

DISTRETTO SCOLASTICO N. 29

IIS-IPSI A - ITI "Ezio Aletti" Trebisacce (CS)
IP S C T - I N F O R M A T I C A E
T E L E C O M U N I C A Z I O N I O r i o l o (C S)

TREBISACCE - TECNICO: CHIMICA MATERIALI E BIOTECNOLOGIE AMBIENTALI - MECCANICA E MECCATRONICA ED ENERGIA (SERALE) - **PROFESSIONALE:** SANITA' E ASSISTENZA SOCIALE - SERVIZI ENOGASTRONOMIA (ANCHE SERALE) MANUTENZIONE E ASSISTENZA TECNICA

ORIOLO - PROFESSIONALE: SERVIZI COMMERCIALI. **TECNICO:** INFORMATICA E TELECOMUNICAZIONI

ITS- "G. Filangieri" Trebisacce (CS)

TREBISACCE - TECNICO: AMMINISTRAZIONE FINANZA E MARKETING - GRAFICA E COMUNICAZIONE - COSTRUZIONE AMBIENTE E TERRITORIO (ANCHE SERALE) - **TURISMO.** - SISTEMI INFORMATIVI AZIENDALE - AGRARIA, AGROALIMENTARE E AGROINDUSTRIA

ISTITUTO ISTRUZIONE SUPERIORE IPSIA - ITI - "EZIO ALETTI"-TREBISACCE
Prot. 0010502 del 08/10/2024
IV (Entrata)

PROGRAMMAZIONE della DISCIPLINA
LABORATORIO DI SALA E VENDITA
3° PERIODO IDA
CORSO
ENOGASTRONOMIA E OSPITALITA' ALBERGHIERA
ANNO SCOLASTICO 2024/25

il Docente

Prof. **Vincenzo Vuono**

1 SITUAZIONE INIZIALE DELLA CLASSE

1.1 Esito delle prove parallele di ingresso per competenze – Asse PROFESSIONALE ENOGASTRONOMIA

LIVELLI DI COMPETENZA							
AREA CRITICA		BASE		INTERMEDIO		AVANZATO	
TOT	%	TOT	%	TOT	%	TOT	%

1.2 Esiti di prove e valutazioni relative alla sola disciplina

L'analisi della situazione di partenza è stata necessaria per rilevare il possesso dei prerequisiti considerati fondamentali per l'individuazione degli obiettivi e delle strategie d'intervento da seguire nell'impostazione della programmazione didattica – educativa.

1.3 Eventuali attività per il recupero dei prerequisiti relativi alla disciplina

Le attività di recupero dei prerequisiti saranno compiute durante la normale attività didattica attraverso il ripasso volto al rafforzamento delle conoscenze e allo sviluppo delle competenze.

2 RACCORDO CON LE UDA PROPOSTE DAL CONSIGLIO DI CLASSE

Viene evidenziato il contributo della Disciplina alle Unità di Apprendimento individuate nella Programmazione del Consiglio di Classe.

Unità di Apprendimento Come da Programmazione del CdC	Contributo della Disciplina alla Unità di Apprendimento	Altre Discipline che partecipano alla UdA
▪		
▪		

