



**PROGRAMMAZIONEDELL’ATTIVITÀDIDATTICADEL DIPARTIMENTO DI ACCOGLIENZATURISTICA**

**2° BIENNIO e CLASSE TERMINALE**

**SECONDO BIENNIO E CLASSE TERMINALE**

|  |  |
| --- | --- |
| **COMPETENZE**  **TRASVERSALI DI CITTADINANZA/APPRENDIMENTO PERMANENTE**  *(stabilita l’acquisizione delle competenze di cittadinanza al termine del biennio dell’obbligo, sono individuati i seguenti obiettivi comuni che l’alunno deve consolidare nel corso del triennio)* | |
| **Rispetto nei confronti delle persone** | Alunni, docenti e tutto il personale della scuola, rispetto delle regole (in particolare rispetto degli orari, delle norme riguardanti le assenze, le giustificazioni); |
| Sviluppo del senso di responsabilità sia individuale che collettiva (correttezza di comportamento nelle assemblee di classe e di istituto); |
| Rispetto delle strutture scolastiche (aule, arredi, laboratori, servizi); |
| Maturazione della capacità di scelta personale attraverso la consapevolezza delle proprie inclinazioni e attraverso la conoscenza della realtà sociale; |
| Assumere un atteggiamento positivo nei confronti delle attività scolastiche; |
| Avere cura del proprio aspetto fisico anche in funzione della professione da svolgere; |
| Rafforzare i rapporti con le famiglie le quali saranno costantemente informate dell’andamento didattico disciplinare dei propri figli. |
| **Costruzione del sé** | Utilizzare e potenziare un metodo di studio proficuo ed efficace, imparando ad organizzare autonomamente il proprio lavoro; |
| Documentare il proprio lavoro con puntualità, completezza, pertinenza e correttezza; |
| Individuare le proprie attitudini e sapersi orientare nelle scelte future; |
| Conoscere, comprendere ed applicare i fondamenti disciplinari; |
| Esprimersi in maniera corretta, chiara, articolata e fluida, operando opportune scelte lessicali, anche con l’uso dei linguaggi specifici; |
| Operare autonomamente nell’applicazione, nella correlazione dei dati e degli argomenti di una stessa disciplina e di discipline diverse, nonché nella risoluzione dei problemi; |
| Acquisire capacità ed autonomia d’analisi, sintesi, organizzazione di contenuti ed elaborazione personale; |
| Sviluppare e potenziare il proprio senso critico. |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **OBIETTIVICOGNITIVICLASSETERZA** | | | |
| **Competenze** | Indicano la comprovata capacità di usare conoscenze, abilità e capacità personali, sociali e/o metodologiche, in situazioni di lavoro o di studio e nello sviluppo professionale e/o personale; le competenze sono descritte in termini di responsabilità e autonomia. | | |
| **Abilità** | Indicano le capacità di applicare conoscenze e di usare know-how per portare a termine compiti e risolvere problemi; le abilità sono descritte come cognitive (uso del pensiero logico, intuitivo e creativo) e pratiche (che implicano l’abilità manuale e l’uso di metodi, materiali, strumenti). | | |
| **Conoscenze** | Indicano il risultato dell’assimilazione di informazioni attraverso l’apprendimento. Le conoscenze sono l’insieme di fatti, principi, teorie e pratiche, relative a un settore di studio o di lavoro; le conoscenze sono descritte come teoriche e/o pratiche. | | |
| *Conoscenze* | | *Abilità* | *Competenze* |
| Utilizzare tecniche di lavorazione e strumenti gestionali nella produzione di servizi e prodotti enogastronomici, ristorativi e di accoglienza turistico- alberghiera.  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. Attuare strategie di pianificazione, compensazione, monitoraggio per ottimizzare la produzione di beni e servizi in relazione al contesto.  Utilizzare le tecniche di promozione, vendita, commercializzazione, assistenza, informazione e intermediazione turistico- alberghiera. Adeguare la produzione e la vendita dei servizi di accoglienza e ospitalità in relazione alle richieste dei mercati e della clientela. Promuovere e gestire i servizi di accoglienza turistico-alberghieraanche attraverso la progettazione dei servizi turistici per valorizzare le risorse ambientali, storico- artistiche,  culturali ed enogastronomiche del territorio.  Utilizzare e produrre strumenti di comunicazione visiva e multimediale, anche con riferimento alle strategie espressive e agli strumenti tecnici della comunicazione in rete: Esempi: simulazioni di role playing alla reception- comunicazioni e informazioni telefoniche- gestione dei reclami-problem solving-organizzazione visite guidate- escursioni-comunicazione tra i vari settori  dell’albergo-produzione di materiale multimediale. | | Tecniche di gestione del cliente individuale e dei gruppi.  Organizzazione dell’impresa individuale e delle catene alberghiere. Canali di distribuzione del prodotto turistico e iniziative promozionali delle strutture turistico alberghiere.  Sistema di gestione del  servizioalberghiero. Ecoturismo.  Software di settore  **(hottimo.PMS Vers. Educational o similari.** Normative nazionali comunitarie di settore relative alla sicurezza e alla tutela ambientale. | Simulare le procedure connesse alle fasi del ciclo clienti, utilizzando strumenti digitali e applicativispecifici.  Simulare la costituzione e l’organizzazione di impreseindividuali e societarie.  Simulare il funzionamento in rete di imprese turistico- alberghiere.  Elaborare progetti per la distribuzione del prodottoturistico attraverso canalidiversi.  Simulare la gestione dei servizi al cliente e i ruoli in relazione ai livelli di responsabilità operativa. Realizzare un pacchetto turistico valorizzando  l’ambiente e le risorse culturali del territorio. Gestire i rischi connessi al lavoro e applicare misure di prevenzione. |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **OBIETTIVICOGNITIVICLASSEQUARTA** | | | |
