

ipseo
membro



sonzogni



PROGRAMMAZIONE DISCIPLINARE di

ACCOGLIENZA TURISTICA

Anno scolastico 2022/23

Metodologia	<ul style="list-style-type: none"> • lezione frontale • lezione dialogata e interattiva • attività laboratoriale
Risorse umane <ul style="list-style-type: none"> • interne • esterne 	Docente interno
Strumenti	<ul style="list-style-type: none"> • libri di testo • audiovisivi • strumenti e materiali multimediali
Valutazione	<p>VALUTAZIONE DI PROCESSO</p> <ul style="list-style-type: none"> • comprensione della domanda o del compito • interventi nel corso delle lezioni sia in presenza che a distanza • espressione di opinioni pertinenti <p>VALUTAZIONE DI PRODOTTO</p> <ul style="list-style-type: none"> • interrogazioni orali anche programmate • produzione elaborati (audio, video, ppt....) • prove strutturate, prove semi-strutturate • prove di produzione scritta, seguendo consegne di varia tipologia <p>COMPITO DI REALTÀ:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ricerca e produzione di un prodotto/presentazione multimediale su una località di interesse turistico con esplicitazione delle motivazioni che la rendono rilevante per il fenomeno turistico.

UNITÀ DI APPRENDIMENTO PROGRAMMATA																																	
TITOLO		UDA 2 – LE STRUTTURE RICETTIVE																															
RISULTATI DI APPRENDIMENTO PROFILO DI INDIRIZZO																																	
Competenza in uscita		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.																															
Competenze intermedie		Applicare tecniche di base di lavorazione, organizzazione e commercializzazione dei servizi e dei prodotti enogastronomici, ristorativi e di accoglienza turistico-alberghiera, secondo criteri prestabiliti, in contesti strutturati e sotto diretta supervisione.																															
Assi culturali coinvolti		Riferite all'asse Professionale: Individuare le motivazioni che portano il turista alla scelta di una determinata tipologia di struttura ricettiva																															
Raccordi con le competenze degli insegnamenti dell'area generale																																	
Conoscenze/contenuti (sapere)						Abilità (saper fare)																											
<ul style="list-style-type: none"> La classificazione delle strutture ricettive Le tipologie di strutture ricettive 						<ul style="list-style-type: none"> Individuare le strutture ricettive e di ospitalità Riconoscere le differenze fra le diverse tipologie di strutture ricettive 																											
Tempi		<table border="1"> <thead> <tr> <th>MESE</th> <th>settembre</th> <th>ottobre</th> <th>novembre</th> <th>dicembre</th> <th>gennaio</th> <th>febbraio</th> <th>marzo</th> <th>aprile</th> <th>maggio</th> <th>giugno</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>N. ORE</td> <td></td> <td></td> <td>8</td> <td>4</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>										MESE	settembre	ottobre	novembre	dicembre	gennaio	febbraio	marzo	aprile	maggio	giugno	N. ORE			8	4						
		MESE	settembre	ottobre	novembre	dicembre	gennaio	febbraio	marzo	aprile	maggio	giugno																					
N. ORE			8	4																													
Metodologia		<ul style="list-style-type: none"> lezione frontale lezione dialogata e interattiva attività laboratoriale 																															

Risorse umane <ul style="list-style-type: none"> • interne • esterne 	Docente interno
Strumenti	<ul style="list-style-type: none"> • libri di testo • audiovisivi • strumenti e materiali multimediali
Valutazione	<p>VALUTAZIONE DI PROCESSO</p> <ul style="list-style-type: none"> • comprensione della domanda o del compito • interventi nel corso delle lezioni sia in presenza che a distanza • espressione di opinioni pertinenti <p>VALUTAZIONE DI PRODOTTO</p> <ul style="list-style-type: none"> • prove strutturate, prove semi-strutturate • prove pratiche <p>COMPITO DI REALTÀ:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Individuazione e relativa descrizione delle caratteristiche strutturali di una struttura ricettiva.

UNITÀ DI APPRENDIMENTO PROGRAMMATA												
TITOLO		UDA 3 – GLI SPAZI DI UNA STRUTTURA RICETTIVA										
RISULTATI DI APPRENDIMENTO PROFILO DI INDIRIZZO												
Competenza in uscita		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.										
Competenze intermedie		Applicare tecniche di base di lavorazione, organizzazione e commercializzazione dei servizi e dei prodotti enogastronomici, ristorativi e di accoglienza turistico-alberghiera, secondo criteri prestabiliti, in contesti strutturati e sotto diretta supervisione.										
Assi culturali coinvolti		Riferite all'asse Professionale: Acquisire consapevolezza degli spazi, dei servizi e della struttura organizzativa di un albergo										
Raccordi con le competenze degli insegnamenti dell'area generale												
Conoscenze/contenuti (sapere)						Abilità (saper fare)						
<ul style="list-style-type: none"> • Gli spazi ed i reparti di un albergo • Le camere d'albergo • I servizi alberghieri principali e complementari • La ristorazione in hotel 						<ul style="list-style-type: none"> • Identificare le caratteristiche essenziali degli spazi e dei servizi di un albergo • Distinguere le diverse tipologie di sistemazione alberghiera • Identificare i differenti servizi alberghieri 						
Tempi		MESE	settembre	ottobre	novembre	dicembre	gennaio	febbraio	marzo	aprile	maggio	giugno
		N. ORE				2	6	2				
Metodologia		<ul style="list-style-type: none"> • lezione frontale • lezione dialogata e interattiva • attività laboratoriale 										

Risorse umane <ul style="list-style-type: none"> • interne • esterne 	Docente interno
Strumenti	<ul style="list-style-type: none"> • libri di testo • audiovisivi • strumenti e materiali multimediali
Valutazione	<p>VALUTAZIONE DI PROCESSO</p> <ul style="list-style-type: none"> • comprensione della domanda o del compito • interventi nel corso delle lezioni sia in presenza che a distanza • espressione di opinioni pertinenti <p>VALUTAZIONE DI PRODOTTO</p> <ul style="list-style-type: none"> • prove strutturate, prove semi-strutturate • prove pratiche <p>COMPITO DI REALTÀ:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Individuazione e relativa descrizione delle caratteristiche strutturali di una struttura alberghiera.