3.UNITÀ FORMATIVE SPECIFICHE DELLA DISCIPLINA

DENOMINAZIONE DELL'UNITÀ FORMATIVA DISCIPLINARE
UNITA' FORMATIVA 1: LA GESTIONE DEGLI ACQUISTI
COMPETENZE DI RIFERIMENTO (ALLEGATO 1 E 2 DEL D. LGL. 61/2017) All. 2G <ul style="list-style-type: none">• 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.• 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.• 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.• Contribuire alle strategie di Destination Marketing 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.
ABILITA' <ul style="list-style-type: none">• Identificare quali-quantitativamente le risorse necessarie per la realizzazione del prodotto
CONOSCENZE <ul style="list-style-type: none">• L'approvvigionamento e i fornitori• La gestione degli acquisti e l'economato• La gestione del magazzino e delle scorte
NUCLEI FONDANTI <ul style="list-style-type: none">• Mise en place speciale, apparecchiatura a tema della sala, buffet dell'aperitivo, delle insalate ed altri generi• Il servizio delle bevande e realizzazione di cocktail internazionale• L'azienda alberghiera e i rapporti con la clientela e i fornitori• Le procedure che regolano i rapporti tra i reparti• I marchi di qualità, i sistemi di tutela e gli alimenti di eccellenza del territorio• Gli stili di servizio e le tecniche specifiche di settore• Gestione delle prenotazioni, accoglienza, interazioni• Tecniche di stesura di ricette e relazioni• Le aziende di produzione e vendita di servizi enogastronomici e turistici: tipologie e caratteristiche• Il servizio delle bevande e realizzazione di cocktail internazionale• L'azienda alberghiera e i rapporti con la clientela e i fornitori• Tecniche di stesura di ricette e relazioni• Organizzazione della produzione di beni e servizi• La gestione delle merci, dall'ordinazione fino all'utilizzazione• La decorazione e la presentazione dei piatti• Le funzioni, i tipi e le regole di costruzione di menu e carte• Analisi e strategie nella gestione del menu e della carta• L'autocontrollo: HACCP• La tracciabilità degli alimenti e la sicurezza alimentare• Le certificazioni di qualità• Allestimenti speciali della sala e organizzazione di feste ed eventi• Gli strumenti informatici di gestione del settore vendita dei servizi enogastronomici• Tecniche di marketing orientate a migliorare la qualità del servizio, i rapporti con il cliente e la gestione delle risorse• La fisiologia del gusto e l'accostamento degli ingredienti• I principali piatti della tradizione del paese di cui si studiano le lingue• Organizzazione del lavoro• La gestione tecnica e organizzativa del bar• Tipologia di buffè e allestimento della sala• Aspetti gestionali e organizzativi nel servizio di banqueting e catering• Enografia nazionale ed estera e nozioni approfondite di abbinamento cibo-vino, cibo-birra e altre bevande• Ricerche di mercato quali e quantitative
METODOLOGIE E STRATEGIE DIDATTICHE <ul style="list-style-type: none">• Lezione frontale, partecipata• Apprendimento collaborativo e fra pari• Lezione con esperti.

<ul style="list-style-type: none"> • Problem solving. • Analisi dei casi.
ATTIVITA' DI DIDATTICA LABORATORIALE
<ul style="list-style-type: none"> • Simulazioni di tipo operativo in laboratorio di Sala.
AMBIENTI DI APPRENDIMENTO
<ul style="list-style-type: none"> • Aula • Laboratorio di sala
STRUMENTI, SUSSIDI E MATERIALI
<ul style="list-style-type: none"> • Libro di testo • LIM • Attrezzi di bar e di sala • Video • Visite guidate in aziende del territorio
VALUTAZIONE
<ul style="list-style-type: none"> • Interrogazione breve. • Colloquio. • Relazioni personali e di gruppo. • Risoluzione di problemi. • Esercitazioni di laboratorio. • Prove di realtà. • Osservazione sistematica sull'impegno, partecipazione e attenzione. • Tempi e contenuti calibrati sui livelli della classe e sui differenti bisogni formativi delle singole individualità nel rispetto dei personali stili di apprendimento.
TEMPI
Settembre – ottobre

DENOMINAZIONE DELL'UNITÀ FORMATIVA DISCIPLINARE
UNITA' FORMATIVA 2: BUFFET, BANKETING E CATERING
COMPETENZE DI RIFERIMENTO (ALLEGATO 1 E 2 DEL D. LGL. 61/2017)
<p>All. 2G</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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. • 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. • 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. • Valorizzare l'elaborazione e la presentazione di prodotti dolciari e di panificazione locali, nazionali e internazionali utilizzando tecniche tradizionali e innovative. • 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. • 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. • 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. • 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. • 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. • Contribuire alle strategie di Destination Marketing 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.
ABILITA'
<ul style="list-style-type: none"> • Applicare tecniche di allestimento, di strumentazioni, accessori e decorazioni in base al servizio da erogare e rispondente ai principi estetici

CONOSCENZE

- Le tipologie di buffet
- Come si prepara il buffet
- Allestimento e disposizione dei tavoli per banchetti
- Servizi di banqueting e catering