| **Competenze** | Indicano la comprovata capacità di usare conoscenze, abilità e capacità personali, sociali  e/o metodologiche, in situazioni di lavoro o di studio e nello sviluppo professionale e/o personale; le competenze sono descritte in termini di responsabilità e autonomia. | | |
| **Abilità** | Indicano le capacità di applicare conoscenze e di usare know-how per portare a termine  compiti e risolvere problemi; le abilità sono descritte come cognitive (uso del pensiero logico, intuitivo e creativo) e pratiche (che implicano l’abilità manuale e l’uso di metodi, materiali, strumenti). | | |
| **Conoscenze** | Indicano il risultato dell’assimilazione di informazioni attraverso l’apprendimento. Le  conoscenze sono l’insieme di fatti, principi, teorie e pratiche, relative a un settore di studio o di lavoro; le conoscenze sono descritte come teoriche e/o pratiche. | | |
| *Conoscenze* | | *Abilità* | *Competenze* |
| Canali di distribuzione del prodotto | | Individuare le differenti  operazioni svolte dall'ufficio acquisti Gestire la modulistica settoriale Calcolare le giacenze Scrivere un curriculum  vitae  Gestire un colloquio di selezione  Individuare l'importanza del settore ristorazione nelle diverse tipologie di impresa alberghiera Sapere le mansioni del food & beverage manager Saper programmare un menù Sapere cosa si intende per turismo enogastronomico Conoscere le caratteristiche del turismo enogastronomico in Italia Sapere le mansioni del banqueting manager Sapere cosa si intende per ecoturismo Sapere la differenza tra ecoturismo e turismo naturalismo  Conoscere le attività di un ecotour operator Conoscere le attività e le imprese di ecoturismo esistente in Italia | Simulare le procedure  connesse alle fasi del ciclo clienti, utilizzando strumenti digitali e applicativi specifici.  Simulare la costituzione e l’organizzazionedi imprese individuali e societarie.  Simulare il funzionamento in rete di imprese turistico- alberghiere.  Elaborare progetti per la distribuzione del prodotto turistico attraverso canali diversi.  Simulare la gestione dei servizi al cliente e i ruoli in relazione ai livelli di responsabilità operativa. Realizzare un pacchetto turisticovalorizzando  l’ambiente e le risorse culturali del territorio. Gestire i rischi connessi al lavoro e applicare  misure di prevenzione. |
| turistico e iniziative promozionali delle | |
| strutture turistico-alberghiere. Sistema di | |
| gestione del servizio alberghiero. | |
| Ecoturismo e turismo responsabile: | |
| le certificazioni ambientali- i documenti | |
| di riferimento del turismo sostenibile. | |
| Software di settore **(hottimo.PMS Vers.** | |
| **Educational o similari).** | |
| Normative nazionali e comunitarie di settore | |
| relative alla sicurezza e | |
| alla tutela ambientale: | |
| Il profilo del turista sostenibile-International | |
| ecotourism society- Wto (United nations | |
| world tourism organisation). | |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **OBIETTIVICOGNITIVICLASSEQUINTE** | | | |
| **Competenze** | Indicano la comprovata capacità di usare conoscenze, abilità e capacità personali, sociali e/o metodologiche, in situazioni di lavoro o di studio e nello sviluppo professionale e/o personale; le competenze sono descritte in termini di responsabilità e autonomia. | | |
| **Abilità** | Indicano le capacità di applicare conoscenze e di usare know-how per portare a termine compiti e risolvere problemi; le abilità sono descritte come cognitive (uso del pensiero logico, intuitivo e creativo) e pratiche (che implicano l’abilità manuale e l’uso di metodi, materiali, strumenti). | | |
| **Conoscenze** | Indicano il risultato dell’assimilazione di informazioni attraverso l’apprendimento. Le conoscenze sono l’insieme di fatti, principi, teorie e pratiche, relative a un settore di studio o di lavoro; le conoscenze sono descritte come teoriche e/o pratiche. | | |
| *Conoscenze* | | *Abilità* | *Competenze* |
| Piano di marketing.  Vendita del prodotto turistico:  la segmentazione del mercato-il target-il marketing mix- il piano di marketing  Il web marketing:  La costruzione del sito-l ’indirizzo web-i testi-l ’aggiornamento- la promozione  I social media marketing:  la brand reputation- il marketing virale-i blog-le recensioni on line-i social network- il social mobile.  Fasi operative dell’impresa turistico- ricettiva. Software di settore.  Lessico e fraseologia di settore anche in lingua straniera. Organizzazione di eventi:  la location- i trasporti-la comunicazione-l ‘attività post evento - il catering.  Gli strumenti organizzativi: Il Gantt, la check list, gli inviti, lo sponsor,eventuali patrocini. | | Progettare piani di marketing ipotizzando casi significativi riferiti a imprese turistico- ricettive. Progettare pacchetti turistici utilizzando coerenti strategie di vendita.  Progettarelaboratori d’impresa con riferimento alle fasi di costituzione, organizzazionee funzionamento di significative realtà aziendali.  Utilizzare il lessico e fraseologia di settore, anche in lingua straniera. | Elaborare progetti per la distribuzione del prodotto turistico attraverso canali diversi. Realizzare un pacchetto turistico valorizzando l’ambiente e le risorse culturali del territorio.  Avere familiarità con il web.  Conoscere l’articolazione del mercato turistico. Utilizzare le tecniche di **promozione, vendita commercializzazione,** assistenza, informazione e intermediazione turistico alberghiero. |