UNITÀ DI APPRENDIMENTO PROGRAMMATA												
TITOLO		UDA 4 – FRONT OFFICE E ROOM DIVISION										
RISULTATI DI APPRENDIMENTO PROFILO DI INDIRIZZO												
Competenza in uscita	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.											
Competenze intermedie	Applicare tecniche di base di lavorazione, organizzazione e commercializzazione dei servizi e dei prodotti enogastronomici, ristorativi e di accoglienza turistico-alberghiera, secondo criteri prestabiliti, in contesti strutturati e sotto diretta supervisione.											
Assi culturali coinvolti	Riferite all'asse Professionale: Essere consapevole del ruolo svolto all'interno della struttura ricettiva, sapendosi presentare in modo appropriato a seconda del ruolo assegnato											
Raccordi con le competenze degli insegnamenti dell'area generale												
Conoscenze/contenuti (sapere)						Abilità (saper fare)						
<ul style="list-style-type: none"> • Il reparto front e back office con relativi spazi ed attrezzature • L'etica professionale e l'igiene professionale • Le norme di comportamento del personale 						<ul style="list-style-type: none"> • Identificare ed utilizzare i principali strumenti e le attrezzature presenti al front office • Identificare le doti umane e professionali degli addetti al front office • Riconoscere le principali norme di comportamento 						
Tempi		MESE	settembre	ottobre	novembre	dicembre	gennaio	febbraio	marzo	aprile	maggio	giugno
		N. ORE						6	8			
Metodologia		<ul style="list-style-type: none"> • lezione frontale • lezione dialogata e interattiva • attività laboratoriale 										

Risorse umane <ul style="list-style-type: none"> • interne • esterne 	Docente interno
Strumenti	<ul style="list-style-type: none"> • libri di testo • audiovisivi • strumenti e materiali multimediali
Valutazione	<p>VALUTAZIONE DI PROCESSO</p> <ul style="list-style-type: none"> • comprensione della domanda o del compito • interventi nel corso delle lezioni sia in presenza che a distanza • espressione di opinioni pertinenti <p>VALUTAZIONE DI PRODOTTO</p> <ul style="list-style-type: none"> • prove strutturate, prove semi-strutturate • prove pratiche <p>COMPITO DI REALTÀ:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Individuazione delle figure operative nell'organigramma del front office di una struttura alberghiera.

UNITÀ DI APPRENDIMENTO PROGRAMMATA																																	
TITOLO		UDA 5 – ACCOGLIERE CON STILE																															
RISULTATI DI APPRENDIMENTO PROFILO DI INDIRIZZO																																	
Competenza in uscita		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.																															
Competenze intermedie		Applicare procedure di base per la cura del ciclo cliente in contesti strutturati e sotto supervisione, adottando idonee tecniche di comunicazione.																															
Assi culturali coinvolti		Riferite all'asse Professionale: Essere in grado di gestire la comunicazione con l'ospite sia al banco sia al telefono utilizzando il linguaggio appropriato a seconda delle diverse situazioni																															
Raccordi con le competenze degli insegnamenti dell'area generale		- Competenza n. 9 - <i>Riconoscere i principali aspetti comunicativi, culturali e relazionali dell'espressività corporea ed esercitare in modo efficace la pratica sportiva per il benessere individuale e collettivo.</i>																															
Conoscenze/contenuti (sapere)						Abilità (saper fare)																											
<ul style="list-style-type: none"> • Gli spazi ed i reparti di un albergo • Le camere d'albergo • I servizi alberghieri principali e complementari • La ristorazione in hotel 						<ul style="list-style-type: none"> • Identificare le caratteristiche essenziali degli spazi e dei servizi di un albergo • Distinguere le diverse tipologie di sistemazione alberghiera • Identificare i differenti servizi alberghieri 																											
Tempi		<table border="1"> <thead> <tr> <th>MESE</th> <th>settembre</th> <th>ottobre</th> <th>novembre</th> <th>dicembre</th> <th>gennaio</th> <th>febbraio</th> <th>marzo</th> <th>aprile</th> <th>maggio</th> <th>giugno</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>N. ORE</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>8</td> <td>4</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>										MESE	settembre	ottobre	novembre	dicembre	gennaio	febbraio	marzo	aprile	maggio	giugno	N. ORE								8	4	
		MESE	settembre	ottobre	novembre	dicembre	gennaio	febbraio	marzo	aprile	maggio	giugno																					
N. ORE								8	4																								
Metodologia		<ul style="list-style-type: none"> • lezione frontale • lezione dialogata e interattiva • attività laboratoriale 																															