NUCLEI FONDANTI

- Mise en place speciale, apparecchiatura a tema della sala, buffet dell'aperitivo, delle insalate ed altri generi
- Il servizio delle bevande e realizzazione di cocktail internazionale
- L'azienda alberghiera e i rapporti con la clientela e i fornitori
- Le procedure che regolano i rapporti tra i reparti
- I marchi di qualità, i sistemi di tutela e gli alimenti di eccellenza del territorio
- Gli stili di servizio e le tecniche specifiche di settore
- Gestione delle prenotazioni, accoglienza, interazioni
- Tecniche di stesura di ricette e relazioni
- Le aziende di produzione e vendita di servizi enogastronomici e turistici: tipologie e caratteristiche
- Il servizio delle bevande e realizzazione di cocktail internazionale
- L'azienda alberghiera e i rapporti con la clientela e i fornitori
- Tecniche di stesura di ricette e relazioni
- Organizzazione della produzione di beni e servizi
- La gestione delle merci, dall'ordinazione fino all'utilizzazione
- La decorazione e la presentazione dei piatti
- Le funzioni, i tipi e le regole di costruzione di menu e carte
- Analisi e strategie nella gestione del menu e della carta
- L'autocontrollo: HACCP
- La tracciabilità degli alimenti e la sicurezza alimentare
- Le certificazioni di qualità
- Allestimenti speciali della sala e organizzazione di feste ed eventi
- Gli strumenti informatici di gestione del settore vendita dei servizi enogastronomici
- Tecniche di marketing orientate a migliorare la qualità del servizio, i rapporti con il cliente e la gestione delle risorse
- La fisiologia del gusto e l'accostamento degli ingredienti
- I principali piatti della tradizione del paese di cui si studiano le lingue
- Organizzazione del lavoro
- La gestione tecnica e organizzativa del bar
- Tipologia di buffè e allestimento della sala
- Aspetti gestionali e organizzativi nel servizio di banqueting e catering
- Enografia nazionale ed estera e nozioni approfondite di abbinamento cibo-vino, cibo-birra e altre bevande
- Ricerche di mercato quali e quantitative

METODOLOGIE E STRATEGIE DIDATTICHE

- Lezione frontale, partecipata
- Apprendimento collaborativo e fra pari
- Dialogo e confronto interculturale.
- Discussione guidata.
- Lezione con esperti.
- Problem solving.
- Analisi dei casi.

ATTIVITA' DI DIDATTICA LABORATORIALE

- Simulazioni di tipo operativo in laboratorio di Sala.

AMBIENTI DI APPRENDIMENTO

- Aula
- Laboratorio di sala

STRUMENTI, SUSSIDI E MATERIALI

- Libro di testo
- LIM
- Attrezzi di bar e di sala
- Video
- Visite guidate in aziende del territorio

VALUTAZIONE

- Interrogazione breve.
- Colloquio.
-
- Risoluzione di problemi.
- Esercitazioni di laboratorio.
- Prove di realtà.
- Osservazione sistematica sull'impegno, partecipazione e attenzione.
- Tempi e contenuti calibrati sui livelli della classe e sui differenti bisogni formativi delle singole individualità nel rispetto dei personali stili di apprendimento.

TEMPI

Novembre - Dicembre

DENOMINAZIONE DELL'UNITÀ FORMATIVA DISCIPLINARE

UNITA' FORMATIVA 3: STILI DI SERVIZIO COMPLEMENTARI

COMPETENZE DI RIFERIMENTO (ALLEGATO 1 E 2 DEL D. LGL. 61/2017)

All. 2G

- 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. .
- 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.
- Contribuire alle strategie di Destination Marketing 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.