|  |
| --- |
| **CLASSETERZA** |
| **QUADRO DEGLI OBIETTIVI DI COMPETENZA** |
|  |
| Standard minimi di conoscenze e competenze:   1. Essere consapevoli del proprio ruolo all'interno di un'impresa ricettiva. 2. Essere in grado di operare autonomamente nelle diverse fasi operative, scegliendo opportunatamente gli strumenti più adatti alla risoluzione dei casi. 3. Saper consigliare al cliente i servizi interni più adatti a soddisfare le sue esigenze. |

U. D.A. 1 : LAVORARE AL FRONT OFFICE

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Competenze** | **Competenze disciplinari** | **Abilità/Capacità** | **Contenuti** | **Tempi** |
| Essere consapevoli del proprio ruolo all'interno di un'impresa ricettiva.  Essere in grado di organizzare autonomamente il proprio lavoro nelle diverse fasi operative. | Il ruolo e le funzioni del receptionist.  Il regolamento di settore. Il linguaggio tecnico e professionale.  Le diverse tipologie di prenotazioni.  Il listino prezzi. L’accoglienza del cliente.  Il voucher  Le registrazioni di legge | Sapersi presentare in servizio in modo adeguato.  Saper leggere e commentare al cliente il listino delle tariffe in tutte le sue articolazioni.  Simulare le operazioni di prenotazione e di check-in con  l’impiego di un software di gestione alberghiera.  Saper utilizzare il centralino telefonico e conoscere la modulistica. Saper accogliere in modo adeguato il  cliente usando le corrette forme di saluto. | 1. Il ruolo del receptionist al front office 2. La prenotazione 3. Il check-in | 1° TRIMESTRE |

U. D.A. 2 : LIVE IN

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Competenze** | **Competenze disciplinari** | **Abilità/Capacità** | **Contenuti** | **Tempi** |
| Addebito degli extra.  Fornire informazioni sull'hotel e la località. | La richiesta di informazioni interne ed esterne  La custodia valori Il conto albergo  La gestione dei reclami | Scegliere le strategie più appropriate alla risoluzione di problematiche connesse al F.O.  Comprendere l'importanza del rapporto di collaborazione e sinergia tra i reparti di un albergo, al fine di offrire un servizio di qualità a gestire la soddisfazione del cliente | I servizi offerti alla clientela Il Live-in al Front Office  La contabilità cliente | 1° TRIMESTRE |