Risorse umane <ul style="list-style-type: none"> • interne • esterne 	Docente interno
Strumenti	<ul style="list-style-type: none"> • libri di testo • audiovisivi • strumenti e materiali multimediali
Valutazione	<p>VALUTAZIONE DI PROCESSO</p> <ul style="list-style-type: none"> • comprensione della domanda o del compito • interventi nel corso delle lezioni sia in presenza che a distanza • espressione di opinioni pertinenti <p>VALUTAZIONE DI PRODOTTO</p> <ul style="list-style-type: none"> • prove strutturate, prove semi-strutturate • prove pratiche <p>COMPITO DI REALTÀ:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Individuazione e giusto utilizzo degli elementi caratteristici della comunicazione all'interno di situazioni professionali

UNITÀ DI APPRENDIMENTO PROGRAMMATA												
TITOLO		UDA 1 – LA FASE ANTE DEL CICLO CLIENTE										
RISULTATI DI APPRENDIMENTO PROFILO DI INDIRIZZO												
Competenza in uscita		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.										
Competenze intermedie		Applicare procedure di base per la cura del ciclo cliente in contesti strutturati e sotto supervisione, adottando idonee tecniche di comunicazione.										
Assi culturali coinvolti		Riferite all'asse Professionale: Gestire in modo consapevole le prenotazioni d'albergo, utilizzando gli strumenti più adeguati a seconda della tipologia di prenotazione.										
Raccordi con le competenze degli insegnamenti dell'area generale												
Conoscenze/contenuti (sapere)						Abilità (saper fare)						
<ul style="list-style-type: none"> • La prenotazione, la simbologia, gli arrangiamenti • Le tariffe ed il listino prezzi • La tipologia delle prenotazioni 						<ul style="list-style-type: none"> • Identificare la corretta successione delle operazioni di prenotazione • Essere in grado di utilizzare gli strumenti cartacei ed online • Decodificare le voci di un listino prezzi e calcolare l'importo di una prenotazione 						
Tempi		MESE	settembre	ottobre	novembre	dicembre	gennaio	febbraio	marzo	aprile	maggio	giugno
		N. ORE		8	2							

Metodologia	<ul style="list-style-type: none"> • lezione frontale • lezione dialogata e interattiva • attività laboratoriale
Risorse umane <ul style="list-style-type: none"> • interne • esterne 	Docente interno
Strumenti	<ul style="list-style-type: none"> • libri di testo • audiovisivi • strumenti e materiali multimediali
Valutazione	<p>VALUTAZIONE DI PROCESSO</p> <ul style="list-style-type: none"> • comprensione della domanda o del compito • interventi nel corso delle lezioni sia in presenza che a distanza <p>VALUTAZIONE DI PRODOTTO</p> <ul style="list-style-type: none"> • interrogazioni orali anche programmate • corretta compilazione modulistica di settore • prove strutturate, prove semi-strutturate <p>COMPITO DI REALTÀ:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Simulazione di procedure relative alle operazioni del ciclo cliente nella fase ante.

UNITÀ DI APPRENDIMENTO PROGRAMMATA											
TITOLO	UDA 2 – LA FASE CHECK-IN DEL CICLO CLIENTE										
RISULTATI DI APPRENDIMENTO PROFILO DI INDIRIZZO											
Competenza in uscita	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.										
Competenze intermedie	Applicare procedure di base per la cura del ciclo cliente in contesti strutturati e sotto supervisione, adottando idonee tecniche di comunicazione.										
Assi culturali coinvolti	Riferite all'asse Professionale: gestire in modo consapevole la fase di check-in, utilizzando gli strumenti e la modulistica di settore										
Raccordi con le competenze degli insegnamenti dell'area generale											
Conoscenze/contenuti (sapere)						Abilità (saper fare)					
<ul style="list-style-type: none"> L'accoglienza del cliente La procedura di check-in per clienti con prenotazione, senza prenotazione e gruppi Le registrazioni di legge 						<ul style="list-style-type: none"> Accogliere i clienti con e senza prenotazione Gestire la procedura di check-in utilizzando gli strumenti a disposizione 					
Tempi	MESE	settembre	ottobre	novembre	dicembre	gennaio	febbraio	marzo	aprile	maggio	giugno
	N. ORE			6	6						
Metodologia	<ul style="list-style-type: none"> lezione frontale lezione dialogata e interattiva attività laboratoriale 										
Risorse umane	Docente interno										
<ul style="list-style-type: none"> interne esterne 											

Strumenti	<ul style="list-style-type: none">• libri di testo• audiovisivi• strumenti e materiali multimediali
Valutazione	<p>VALUTAZIONE DI PROCESSO</p> <ul style="list-style-type: none">• comprensione della domanda o del compito• interventi nel corso delle lezioni sia in presenza che a distanza <p>VALUTAZIONE DI PRODOTTO</p> <ul style="list-style-type: none">• interrogazioni orali anche programmate• corretta compilazione modulistica di settore• prove strutturate, prove semi-strutturate <p>COMPITO DI REALTÀ:</p> <ul style="list-style-type: none">• Simulazione di procedure relative alle operazioni del ciclo cliente nella fase check-in.