ABILITA'

- Utilizzare in maniera appropriata le tecniche tradizionali per la lavorazione e la realizzazione dei prodotti
- Applicare tecniche di promozione e pubblicizzazione di prodotti e servizi nei diversi contesti professionali

CONOSCENZE

- Le caratteristiche degli stili di servizio complementari e i criteri per la loro scelta
- Punti di forza e debolezza dei diversi stili di servizio
- Servizio con carrello
- Servizio con buffet

NUCLEI FONDANTI

- Mise en place speciale, apparecchiatura a tema della sala, buffet dell'aperitivo, delle insalate ed altri generi
- Il servizio delle bevande e realizzazione di cocktail internazionale
- L'azienda alberghiera e i rapporti con la clientela e i fornitori
- Le procedure che regolano i rapporti tra i reparti
- I marchi di qualità, i sistemi di tutela e gli alimenti di eccellenza del territorio
- Gli stili di servizio e le tecniche specifiche di settore
- Gestione delle prenotazioni, accoglienza, interazioni
- Tecniche di stesura di ricette e relazioni
- Le aziende di produzione e vendita di servizi enogastronomici e turistici: tipologie e caratteristiche
- Il servizio delle bevande e realizzazione di cocktail internazionale
- L'azienda alberghiera e i rapporti con la clientela e i fornitori
- Tecniche di stesura di ricette e relazioni
- Organizzazione della produzione di beni e servizi
- La gestione delle merci, dall'ordinazione fino all'utilizzazione
- La decorazione e la presentazione dei piatti
- Le funzioni, i tipi e le regole di costruzione di menu e carte
- Analisi e strategie nella gestione del menu e della carta
- L'autocontrollo: HACCP
- La tracciabilità degli alimenti e la sicurezza alimentare
- Le certificazioni di qualità
- Allestimenti speciali della sala e organizzazione di feste ed eventi
- Gli strumenti informatici di gestione del settore vendita dei servizi enogastronomici
- Tecniche di marketing orientate a migliorare la qualità del servizio, i rapporti con il cliente e la gestione delle risorse

<ul style="list-style-type: none"> • La fisiologia del gusto e l'accostamento degli ingredienti • I principali piatti della tradizione del paese di cui si studiano le lingue • Organizzazione del lavoro • La gestione tecnica e organizzativa del bar • Tipologia di buffè e allestimento della sala • Aspetti gestionali e organizzativi nel servizio di banqueting e catering • Enografia nazionale ed estera e nozioni approfondite di abbinamento cibo-vino, cibo-birra e altre bevande • Ricerche di mercato quali e quantitative
<p style="text-align: center;">METODOLOGIE E STRATEGIE DIDATTICHE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lezione frontale, partecipata • Apprendimento collaborativo e fra pari • Discussione guidata. • Lezione con esperti. • Problem solving. • Analisi dei casi.
<p style="text-align: center;">ATTIVITA' DI DIDATTICA LABORATORIALE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Simulazioni di tipo operativo in laboratorio di Sala.
<p style="text-align: center;">AMBIENTI DI APPRENDIMENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aula • Laboratorio di sala
<p style="text-align: center;">STRUMENTI, SUSSIDI E MATERIALI</p> <ul style="list-style-type: none"> • Libro di testo • LIM • Attrezzi di bar e di sala • Video • Visite guidate in aziende del territorio
<p style="text-align: center;">VALUTAZIONE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Interrogazione breve. • Colloquio. • Relazioni personali e di gruppo. • Risoluzione di problemi. • Esercitazioni di laboratorio. • Prove di realtà. • Osservazione sistematica sull'impegno, partecipazione e attenzione. • Tempi e contenuti calibrati sui livelli della classe e sui differenti bisogni formativi delle singole individualità nel rispetto dei personali stili di apprendimento.
<p style="text-align: center;">TEMPI</p> <p>Gennaio-Febbraio</p>

<p style="text-align: center;">DENOMINAZIONE DELL'UNITÀ FORMATIVA DISCIPLINARE</p>
<p style="text-align: center;">UNITA' FORMATIVA 4: IL SERVIZIO DEGLI SNACK E I COCKTAIL</p>
<p style="text-align: center;">COMPETENZE DI RIFERIMENTO (ALLEGATO 1 E 2 DEL D. LGL. 61/2017)</p> <p>All. 2G</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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. • 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. • 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. • Valorizzare l'elaborazione e la presentazione di prodotti dolciari e di panificazione locali, nazionali e internazionali utilizzando tecniche tradizionali e innovative. • 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