U. D.A. 3 : IL CHECK OUT

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Competenze** | **Competenze disciplinari** | **Abilità/Capacità** | **Contenuti** | **Tempi** |
| Saper eseguire correttamente le operazioni per il check out del cliente.  Post Check-out.  Utilizzo del computer e internet per produrre offerte. | Il pagamento del conto L’emissione del documento fiscale  La partenza del cliente Post Check-out  La gestione dei sospesi  La fidelizzazione della clientela | Saper produrre i documenti adatti per l'emissione del conto. Conoscere la modulistica appropriata.  Post Check-out. Creare un dépliant con Publisher.  Saper descrivere il proprio hotel utilizzando PowerPoint. | La conclusione del soggiorno La partenza del cliente  il Post Check-out | 1° TRIMESTRE |

U. D.A. 4 : APPRENDIAMO L’USO DEL SOFTWARE GESTIONALE

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Competenze** | **Competenze disciplinari** | **Abilità/Capacità** | **Contenuti** | **Tempi** |
| Utilizzare il mezzo informatico come strumento di apprendimento attraverso l'e-learning.  Operare al front office autonomamente scegliendo opportunatamente gli strumenti più adatti alla risoluzione dei casi. | Le caratteristiche dell'hotel virtuale nel quale si svolge il periodo di asl  Le fasi operative e le procedure di front office. | Saper organizzare autonomamente il proprio lavoro adottando un comportamento professionale adeguato al ruolo ricoperto.  Saper compilare correttamente la modulistica di front office.  Saper utilizzare il software gestionale. | Il nostro hotel virtuale  Il software di gestione alberghiera  E-Learning | 2° PENTAMESTRE |

U. D.A. 5 : LE RISORSE UMANE IN ALBERGO

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Competenze** | **Competenze disciplinari** | **Abilità/Capacità** | **Contenuti** | **Tempi** |
| Essere in grado di orientarsi nella ricerca del posto di lavoro più adatto alle proprie aspettative e capacità. Sapersi presentare per un colloquio di lavoro. | Le mansioni del direttore  Le diverse fasi di un colloquio di lavoro | Classificare le varie figure professionali del settore turistico. Elaborare il proprio curriculum vitae Europass.  Redigere una lettera di risposta ad una proposta di lavoro. | L'ufficio del personale  Il reclutamento e la selezione  Come trovare lavoro nel turismo  L'assunzione e il periodo di prova | 2° PENTAMESTRE |

U. D.A. 6 : TURISMO E TERRITORIO

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Competenze** | **Competenze disciplinari** | **Abilità/Capacità** | **Contenuti** | **Tempi** |
| Elaborare itinerari tematici finalizzati alla valorizzazione del territorio Puglia.  Consigliare agli ospiti gli eventi e i prodotti più rilevanti legati alla tradizione della zona in base ai  diversi gusti e interessi. | Gli elementi che caratterizzano una destinazione turistica.  Gli eventi legati alla tradizione e al folklore  I prodotti tipici del proprio territorio. | Individuare i prodotti tipici di una località, identificandone le principali caratteristiche. | 1. Le destinazioni e il prodotto turistico 2. Le tradizioni 3. I prodotti tipici del territorio | 2° PENTAMESTRE |

U. D.A. 7 : THE HOSPITALITY INDUSTRY

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Competenze** | **Competenze disciplinari** | **Abilità/Capacità** | **Contenuti** | **Tempi** |
| Saper utilizzare la lingua straniera per scopi comunicativi e saper utilizzare i linguaggi settoriali per interagire in diversi ambiti e contesti professionali;  individuare e utilizzare la terminologia di microlingua più appropriata per intervenire nei contesti organizzativi e professionali di riferimento; realizzare attività tipiche del settore turistico e aziendale, funzionali  all’organizzazione di servizi. | Comprendere le informazioni relative alla classificazione degli alberghi  Comprendere la descrizione di un albergo (ubicazione, servizi forniti ecc.)  Comprendere i simboli più comuni usati in guide e opuscoli per descrivere le caratteristiche e i servizi di un albergo  Comprendere le istruzioni per effettuare una prenotazione alberghiera  Comprendere una lettera/mail di conferma di una  prenotazione | Fornire informazioni su un albergo: (categoria, caratteristiche, servizi offerti)  Interagire con un cliente al momento dell’arrivo in albergo, durante il soggiorno e al momento della partenza Fornire indicazioni su come raggiungere un luogo (albergo, museo, monumento, ecc)  Prenotare un servizio per telefono Richiedere per telefono informazioni per un cliente | New faces of hospitality industy  Hotel rates  Types of accomodations  Differents guestes, differents needs  Hotel areas Helping the guest  Events inside the hotel | Attività in compresenza con Inglese |