UNITÀ DI APPRENDIMENTO PROGRAMMATA											
TITOLO	UDA 3 – LA FASE LIVE-IN DEL CICLO CLIENTE										
RISULTATI DI APPRENDIMENTO PROFILO DI INDIRIZZO											
Competenza in uscita	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.										
Competenze intermedie	Applicare procedure di base per la cura del ciclo cliente in contesti strutturati e sotto supervisione, adottando idonee tecniche di comunicazione.										
Assi culturali coinvolti	Riferite all'asse Professionale: Assistere il cliente durante la sua permanenza in hotel adottando uno stile comunicativo adeguato e fornendo le informazioni richieste.										
Raccordi con le competenze degli insegnamenti dell'area generale											
Conoscenze/contenuti (sapere)					Abilità (saper fare)						
<ul style="list-style-type: none"> I servizi offerti dall'albergo e dal territorio La responsabilità dell'albergatore Il conto d'albergo e la contabilità clienti 					<ul style="list-style-type: none"> Fornire informazioni sui servizi dell'hotel e sul territorio Svolgere correttamente le operazioni di live-in 						
Tempi	MESE	settembre	ottobre	novembre	dicembre	gennaio	febbraio	marzo	aprile	maggio	giugno
	N. ORE					6	8	2			
Metodologia	<ul style="list-style-type: none"> lezione frontale lezione dialogata e interattiva attività laboratoriale 										
Risorse umane	Docente interno										
<ul style="list-style-type: none"> interne esterne 											

Strumenti	<ul style="list-style-type: none">• libri di testo• audiovisivi• strumenti e materiali multimediali
Valutazione	<p>VALUTAZIONE DI PROCESSO</p> <ul style="list-style-type: none">• comprensione della domanda o del compito• interventi nel corso delle lezioni sia in presenza che a distanza <p>VALUTAZIONE DI PRODOTTO</p> <ul style="list-style-type: none">• interrogazioni orali anche programmate• corretta compilazione modulistica di settore• prove strutturate, prove semi-strutturate <p>COMPITO DI REALTÀ:</p> <ul style="list-style-type: none">• Simulazione di procedure relative alle operazioni del ciclo cliente nella fase live-in.

UNITÀ DI APPRENDIMENTO PROGRAMMATA												
TITOLO		UDA 4 – LA FASE CHECK-OUT DEL CICLO CLIENTE										
RISULTATI DI APPRENDIMENTO PROFILO DI INDIRIZZO												
Competenza in uscita		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.										
Competenze intermedie		Applicare procedure di base per la cura del ciclo cliente in contesti strutturati e sotto supervisione, adottando idonee tecniche di comunicazione.										
Assi culturali coinvolti		Riferite all'asse Professionale: Gestire la fase del check-out, applicando la procedura adeguata a seconda della situazione e della tipologia di ospite										
Raccordi con le competenze degli insegnamenti dell'area generale												
Conoscenze/contenuti (sapere)						Abilità (saper fare)						
<ul style="list-style-type: none"> • La partenza del cliente • I mezzi di pagamento • La fatturazione del conto del cliente 						<ul style="list-style-type: none"> • Gestire le fasi relative alla partenza del cliente • Distinguere i diversi mezzi di pagamento • Identificare le procedure di fatturazione del conto del cliente 						
Tempi		MESE	settembre	ottobre	novembre	dicembre	gennaio	febbraio	marzo	aprile	maggio	giugno
		N. ORE							4	8	4	
Metodologia		<ul style="list-style-type: none"> • lezione frontale • lezione dialogata e interattiva • attività laboratoriale 										

Risorse umane <ul style="list-style-type: none"> • interne • esterne 	Docente interno
Strumenti	<ul style="list-style-type: none"> • libri di testo • audiovisivi • strumenti e materiali multimediali
Valutazione	<p>VALUTAZIONE DI PROCESSO</p> <ul style="list-style-type: none"> • comprensione della domanda o del compito • interventi nel corso delle lezioni sia in presenza che a distanza <p>VALUTAZIONE DI PRODOTTO</p> <ul style="list-style-type: none"> • interrogazioni orali anche programmate • corretta compilazione modulistica di settore • prove strutturate, prove semi-strutturate <p>COMPITO DI REALTÀ:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Simulazione di procedure relative alle operazioni del ciclo cliente nella fase check-out

UNITÀ DI APPRENDIMENTO PROGRAMMATA	
TITOLO	UDA 1 - LO STUDIO DI FATTIBILITA'
RISULTATI DI APPRENDIMENTO PROFILO DI INDIRIZZO	
Competenza in uscita	<p>Competenza in uscita 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.</p> <p>Riferite all'asse Professionale: simulare la costituzione e l'organizzazione di una impresa ricettiva di tipo individuale o societario.</p>
Competenze intermedie	Applicare tecniche di base per la commercializzazione dei prodotti e servizi turistico alberghieri
Assi culturali coinvolti	Asse dei linguaggi - Asse scientifico tecnologico e professionale
Raccordi con le competenze degli insegnamenti dell'area generale	<ul style="list-style-type: none"> - Competenza n. 1 - <i>Agire in riferimento ad un sistema di valori, coerenti con i principi della Costituzione, in base ai quali essere in grado di valutare fatti e orientare i propri comportamenti personali, sociali e professionali.</i> - Competenza n. 3 - <i>Riconoscere gli aspetti geografici, ecologici, territoriali dell'ambiente naturale e antropico, le connessioni con le strutture demografiche, economiche, sociali, culturali e le trasformazioni intervenute nel corso del tempo.</i>
Conoscenze/contenuti (sapere)	
<ol style="list-style-type: none"> 1. conoscere le principali caratteristiche di un'azienda alberghiera e le diverse forme di gestione 2. conoscere le principali procedure per l'apertura di un albergo 3. Conoscere le diverse fasi per la realizzazione di un'impresa alberghiera 4. le catene alberghiere 5. il franchising 	Abilità (saper fare)
	<ol style="list-style-type: none"> 1. impostare uno studio di fattibilità 2. individuare le diverse forme di gestione alberghiera 3. individuare le principali catene alberghiere e loro gestione 4. identificare le caratteristiche del franchising

