze essenziali
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 originali di un prodotto dolciario o da forno delle variazioni personali, in funzione dell'evoluzione del gusto, o delle esigenze della clientela con particolari esigenze alimentari. 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	Principi di scienze e tecnologie alimentari Fasi, tempi, strumenti e modalità di lavorazione, cottura e conservazione dei prodotti Le materie prime sotto il profilo organolettico, merceologico, chimico-fisico, igienico, nutrizionale e gastronomico. Caratteristiche della pasticceria e della panificazione regionale, nazionale e internazionale Le normative vigenti, nazionali e internazionali, in fatto di sicurezza alimentare, trasparenza e tracciabilità delle materie prime. Nozioni fondamentali sulle dinamiche del gusto e sugli abbinamenti di sapori e ingredienti Tecniche di presentazione e decorazione di prodotti Tecniche specifiche di farcitura, decorazione e guarnizione dei prodotti dolciari



Competenza n. 6

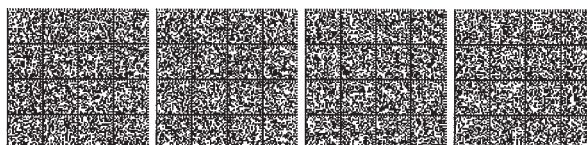
Curare tutte le fasi del ciclo cliente nel contesto professionale, applicando le tecniche di comunicazione più idonee ed efficaci nel rispetto delle diverse culture, delle prescrizioni religiose e delle specifiche esigenze dietetiche.

Abilità minime	Conoscenze essenziali
Usare modalità di interazione e codici diversi a seconda della tipologia di clientela per descrivere e valorizzare i servizi sia in forma orale che scritta anche in L2 Adottare un atteggiamento di apertura, ascolto ed interesse nei confronti del cliente straniero e della sua cultura Assistere il cliente nella fruizione del servizio interpretandone preferenze e richieste e rilevandone il grado di soddisfazione Gestire la fidelizzazione del cliente mediante tecniche di <i>customer care</i> Identificare e comprendere le differenze gestuali, prossemiche e di valori culturali Adattare la propria interazione al profilo e alle attese dell'interlocutore straniero	Principali tecniche di comunicazione e relazioni interpersonali e interculturali Principali tecniche di comunicazione scritta, verbale e digitale Elementi di marketing dei servizi turistici Terminologia tecnica, specifica del settore, anche in Lingua straniera Tipologia di servizi offerti dalle strutture ricettive Tecniche di rilevamento della <i>customer satisfaction</i> Meccanismi di fidelizzazione cliente

Competenza n. 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*.

Abilità minime	Conoscenze essenziali
Attuare l'informazione e la promozione di un evento enogastronomico, turistico-culturale in funzione del target di riferimento e nell'ottica della valorizzazione del <i>Made in Italy</i>. Definire le caratteristiche funzionali e strutturali dei servizi da erogare in relazione alla tipologia di evento Definire le specifiche per l'allestimento degli spazi e per le operazioni di banqueting / catering	Classificazione merceologica dei prodotti agroalimentari in funzione della loro origine Le tradizioni culturali ed enogastronomiche in riferimento all'assetto agroalimentare di un territorio e all'assetto turistico. Tecniche di allestimento della sala per servizi banqueting e catering Tecniche, metodi e tempi per l'organizzazione logistica di catering/eventi

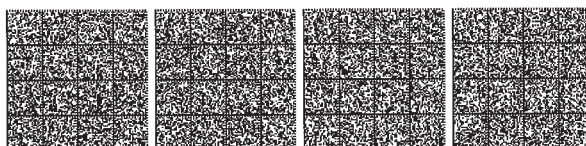


Applicare tecniche di allestimento di strumentazioni, accessori e decorazioni in base al servizio da erogare e rispondente a principi estetici Determinare le modalità e i tempi di erogazione delle singole attività per la realizzazione dell'evento Valutare lo stato di avanzamento dell'evento in funzione del programma stabilito e in presenza di anomalie attuare azioni finalizzate a correggere e migliorare il piano di lavorazione Applicare metodi e procedure standard per il monitoraggio delle attività post evento	Principi di estetica e tecniche di presentazione di piatti e bevande Tecniche di analisi, di ricerca e di marketing congressuale e fieristico Strumenti digitali per la gestione organizzativa e promozione di eventi Procedure per la gestione delle situazioni conflittuali o eventi imprevisti
---	---

Competenza n. 8

Realizzare pacchetti di offerta turistica integrata con i principi dell'eco sostenibilità ambientale, promuovendo la vendita dei servizi e dei prodotti coerenti con il contesto territoriale, utilizzando il web.

Abilità minime	Conoscenze essenziali
Posizionare l'offerta turistica identificando servizi primari e complementari per una proposta integrata coerente con il contesto e le esigenze della clientela Valutare la compatibilità dell'offerta turistica integrata con i principi dell'eco sostenibilità Realizzare azioni di promozione di <i>Tourism Certification</i> Determinare gli indicatori di costo per la realizzazione del servizio turistico	Mercato turistico e sue tendenze Metodologie e strumenti di marketing turistico Menù con alimenti biologici e biologici plus; alimenti equi e solidali, alimenti locali, prodotti da lotta alle mafie. Assetto agroalimentare di un territorio: tecniche per l'abbinamento cibi-prodotti locali Normativa riguardante la tutela ambientale Norme ISO e fattori di scelta, criteri per il riconoscimento della certificazione <i>ecolabel</i> Strumenti e metodi per la gestione dell'offerta turistica integrata secondo i principi di sostenibilità ambientale Modalità di calcolo dei margini di guadagno



Competenza n. 9

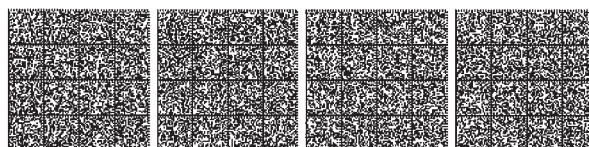
Gestire tutte le fasi del ciclo cliente applicando le più idonee tecniche professionali di *Hospitality Management*, rapportandosi con le altre aree aziendali, in un'ottica di comunicazione ed efficienza aziendale.