U. D.A. 8 : LA COMUNICAZIONE IN ALBERGO

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Competenze** | **Competenze disciplinari** | **Abilità/Capacità** | **Contenuti** | **Tempi** |
| Utilizzare le tecniche di comunicazione Conoscere gli elementi  fondamentali della comunicazione: contesto, codice, canale, emittente, ricevente, feed- back, messaggi; Essere in grado di gestire la comunicazione sia al banco che al telefono utilizzando il linguaggio appropriato a seconda delle  diverse situazioni. | Concetti di base della comunicazione verbale e non verbale nelle diverse situazioni. Elementi di comunicazione professionale applicata alla vendita e all'assistenza clienti. Elementi di corrispondenza alberghiera | Accogliere il cliente mettendolo a proprio agio.  Rispettare le regole di corretto approccio professionale con il cliente. Utilizzare le forme di comunicazione professionale di base per accogliere i clienti e interagire con loro | La dinamica del processo di comunicazione  Le modalità della comunicazione verbale  Le modalità della comunicazione non verbale  Gestione dei reclami | Attività in compresenza con Comunicazione |

|  |
| --- |
| **CLASSEQUARTA** |
|  |
| **QUADRO DEGLI OBIETTIVI DI COMPETENZA** |
|  |
| Standard minimi di conoscenze e competenze:   1. Sapere espletarelemansioni relative ai servizidiricevimento,cassa,segreteria e amministrazione; 2. Sapere usare le attrezzature del settore offerte dalla moderna tecnologia ed i sistemi informatizzati per la gestione delle strutture ricettive; 3. Essere in grado di gestire rapporti di collaborazione con tour operator e A.d.V.; |

U. D.A. 1 : ITINERARI ENOGASTRONOMICI

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Competenze** | **Competenze disciplinari** | **Abilità/Capacità** | **Contenuti** | **Tempi** |
| Elaborare itinerari tematici finalizzati alla valorizzazione del nostro territorio.  Consigliare agli ospiti gli eventi e i prodotti più rilevanti legati alla tradizione della zona in base ai diversi gusti e interessi. | Utilizzare l’alimentazione come strumento per il benessere della persona.  Conoscere gli elementi che caratterizzano una destinazione turistica e gli eventi legati alle tradizioni e al folklore.  Conoscere i prodotti tipici del proprio territorio. | Agire nel sistema di qualità relativo alla filiera produttiva di interesse.  Valorizzare e promuovere le tradizioni locali, nazionali e internazionali individuando le nuove tendenze di filiera.  Individuare i prodotti tipici di una località identificandone le principali caratteristiche. | I prodotti tipici del territorio nazionale | Tempi 33 re |

U. D.A. 2 : I SERVIZI COMPLEMENTRI

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Competenze** | **Competenze disciplinari** | **Abilità/Capacità** | **Contenuti** | **Tempi** |
| I principali servizi richiesti dalla clientela. La struttura alberghiera e i  suoi reparti.  Le funzioni dei reparti cucina-sala-bar.  Attuare strategie di pianificazione, compensazione monitoraggio per la produzione di beni e servizi.  Gestire un servizio Wellness | La domanda e l’offerta ristorativa in ambito turistico Tecniche per determinazioni del Food- Cost  Il ruolo del menù, sue caratteristiche e funzioni come strumento di vendita Utilizzo del software per la determinazione del food cost.  Le tecniche di organizzazione e gestione degli eventi, le figure professionali che si occupano di eventi.  I servizi extra che si possono effettuare in albergo. | Saper distinguere le diverse tipologie di offerta ristorativa e la loro capacità di cogliere i nuovi aspetti della domanda di ristorazione.  Simulare la creazione di menù per eventi e in contesti diversi Elaborare progetti per la distribuzione del prodotto turistico attraverso canali diversi.  Simulare l'organizzazione e la gestione di eventi nelle strutture ricettive | Wellness Congressi ed eventi  ristorazione alberghiera | Tempi 35 re |

U. D.A. 3 : LA DISTRIBUZIONE DEL PRODOTTO ALBERGHIERO

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Competenze** | **Competenze disciplinari** | **Abilità/Capacità** | **Contenuti** | **Tempi** |
| Scegliere il canale distributivo più appropriato per un prodotto turistico.  Scegliere il sistema di promozione più indicato per commercializzare il prodotto turistico.  Adeguare la  produzione e la vendita dei servizi di accoglienza e ospitalità alle richieste della clientela. | Gli attori del mercato turistico e i diversi canali di distribuzione.  Le regole dei rapporti con gli intermediari tradizionali e le agenzie online  Il web marketing | Simulare con modalità innovative e automatiche la verifica dei prezzi di mercato. Saper individuare i canali più adatti per la promozione e la vendita del prodotto e servizi Simulareefficaci soluzioni per contrastare la lievitazione dei costi  Classificare gli attori del turismo e i canali di distribuzione. | Il canale indiretto online Il canale medio indiretto  I canali di distribuzione nella vendita dei servizi alberghiera | Tempi 35 re |