Tempi	MESE	settembre	ottobre	novembre	dicembre	gennaio	febbraio	marzo	aprile	maggio	giugno
	N. ORE	10	20								
Metodologia	<ul style="list-style-type: none"> • lezione frontale • lezione dialogata e interattiva • class-room • ricerca e lettura individuale • lavoro di gruppo • simulazione • esercitazione pratica • brainstorming • problem solving • costruzione di mappe concettuali, schemi e tabelle • autovalutazione • visita guidata 										
Risorse umane <ul style="list-style-type: none"> • interne • esterne 	Docente interno ed eventuale inserimento di esperto esterno di settore										
Strumenti	<ul style="list-style-type: none"> • dispense e fotocopie • dispense condivise attraverso il registro elettronico e/o class-room • testi di consultazione • articoli di quotidiani e riviste • interventi di esperti • strumenti e materiali multimediali • GSuite for education • laboratori 										

Valutazione

VALUTAZIONE DI PROCESSO

- capacità di gestione e di ricerca delle informazioni
- interventi nel corso delle lezioni sia in presenza che a distanza
- partecipazione al dibattito, nel gruppo o a classe intera
- collaborazione con i compagni
- espressione di opinioni pertinenti
- condivisione di riflessioni
- rispetto delle regole del dialogo

VALUTAZIONE DI PRODOTTO

- interrogazioni orali, anche programmate
- relazioni alla classe su argomenti approfonditi individualmente o in gruppo
- consegna lavori assegnati, anche in modalità a distanza
- produzione elaborati (audio, video, ppt....)
- prove strutturate, prove semi-strutturate, prove a domande aperte
- prove pratiche

COMPITO DI REALTÀ: ricerca e produzione di uno studio di fattibilità per la realizzazione di un prodotto/presentazione multimediale su una struttura ricettiva posizionata all'interno della regione Lombardia/provincia di Bergamo

UNITÀ DI APPRENDIMENTO PROGRAMMATA											
TITOLO	UDA 2 - L'ORGANIZZAZIONE DEL PERSONALE										
RISULTATI DI APPRENDIMENTO PROFILO DI INDIRIZZO											
Competenza in uscita	<p>Competenza in uscita 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.</p> <p>Riferite all'asse Professionale: gestire in modo consapevole le responsabilità derivati dai differenti ruoli professionali, la motivazione al lavoro</p>										
Competenze intermedie	Applicare semplici procedure di gestione aziendale										
Assi culturali coinvolti	Asse dei linguaggi - Asse scientifico tecnologico e professionale										
Raccordi con le competenze degli insegnamenti dell'area generale	<ul style="list-style-type: none"> - Competenza n. 1 - <i>Agire in riferimento ad un sistema di valori, coerenti con i principi della Costituzione, in base ai quali essere in grado di valutare fatti e orientare i propri comportamenti personali, sociali e professionali.</i> - Competenza n. 3 - <i>Riconoscere gli aspetti geografici, ecologici, territoriali dell'ambiente naturale e antropico, le connessioni con le strutture demografiche, economiche, sociali, culturali e le trasformazioni intervenute nel corso del tempo.</i> 										
Conoscenze/contenuti (sapere)						Abilità (saper fare)					
1. Organizzazione e management dell'albergo moderno						<ol style="list-style-type: none"> 1. Comprendere l'importanza dell'organizzazione (gestione) 2. Analisi diversi schemi organizzativi (organigrammi) 3. conoscere lo strumento del coaching 4. saper impostare una job analysis e job description 					
Tempi	MESE	settembre	ottobre	novembre	dicembre	gennaio	febbraio	marzo	aprile	maggio	giugno
	N. ORE		5	20							

Metodologia	<ul style="list-style-type: none"> • lezione frontale • lezione dialogata e interattiva • class-room • ricerca e lettura individuale • lavoro di gruppo • simulazione • esercitazione pratica • brainstorming • problem solving • costruzione di mappe concettuali, schemi e tabelle • autovalutazione • visita guidata
Risorse umane <ul style="list-style-type: none"> • interne • esterne 	Docente interno ed eventuale inserimento di esperto esterno di settore
Strumenti	<ul style="list-style-type: none"> • dispense e fotocopie • dispense condivise attraverso il registro elettronico e/o class-room • testi di consultazione • articoli di quotidiani e riviste • interventi di esperti • strumenti e materiali multimediali • GSuite for education • Laboratori

Valutazione

VALUTAZIONE DI PROCESSO

- capacità di gestione e di ricerca delle informazioni
- interventi nel corso delle lezioni sia in presenza che a distanza
- partecipazione al dibattito, nel gruppo o a classe intera
- collaborazione con i compagni
- espressione di opinioni pertinenti
- condivisione di riflessioni
- rispetto delle regole del dialogo

VALUTAZIONE DI PRODOTTO

- interrogazioni orali, anche programmate
- relazioni alla classe su argomenti approfonditi individualmente o in gruppo
- consegna lavori assegnati, anche in modalità a distanza
- produzione elaborati (audio, video, ppt...)
- prove strutturate, prove semi-strutturate, prove a domande aperte
- prove pratiche

COMPITO DI REALTÀ: creazione di un organigramma sulla base delle diverse tipologie di gestione alberghiera e struttura ricettiva