Abilità minime	Conoscenze essenziali
Assistere il cliente nella fruizione del servizio interpretandone preferenze e richieste	Tipologia di servizi offerti dalle strutture turistico-ricettive: aspetti gestionali e dei flussi informativi
Informare sui servizi disponibili ed extra di vario tipo, finalizzati a rendere gradevole la permanenza presso la struttura ricettiva	Metodologie e tecniche di diffusione e promozione delle diverse iniziative, dei progetti e delle attività
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	Metodologie e tecniche di promozione territoriale
Rilevare il grado di soddisfazione della clientela e tradurre i risultati dei rilevamenti in proposte migliorative del prodotto/servizio	Terminologia di settore in lingua straniera
Gestire la fidelizzazione del cliente mediante la programmazione di iniziative di <i>customer care</i> e di <i>customer satisfaction</i>	Tecniche di analisi SWOT
	Tecniche e strumenti di rilevazione delle aspettative e di analisi del gradimento
	Procedure e tecniche di organizzazione e di redazione di iniziative finalizzate alla fidelizzazione del cliente

Competenza n. 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.

Abilità minime	Conoscenze essenziali
Applicare tecniche di <i>benchmarking</i>	Elementi di budgeting per la quantificazione dell'entità dell'investimento economico e valutazione della sua sostenibilità
Individuare i target e gli indicatori di <i>performance</i>	Elementi di diritto commerciale, organizzazione e gestione aziendale, contabilità analitica
Monitorare periodicamente gli indicatori attraverso la rilevazione e l'analisi dei costi, dei risultati	Tecniche di reportistica aziendale
	Tecniche di analisi per indici



Competenza n. 11	
Contribuire alle strategie di <i>Destination Marketing</i> attraverso la promozione dei beni culturali e ambientali, delle tipicità enogastronomiche, delle attrazioni, degli eventi e delle manifestazioni, per veicolare un'immagine riconoscibile e rappresentativa del territorio.	
Abilità minime	Conoscenze essenziali
Progettare attività /iniziative di varia tipologia atte a valorizzare le tipicità del territorio	Menù a filiera locale con prodotti iscritti nel registro delle denominazioni di origini protette e delle indicazioni geografiche protette (DOP, IGP, STG)
Attuare l'informazione e la promozione di itinerari enogastronomici, artistici, naturalistici, eventi, attrazioni riferiti al territorio di appartenenza	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 ai tempi, costi, qualità

Il profilo dell'indirizzo è declinato e orientato dalle istituzioni scolastiche all'interno delle macro aree di attività che contraddistinguono la filiera, con riferimento ai codici ATECO e alle specifiche caratterizzazioni (*Enogastronomia, Arte Bianca e Pasticceria, Sala-bar e vendita e Accoglienza Turistica*).

RIFERIMENTO ALLE ATTIVITA' ECONOMICHE REFERENZIATE AI CODICI ATECO

L'indirizzo di studi fa riferimento alle seguenti attività, contraddistinte dai codici ATECO adottati dall'Istituto nazionale di statistica per le rilevazioni statistiche nazionali di carattere economico ed esplicitati a livello di Sezione e di correlate Divisioni:

I - ATTIVITA' DEI SERVIZI DI ALLOGGIO E DI RISTORAZIONE

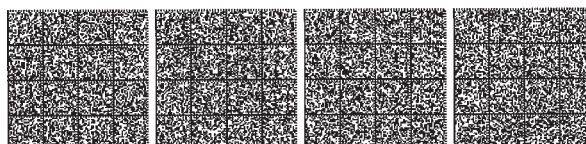
I - 55 ALLOGGIO

I - 56 ATTIVITÀ DEI SERVIZI DI RISTORAZIONE

C - ATTIVITÀ MANUFATTURIERE

C - 10 INDUSTRIE ALIMENTARI

N NOLEGGIO, AGENZIE DI VIAGGIO, SERVIZI DI SUPPORTO ALLE IMPRESE



**N - 79 ATTIVITÀ DEI SERVIZI DELLE AGENZIE DI VIAGGIO, DEI TOUR OPERATOR E SERVIZI
DI PRENOTAZIONE E ATTIVITÀ CONNESSE**

CORRELAZIONE AI SETTORI ECONOMICO-PROFESSIONALI

Il Profilo in uscita dell'indirizzo di studi viene correlato ai seguenti settori economico-professionali indicati nel decreto del Ministro del lavoro e delle politiche sociali, di concerto con il Ministro dell'istruzione, dell'università e della ricerca, del 30 giugno 2015, pubblicato nella Gazzetta ufficiale del 20 luglio 2015, n. 166:

SERVIZI TURISTICI**PRODUZIONI ALIMENTARI**