U. D.A. 4 : LA GESTIONE DELLA CLIENTELA

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Competenze** | **Competenze disciplinari** | **Abilità/Capacità** | **Contenuti** | **Tempi** |
| Essere in grado di interagire con l'ospite nel modo più corretto.  Proporre all'ospite il servizio più adeguato alle sue esigenze.  Caratteristichedel sistema turistico.  Risorse naturali, località d’arte e d’interesse turistico del proprio territorio. | L’organizzazionedella gestione alberghiera in base al livello operativo dell’azienda.  Le esigenze dei diversi clienti.  Le tecniche di relazione. I nuovi trend del turismo. | Simulare la modalità operative riguardanti la gestione alberghiera e del personale in grandi e medio- piccole aziende in relazioni alle problematiche legate al personale e alle varie forme contrattuali  Saper individuare i bisogni di ogni singolo target di clientela. Promuovere, valorizzare le risorseterritoriali. | La promozione del territorio  La guest relation  Le tipologie di clientela | Tempi 40 re |

U. D.A. 5 : LE RISORSE UMANE IN ALBERGO

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Competenze** | **Competenze disciplinari** | **Abilità/Capacità** | **Contenuti** | **Tempi** |
| Essere in grado di orientarsi nella ricerca del posto di lavoro più adatto alle proprie aspettative e capacità. Sapersi presentare per un colloquio di lavoro. | Le mansioni del direttore Le diverse fasi di un colloquio di lavoro. | Classificare le varie figure professionali del settore turistico.  Elaborare il proprio curriculum vitae Europass.  Redigere una lettera di risposta ad una proposta di lavoro. | L'assunzione e il periodo di prova  Come trovare lavoro nel turismo  Il reclutamento e la selezione  L'ufficio del personale | Tempi 40 re |

U. D.A. 6 : IL RAPPORTO DI LAVORO E L’ALTERNANZA SCUOLA LAVORO

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Competenze** | **Competenze disciplinari** | **Abilità/Capacità** | **Contenuti** | **Tempi** |
| Essere consapevoli del proprio ruolo all'interno di un'impresa turistica. Essere in grado di tutelare i propri diritti di lavoratore.  Inserirsi in maniera adeguata, in base al ruolo assegnato, all'interno della realtà aziendale scelta dal tutor scolastico.  Essere in grado di instaurare rapporti positivi con i colleghi. | Le diverse tipologie di contratto di lavoro.  I livelli e le figure professionali del CCNL del turismo.  Le caratteristiche principali del contratto di apprendistato  Le norme che regolano l'alternanza scuola lavoro | Decodificare le principali voci di una busta paga.  Essere in grado di descrivere attraverso una relazione quanto appreso nel periodo di tirocinio formativo. | L'asl, lo stage, il percorso e la valutazione e ralazione finale  La retribuzione e la busta paga  Le tipologie contrattuali Il C.C.N.L. | Tempi 30 ore |

|  |
| --- |
| **CLASSEQUINTA** |
| **QUADRO DEGLI OBIETTIVI DI COMPETENZA** |
|  |
| Standard minimi di conoscenze e competenze:   1. Saper predisporre l'accoglienza di un gruppo coordinando l'organizzazione di tutti i servizi alberghieri richiesti. 2. Essere in grado di elaborare iniziative promozionali sulla base delle caratteristiche del mercato turistico di riferimento e di essere in grado di impostare un piano di marketing. 3. Progettare e pianificare strategie di commercializzazione dei servizi alberghieri utilizzando gli strumenti e le tecniche di pricing più adeguate. |

U. D.A. 1 : L’ALBERGO E IL MARKETING

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Competenze** | **Competenze disciplinari** | **Abilità/Capacità** | **Contenuti** | **Tempi** |
| Elaborare iniziative promozionali sulla base delle caratteristiche del mercato turistico della Puglia. | Il marketing Turistico. Il marketing dei servizi. Il marketing relazionale La certificazione di qualità in un albergo Struttura e contenuti del piano di marketing. | Decodificare gli elementi che caratterizzano il mercato turistico di una località.  Impostare una campagna di web marketing.  Impostare il sito web di una struttura ricettiva.  Impostare un piano di marketing.  Redigere una relazione tecnica. | Il piano Marketing Il web Marketing Il Marketing | Tempi 30 ore |