UNITÀ DI APPRENDIMENTO PROGRAMMATA												
TITOLO		UDA 3 - LE FASI DEL CICLO CLIENTE										
RISULTATI DI APPRENDIMENTO PROFILO DI INDIRIZZO												
Competenza in uscita		<p>Competenza in uscita 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.</p> <p>Competenza in uscita 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.</p>										
Competenze intermedie		Eseguire compiti semplici di comunicazione professionale con il cliente, sotto supervisione, in contesti strutturati e secondo criteri prestabiliti di <i>Hospitality Management</i> , assicurando la conformità delle attività svolte.										
Assi culturali coinvolti		Asse dei linguaggi - Asse scientifico tecnologico e professionale										
Raccordi con le competenze degli insegnamenti dell'area generale		<ul style="list-style-type: none"> - Competenza n. 1 - Agire in riferimento ad un sistema di valori, coerenti con i principi della Costituzione, in base ai quali essere in grado di valutare fatti e orientare i propri comportamenti personali, sociali e professionali. - Competenza n. 2 - Utilizzare il patrimonio lessicale ed espressivo della lingua Italiana secondo le esigenze comunicative vari contesti: sociali, culturali, scientifici ed economici, tecnologici e professionali 										
Conoscenze/contenuti (sapere)						Abilità (saper fare)						
1. la fase ante 2. il check in 3. il live in 4. il check out						1. conoscere e saper gestire le principali fasi del ciclo cliente 2. simulare la gestione di tutte le fasi del ciclo cliente, anche attraverso l'utilizzo degli strumenti di comunicazione scritta (corrispondenza alberghiera)						
Tempi		MESE	settembre	ottobre	novembre	dicembre	gennaio	febbraio	marzo	aprile	maggio	giugno
		N. ORE				15	15	20				

Metodologia	<ul style="list-style-type: none">• lezione frontale• lezione dialogata e interattiva• class-room• ricerca e lettura individuale• lavoro di gruppo• simulazione• esercitazione pratica• brainstorming• problem solving• costruzione di mappe concettuali, schemi e tabelle• autovalutazione• visita guidata
Risorse umane <ul style="list-style-type: none">• interne• esterne	Docente interno ed eventuale inserimento di esperto esterno di settore
Strumenti	<ul style="list-style-type: none">• dispense e fotocopie• dispense condivise attraverso il registro elettronico e/o class-room• testi di consultazione• articoli di quotidiani e riviste• interventi di esperti• strumenti e materiali multimediali• GSuite for education• laboratori

Valutazione

VALUTAZIONE DI PROCESSO

- capacità di gestione e di ricerca delle informazioni
- interventi nel corso delle lezioni sia in presenza che a distanza
- partecipazione al dibattito, nel gruppo o a classe intera
- collaborazione con i compagni
- espressione di opinioni pertinenti
- condivisione di riflessioni
- rispetto delle regole del dialogo

VALUTAZIONE DI PRODOTTO

- interrogazioni orali, anche programmate
- relazioni alla classe su argomenti approfonditi individualmente o in gruppo
- consegna lavori assegnati, anche in modalità a distanza
- produzione elaborati (audio, video, ppt...)
- prove strutturate, prove semi-strutturate, prove a domande aperte
- prove pratiche

COMPITO DI REALTÀ: esercitazioni con simulazione di una caso specifico professionale legato alle varie fasi del ciclo cliente e verifica scritta/orale

UNITÀ DI APPRENDIMENTO PROGRAMMATA											
TITOLO	UDA 4 - LA ROOM DIVISION										
RISULTATI DI APPRENDIMENTO PROFILO DI INDIRIZZO											
Competenza in uscita	Competenza in uscita 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.										
Competenze intermedie	Utilizzare tecniche tradizionali di lavorazione, organizzazione e commercializzazione dei servizi e dei prodotti all'interno delle macro aree di attività che contraddistinguono la filiera, secondo modalità di realizzazione adeguate ai diversi contesti produttivi.										
Assi culturali coinvolti	Asse dei linguaggi - Asse scientifico tecnologico e professionale										
Raccordi con le competenze degli insegnamenti dell'area generale	<ul style="list-style-type: none"> - Competenza n. 1 - <i>Agire in riferimento ad un sistema di valori, coerenti con i principi della Costituzione, in base ai quali essere in grado di valutare fatti e orientare i propri comportamenti personali, sociali e professionali.</i> - Competenza n. 2 - <i>Utilizzare il patrimonio lessicale ed espressivo della lingua Italiana secondo le esigenze comunicative vari contesti: sociali, culturali, scientifici ed economici, tecnologici e professionali</i> 										
Conoscenze/contenuti (sapere)						Abilità (saper fare)					
1. La room division 2. il reparto piani o housekeeping						1. Sapere le mansioni della room division 2. Identificare e sapere le mansioni del R.D. manager e della governante 3. impostare un piano qualitativo del servizio alberghiero					
Tempi	MESE	settembre	ottobre	novembre	dicembre	gennaio	febbraio	marzo	aprile	maggio	giugno
	N. ORE							15	10		

Metodologia	<ul style="list-style-type: none">• lezione frontale• lezione dialogata e interattiva• class-room• ricerca e lettura individuale• lavoro di gruppo• simulazione• esercitazione pratica• brainstorming• problem solving• costruzione di mappe concettuali, schemi e tabelle• autovalutazione• visita guidata
Risorse umane <ul style="list-style-type: none">• interne• esterne	Docente interno ed eventuale inserimento di esperto esterno di settore
Strumenti	<ul style="list-style-type: none">• dispense e fotocopie• dispense condivise attraverso il registro elettronico e/o class-room• testi di consultazione• articoli di quotidiani e riviste• interventi di esperti• strumenti e materiali multimediali• GSuite for education• laboratori