<ul style="list-style-type: none"> • 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. • 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. • 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. • Contribuire alle strategie di Destination Marketing 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.
<p style="text-align: center;">ABILITA'</p> <ul style="list-style-type: none"> • Classificare i cocktails • Inventare i cocktails • Formulare una ricetta di cocktail • Utilizzare le bottiglie e gli strumenti di bar • Gestire il servizio relativamente agli snacks
<p style="text-align: center;">CONOSCENZE</p> <ul style="list-style-type: none"> • I principali cocktail • American bartending system • Freestyle • Area operative • Gli snacks
<p style="text-align: center;">NUCLEI FONDANTI</p> <ul style="list-style-type: none"> • -Mise en place speciale, apparecchiatura a tema della sala, buffet dell'aperitivo, delle insalate ed altri generi • Il servizio delle bevande e realizzazione di cocktail internazionale • L'azienda alberghiera e i rapporti con la clientela e i fornitori • Le procedure che regolano i rapporti tra i reparti • I marchi di qualità, i sistemi di tutela e gli alimenti di eccellenza del territorio • Gli stili di servizio e le tecniche specifiche di settore • Gestione delle prenotazioni, accoglienza, interazioni • Tecniche di stesura di ricette e relazioni • Le aziende di produzione e vendita di servizi enogastronomici e turistici: tipologie e caratteristiche • Il servizio delle bevande e realizzazione di cocktail internazionale • L'azienda alberghiera e i rapporti con la clientela e i fornitori • Tecniche di stesura di ricette e relazioni • Organizzazione della produzione di beni e servizi • La gestione delle merci, dall'ordinazione fino all'utilizzazione • La decorazione e la presentazione dei piatti • Le funzioni, i tipi e le regole di costruzione di menu e carte • Analisi e strategie nella gestione del menu e della carta • L'autocontrollo: HACCP • La tracciabilità degli alimenti e la sicurezza alimentare • Le certificazioni di qualità • Allestimenti speciali della sala e organizzazione di feste ed eventi • Gli strumenti informatici di gestione del settore vendita dei servizi enogastronomici • Tecniche di marketing orientate a migliorare la qualità del servizio, i rapporti con il cliente e la gestione delle risorse • La fisiologia del gusto e l'accostamento degli ingredienti • I principali piatti della tradizione del paese di cui si studiano le lingue • Organizzazione del lavoro • La gestione tecnica e organizzativa del bar • Tipologia di buffè e allestimento della sala • Aspetti gestionali e organizzativi nel servizio di banqueting e catering • Enografia nazionale ed estera e nozioni approfondite di abbinamento cibo-vino, cibo-birra e altre bevande • Ricerche di mercato quali e quantitative
<p style="text-align: center;">METODOLOGIE E STRATEGIE DIDATTICHE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lezione frontale, partecipata • Apprendimento collaborativo e fra pari

<ul style="list-style-type: none"> • Discussione guidata. • Lezione con esperti. • Problem solving. • Analisi dei casi.
ATTIVITA' DI DIDATTICA LABORATORIALE
<ul style="list-style-type: none"> • Simulazioni di tipo operativo in laboratorio di Sala.
AMBIENTI DI APPRENDIMENTO
<ul style="list-style-type: none"> • Aula • Laboratorio di sala
STRUMENTI, SUSSIDI E MATERIALI
<ul style="list-style-type: none"> • Libro di testo • LIM • Attrezzi di bar e di sala • Video • Visite guidate in aziende del territorio
VALUTAZIONE
<ul style="list-style-type: none"> • Interrogazione breve. • Colloquio. • Relazioni personali e di gruppo. • Risoluzione di problemi. • Esercitazioni di laboratorio. • Prove di realtà. • Osservazione sistematica sull'impegno, partecipazione e attenzione. • Tempi e contenuti calibrati sui livelli della classe e sui differenti bisogni formativi delle singole individualità nel rispetto dei personali stili di apprendimento.
TEMPI
Marzo