U. D.A. 2 : LA VENDITA DEI SERVIZI ALBERGHIERI

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Competenze** | **Competenze disciplinari** | **Abilità/Capacità** | **Contenuti** | **Tempi** |
| Scegliere il canale distributivo più appropriato per un prodotto turistico.  Individuare il sistema di promozione più adeguato alla commercializzazione di un prodotto turistico.  Realizzarepacchetti turistici valorizzando l’ambiente e le risorse culturali del territorio | Il revenue management. La gestione delle vendite. Le tecniche di pricing. | Analizzare l'andamento della domanda turistica.  Cogliere gli aspetti salienti revenue management.  Individuare e valorizzare le migliori strategie di vendita Decodificare e applicare diverse tipologie di listino prezzi. | L’intermediazione on- line  Il pricing alberghiero La comunicazione | Tempi 22 ore |

U. D.A. 3 : LA QUALITA IN ALBERGO

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Competenze** | **Competenze disciplinari** | **Abilità/Capacità** | **Contenuti** | **Tempi** |
| Conoscere le classificazioni delle strutturealberghiere secondo il sistema delle stelle. | La qualità aziendale e i sistemi di qualità.  Il ciclo di Deming.  Le norme e le certificazioni di qualità (ancheambientale).  I marchi di qualità nel settore ricettivo italiano. | Riconoscere gli scopi, le metodologie e le procedure dei sistemi di qualità aziendale attuati nel comparto alberghiero.  Riconoscere il valore delle certificazioni ISO 9001,  ISO 14001,  EMAS e dei marchi di qualità. | la certificazione e i marchi di qualità  Il sistema di qualità | Tempi 22 ore |

U. D.A. 4 : L’ALBERGATORE E LE LEGGI

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Competenze** | **Competenze disciplinari** | **Abilità/Capacità** | **Contenuti** | **Tempi** |
| Procedure di front office e back office nelle varie fasi del ciclo cliente.  Principali nozioni di diritto acquisite nel corso degli studi.  Comprendere i mutamenti che sono avvenuti nel settore turistico. | Le procedure di comunicazione di inizio e fine attività.  I diritti e i doveri  dell’albergatore in ogni fase del ciclo cliente.  Lo “stato dell’arte” classificazione alberghiera e l’Italy Stars & Rating. | Adempiere gli ordini burocratici richiesti per avviare, trasformare o cessare un’attività ricettiva.  Gestire i rapporti con i clienti nel rispetto della normativa attinente al settore turistico- ricettivo.  Valutare le caratteristiche e i servizi di una struttura alberghiera al fine della sua classificazione secondo il sistema delle stelle. | La classificazione alberghiera  la certificazione e i marchi di qualità  Apertura e cessazione di una attività | Tempi 10 ore |

U. D.A. 5 : LA ROOM DIVISION E LA PROGRAMMAZIONE DI SETTORE

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Competenze** | **Competenze disciplinari** | **Abilità/Capacità** | **Contenuti** | **Tempi** |
| Progettare opportune strategie in linea con la programmazione aziendale. | Il room division manager Il budget del settore camere | Redigere il budget del settore camere  Analizzare dati statistici alberghieri | Il budget del settore camere  Le statistiche d'albergo  Il room division manager | Tempi 10 ore |

|  |  |
| --- | --- |
| **CONTENUTI RELATIVI A MODULI INTERDISCIPLINARI DI CLASSE** | |
| *Il Dipartimento stabilisce le seguenti tematicheda sviluppare e/o approfondire in moduli interdisciplinari di classe* | |
| Classi Terze | Il ciclo cliente |
| Classi Quarte | L’albergatore e le leggi |
| Classi Quinte | L’albergo e il marketing |

|  |  |
| --- | --- |
| **CONTENUTI RELATIVI A MODULI PROPEDEUTICI PER L’ALTERNANZA SCUOLA/LAVORO** | |
| *Il Dipartimento stabilisce le seguenti tematiche da sviluppare e/o approfondire in moduli propedeutici* | |
| Classi Terze | Conoscere il mio territorio |
| Classi Quarte | Informazione e accoglienza turistica |
| Classi Quinte | Informazione e accoglienza turistica |

|  |  |
| --- | --- |
| **METODOLOGIE** | |
| Lezione frontale  *(presentazione di contenuti e dimostrazioni logiche)* | Cooperative learning  *(lavoro collettivo guidato o autonomo)* |
| Lezione interattiva  *(discussioni sui libri o a tema, interrogazioni collettive)* | Problem solving  *(definizione collettiva* |
| Lezione multimediale | Attività di laboratorio  *(esperienza individuale o di gruppo)* |
| Lezione /applicazione | Esercitazioni pratiche |
| Lettura ed analisi diretta dei testi | Didattica Integrata Distanza (DDI) |