Valutazione

VALUTAZIONE DI PROCESSO

- capacità di gestione e di ricerca delle informazioni
- interventi nel corso delle lezioni sia in presenza che a distanza
- partecipazione al dibattito, nel gruppo o a classe intera
- collaborazione con i compagni
- espressione di opinioni pertinenti
- condivisione di riflessioni
- rispetto delle regole del dialogo

VALUTAZIONE DI PRODOTTO

- interrogazioni orali, anche programmate
- relazioni alla classe su argomenti approfonditi individualmente o in gruppo
- consegna lavori assegnati, anche in modalità a distanza
- produzione elaborati (audio, video, ppt...)
- prove strutturate, prove semi-strutturate, prove a domande aperte
- prove pratiche

COMPITO DI REALTÀ: esercitazioni con simulazione e verifica di una caso specifico professionale legato alla gestione/organizzazione della room division/housekeeping

UNITÀ DI APPRENDIMENTO PROGRAMMATA												
TITOLO		UDA 5 - LA PROMOZIONE DEL TERRITORIO										
RISULTATI DI APPRENDIMENTO PROFILO DI INDIRIZZO												
Competenza in uscita		<p>Competenza in uscita 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.</p> <p>Competenza in uscita 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.</p> <p>Competenza in uscita n° 11: 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>										
Competenze intermedie		Utilizzare all'interno delle macro aree di attività che contraddistinguono la filiera di riferimento, idonee modalità di supporto alle attività di Destination marketing secondo procedure standard, in contesti professionali strutturati										
Assi culturali coinvolti		Asse dei linguaggi - Asse scientifico tecnologico e professionale										
Raccordi con le competenze degli insegnamenti dell'area generale		<ul style="list-style-type: none"> - <i>Competenza n. 3 - Riconoscere gli aspetti geografici, ecologici, territoriali dell'ambiente naturale e antropico, le connessioni con le strutture demografiche, economiche, sociali, culturali e le trasformazioni intervenute nel corso del tempo.</i> - <i>Competenza n. 4 - Stabilire collegamenti tra le tradizioni culturali locali, nazionali ed internazionali, sia in una prospettiva interculturale sia a fine della mobilità di studio e di lavoro.</i> - <i>Competenza n. 6 - Riconoscere il valore e le potenzialità dei beni artistici ed ambientali.</i> 										
Conoscenze/contenuti (sapere)						Abilità (saper fare)						
<ol style="list-style-type: none"> 1. Conoscenze in ambito turistico legate al territorio 2. come valorizzare il territorio da un punto di vista turistico 3. come valorizzare il turismo enogastronomico: l'ecoturismo 						<ol style="list-style-type: none"> 1. identificare gli elementi che valorizzano il territorio da un punto di vista turistico 2. saper identificare i principali luoghi importanti per un turismo enogastronomico 3. saper identificare le caratteristiche dell'ecoturismo 						
Tempi		MESE	settembre	ottobre	novembre	dicembre	gennaio	febbraio	marzo	aprile	maggio	giugno
		N. ORE									15	

Metodologia	<ul style="list-style-type: none"> • lezione frontale • lezione dialogata e interattiva • class-room • ricerca e lettura individuale • lavoro di gruppo • simulazione • esercitazione pratica • brainstorming • problem solving • costruzione di mappe concettuali, schemi e tabelle • autovalutazione • visita guidata
Risorse umane <ul style="list-style-type: none"> • interne • esterne 	Docente interno ed eventuale inserimento di esperto esterno di settore
Strumenti	<ul style="list-style-type: none"> • dispense e fotocopie • dispense condivise attraverso il registro elettronico e/o class-room • testi di consultazione • articoli di quotidiani e riviste • interventi di esperti • strumenti e materiali multimediali • GSuite for education • laboratori

Valutazione

VALUTAZIONE DI PROCESSO

- capacità di gestione e di ricerca delle informazioni
- interventi nel corso delle lezioni sia in presenza che a distanza
- partecipazione al dibattito, nel gruppo o a classe intera
- collaborazione con i compagni
- espressione di opinioni pertinenti
- condivisione di riflessioni
- rispetto delle regole del dialogo

VALUTAZIONE DI PRODOTTO

- interrogazioni orali, anche programmate
- relazioni alla classe su argomenti approfonditi individualmente o in gruppo
- consegna lavori assegnati, anche in modalità a distanza
- produzione elaborati (audio, video, ppt...)
- prove strutturate, prove semi-strutturate, prove a domande aperte
- prove pratiche

COMPITO DI REALTÀ: realizzazione di pacchetti turistici in merito alla promozione del territorio