DENOMINAZIONE DELL'UNITÀ FORMATIVA DISCIPLINARE
UNITA' FORMATIVA 5: DEGUSTAZIONE E ABBINAMENTO CIBO VINO- ENOGRAFIA REGIONALE
COMPETENZE DI RIFERIMENTO (ALLEGATO 1 E 2 DEL D. LGL. 61/2017)
<p>All. 2G</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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. • 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. • Applicare correttamente il sistema HACCP, la normativa sulla sicurezza e sulla salute nei luoghi di lavoro. • 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. • 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. • 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. • 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. • Contribuire alle strategie di Destination Marketing 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.
ABILITA'
<ul style="list-style-type: none"> • Presentare i vini delle principali regioni vitivinicole dell'Italia e del mondo associandoli alla propria storia e alla propria gastronomia
CONOSCENZE

<ul style="list-style-type: none"> • Le regioni vitivinicole d'italia • Le regioni vitivinicole della francia
<p style="text-align: center;">NUCLEI FONDANTI</p> <ul style="list-style-type: none"> • -Mise en place speciale, apparecchiatura a tema della sala, buffet dell'aperitivo, delle insalate ed altri generi • Il servizio delle bevande e realizzazione di cocktail internazionale • L'azienda alberghiera e i rapporti con la clientela e i fornitori • Le procedure che regolano i rapporti tra i reparti • I marchi di qualità, i sistemi di tutela e gli alimenti di eccellenza del territorio • Gli stili di servizio e le tecniche specifiche di settore • Gestione delle prenotazioni, accoglienza, interazioni • Tecniche di stesura di ricette e relazioni • Le aziende di produzione e vendita di servizi enogastronomici e turistici: tipologie e caratteristiche • Il servizio delle bevande e realizzazione di cocktail internazionale • L'azienda alberghiera e i rapporti con la clientela e i fornitori • Tecniche di stesura di ricette e relazioni • Organizzazione della produzione di beni e servizi • La gestione delle merci, dall'ordinazione fino all'utilizzazione • La decorazione e la presentazione dei piatti • Le funzioni, i tipi e le regole di costruzione di menu e carte • Analisi e strategie nella gestione del menu e della carta • L'autocontrollo: HACCP • La tracciabilità degli alimenti e la sicurezza alimentare • Le certificazioni di qualità • Allestimenti speciali della sala e organizzazione di feste ed eventi • Gli strumenti informatici di gestione del settore vendita dei servizi enogastronomici • Tecniche di marketing orientate a migliorare la qualità del servizio, i rapporti con il cliente e la gestione delle risorse • La fisiologia del gusto e l'accostamento degli ingredienti • I principali piatti della tradizione del paese di cui si studiano le lingue • Organizzazione del lavoro • La gestione tecnica e organizzativa del bar • Tipologia di buffè e allestimento della sala • Aspetti gestionali e organizzativi nel servizio di banqueting e catering • Enografia nazionale ed estera e nozioni approfondite di abbinamento cibo-vino, cibo-birra e altre bevande • Ricerche di mercato quali e quantitative
<p style="text-align: center;">METODOLOGIE E STRATEGIE DIDATTICHE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lezione frontale, partecipata • Apprendimento collaborativo e fra pari • Discussione guidata. • Lezione con esperti. • Problem solving. • Analisi dei casi.
<p style="text-align: center;">ATTIVITA' DI DIDATTICA LABORATORIALE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Simulazioni di tipo operativo in laboratorio di Sala.
<p style="text-align: center;">AMBIENTI DI APPRENDIMENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aula • Laboratorio di sala
<p style="text-align: center;">STRUMENTI, SUSSIDI E MATERIALI</p> <ul style="list-style-type: none"> • Libro di testo • LIM • Attrezzi di bar e di sala • Video • Visite guidate in aziende del territorio
<p style="text-align: center;">VALUTAZIONE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Interrogazione breve. • Colloquio. • Relazioni personali e di gruppo. • Risoluzione di problemi.

- Esercitazioni di laboratorio.
- Prove di realtà.
- Osservazione sistematica sull'impegno, partecipazione e attenzione.
- Tempi e contenuti calibrati sui livelli della classe e sui differenti bisogni formativi delle singole individualità nel rispetto dei personali stili di apprendimento.

TEMPI

Aprile -Maggio

Il docente utilizzerà metodologie che prevedono l'uso di dispositivi elettronici (PC, Tablet, Smartphone) da parte degli studenti

SI ☒

NO ☐

Trebisacce 05/10/2024

Il Docente
Vincenzo Vuono