|  |  |
| --- | --- |
| **MEZZI, STRUMENTI E SPAZI** | |
| Libri di testo, altri libri | Visite guidate |
| Dispense, schemi | Stage |
| Dettatura di appunti | Computer / Tablet / Cellulare |
| Laboratorio | Videoproiettore |
| Registratore | Lettore dvd |
| Internet | Software gestionali |
| Mostre Didattica Digitale Integrata (DDI) | |

|  |  |
| --- | --- |
| **TIPOLOGIADIVERIFICHE** | |
| Test a riposta aperta | Interrogazione |
| Test semi-strutturato | Simulazione colloquio |
| Test strutturato | Interrogazioni |
| Risoluzione di problemi | Prove pratiche, prove comuni |
| Prova scritta/pratica | Prove di laboratorio |
| Tema | Articolo di giornale |
| Relazione | |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **NUMERODELLEVERIFICHE** | | | | |
| *Periodo* | *Tipologia* | *Numero* | *Tipologia* | *Numero* |
| 1° trimestre | Scritta/pratica | 2 | Orale | 2 |
| 2° pentamestre | Scritta/pratica | 2 | Orale | 2 |

|  |  |
| --- | --- |
| **MODALITÀ DI RECUPERO, POTENZIAMENTO E VALORIZZAZIONEDELLE ECCELLENZE** | |
|  |  |
| Recupero curricolare (personalizzazione dei percorsi, individuazione tutor, interventi individualizzati e differenziati, didattica laboratoriale) | Recupero degli allievi suddivisi in piccoli gruppi; recupero individualizzato;  Recupero di argomenti con tutor l'insegnante e/o un alunno che ha già raggiunto le conoscenze e competenze;  Esercizi semplificati sui contenuti affrontati; uso di schemi e mappe concettuali  Inserimento dell’allievo in difficoltà in un piccolo gruppo di studio in cui sia presente un elemento trainante |
| Pausa didattica  **(in itinere)** | In itinere.  Al termine del primo e del secondo trimestre Recupero di argomenti con tutor l'insegnante e/o un alunno che ha già raggiunto le conoscenze e competenze;  Esercizi semplificati sui contenuti affrontati; uso di schemi e mappe concettuali Strumenti  Schede, esercizi guidati.  Intervento successivo con domande dirette o questionari.  Produzione di materiale. Ricerche in Internet. |
| Recupero trasversale |  |
| Corso di recupero  **(in orario pomeridiano)** |  |
| Potenziamento | Attività di gruppo e lavori di approfondimento |
| Valorizzazione delle eccellenze | Affrontare competizioni e ad aderire a iniziative  professionali e culturali |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **CRITERIDIVALUTAZIONE** | | |
| *Per la valutazione sarannoadottati i criteri stabiliti dal PTOF d’Istituto. La valutazione terrà conto di:* | | |
| Livello individuale di acquisizione di conoscenze | | Impegno ed interesse |
| Livello individuale di acquisizione di abilità e competenze | | Partecipazione |
| Progressi compiuti rispetto al livello di partenza | | Frequenza |
| Prove comuni per classi parallele | | Comportamento |
| *Le descrizioni di conoscenza, competenza e capacità qui riportate in maniera generica dovranno essere declinate a*  *livello generale ed in maniera specifica per ogni singola classe come obiettivi generali.* | | |
| **Conoscenza** | Conoscenza dei contenuti e delle regole. | |
| **Competenza** | ***Applicazione:***  applicazionedelleconoscenzeacquisite. | |
| ***Uso del linguaggio verbale:***  uso del linguaggio specifico della disciplina per esprimere le conoscenzeacquisite. | |
| ***Uso del linguaggio simbolico:***  riuscire a decodificare ed utilizzare il linguaggio simbolico specifico della disciplina. | |
| **Abilità** | ***Analisi:***  individuazione di analogie e differenze, di proprietà varianti e invarianti. | |
| ***Sintesi:***  Individuazione dei concetti essenziali della disciplina e capacità di inquadrarli in uno schema logico. | |
| ***Valutazione:***  Rielaborazionepersonaledelleconoscenze e competenze acquisite. | |

|  |
| --- |
| **I DOCENTI DI DIPARTIMENTO** |
| **Labarile Sabino** |
| **Scarnera Erminio** |
| **Nuzzi Pamela** |
| **Frangillo Sonia Mary** |

Si porta a conoscenza del Dirigente Scolastico **Dott. Scaramuzzi Francesco** che per poter raggiungere i risultati attesi in questa programmazione si richiede:

1. Layout front office attrezzato da strumenti necessari per le esercitazioni pratiche di back e front office.
2. Laboratorio attrezzato di almeno 20 postazioni PC con relativi software (pacchetto office licenziato)
3. Software gestionale Hottimo PMS versione Educational o similari.
4. Materiale e modulistica alberghiera