UNITÀ DI APPRENDIMENTO PROGRAMMATA	
TITOLO	UDA 1 - I CONTRATTI: - IL CONTRATTO D'ALBERGO
RISULTATI DI APPRENDIMENTO PROFILO DI INDIRIZZO	
Competenza in uscita	Competenza in uscita 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.
Competenze intermedie	Partecipare alla progettazione, in collaborazione con il territorio, di pacchetti di offerta turistica integrata, promuovendo la vendita di servizi e prodotti coerenti con i principi dell'eco sostenibilità ambientale. 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.
Assi culturali coinvolti	Asse dei linguaggi Asse scientifico tecnologico e professionale
Raccordi con le competenze degli insegnamenti dell'area generale	<ul style="list-style-type: none"> - Competenza n. 1 - <i>Agire in riferimento ad un sistema di valori, coerenti con i principi della Costituzione, in base ai quali essere in grado di valutare fatti e orientare i propri comportamenti personali, sociali e professionali.</i> - Competenza n. 5 - <i>Utilizzare i linguaggi settoriali delle lingue straniere previste dai percorsi di studio per interagire in diversi ambiti e contesti di studio e lavoro.</i> - Competenza n. 10 - <i>Comprendere e utilizzare i principali concetti relativi all'economia, all'organizzazione, allo svolgimento dei processi produttivi e dei servizi.</i>
Conoscenze/contenuti (sapere)	Abilità (saper fare)

<ol style="list-style-type: none"> 1. Conoscere le normative di legge in materia alberghiera. 2. Il contratto alberghiero: caratteristiche giuridiche; le garanzie per il rispetto del contratto d'albergo 3. conoscere le responsabilità dell'albergatore 4. conoscere responsabilità del cliente 5. la prenotazione: conclusione del contratto 6. Gli usi negoziali 7. Comunicazione e controllo dei prezzi alberghieri 8. I rapporti tra albergo e Agenzie di viaggio 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saper individuare gli elementi principali di un contratto 2. sapere come avviene una prenotazione e quali sono i risvolti giuridici sia da parte del cliente che da parte dell'albergatore 3. sapere quali sono le principali responsabilità che derivano dal contratto alberghiero 4. saper svolgere correttamente una prenotazione sia diretta che indiretta 5. sapere in cosa consiste e come viene gestita giuridicamente la caparra 6. conoscere le procedure relative ai rapporti strutture ricettive ed imprese turistiche; progettare un pacchetto turistico.
--	---

Tempi	<table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <th>MESE</th> <th>settembre</th> <th>ottobre</th> <th>novembre</th> <th>dicembre</th> <th>gennaio</th> <th>febbraio</th> <th>marzo</th> <th>aprile</th> <th>maggio</th> <th>giugno</th> </tr> <tr> <td>N. ORE</td> <td>5</td> <td>20</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	MESE	settembre	ottobre	novembre	dicembre	gennaio	febbraio	marzo	aprile	maggio	giugno	N. ORE	5	20								
MESE	settembre	ottobre	novembre	dicembre	gennaio	febbraio	marzo	aprile	maggio	giugno													
N. ORE	5	20																					
Metodologia	<ul style="list-style-type: none"> lezione frontale lezione dialogata e interattiva class-room ricerca e lettura individuale lavoro di gruppo simulazione esercitazione pratica brainstorming problem solving costruzione di mappe concettuali, schemi e tabelle autovalutazione visita guidata 																						
Risorse umane • interne • esterne	Docente interno ed eventuale inserimento di esperto esterno di settore																						
Strumenti	<ul style="list-style-type: none"> dispense e fotocopie dispense condivise attraverso il registro elettronico e/o class-room testi di consultazione articoli di quotidiani e riviste interventi di esperti strumenti e materiali multimediali GSuite for education laboratori 																						

Valutazione

VALUTAZIONE DI PROCESSO

- capacità di gestione e di ricerca delle informazioni
- interventi nel corso delle lezioni sia in presenza che a distanza
- partecipazione al dibattito, nel gruppo o a classe intera
- collaborazione con i compagni
- espressione di opinioni pertinenti
- condivisione di riflessioni
- rispetto delle regole del dialogo

VALUTAZIONE DI PRODOTTO

- interrogazioni orali, anche programmate
- relazioni alla classe su argomenti approfonditi individualmente o in gruppo
- consegna lavori assegnati, anche in modalità a distanza
- produzione elaborati (audio, video, ppt....)
- prove strutturate, prove semi-strutturate, prove a domande aperte
- prove pratiche

COMPITO DI REALTÀ: gestione di un contratto d'albergo completo nei suoi elementi giuridici ed economici e applicazione nel percorso della fase ante (prenotazione)

UNITÀ DI APPRENDIMENTO PROGRAMMATA	
TITOLO	UDA 2 - I CONTRATTI: - IL CONTRATTO DI VIAGGIO
RISULTATI DI APPRENDIMENTO PROFILO DI INDIRIZZO	
Competenza in uscita	Competenza in uscita 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.
Competenze intermedie	Partecipare alla progettazione, in collaborazione con il territorio, di pacchetti di offerta turistica integrata, promuovendo la vendita di servizi e prodotti coerenti con i principi dell'eco sostenibilità ambientale. 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.
Assi culturali coinvolti	Asse dei linguaggi Asse scientifico tecnologico e professionale
Raccordi con le competenze degli insegnamenti dell'area generale	<ul style="list-style-type: none"> - Competenza n. 1 - Agire in riferimento ad un sistema di valori, coerenti con i principi della Costituzione, in base ai quali essere in grado di valutare fatti e orientare i propri comportamenti personali, sociali e professionali. - Competenza n. 5 - Utilizzare i linguaggi settoriali delle lingue straniere previste dai percorsi di studio per interagire in diversi ambiti e contesti di studio e lavoro. - Competenza n. 10 - Comprendere e utilizzare i principali concetti relativi all'economia, all'organizzazione, allo svolgimento dei processi produttivi e dei servizi
Conoscenze/contenuti (sapere)	Abilità (saper fare)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Conoscere le normative di legge in materia di vendita indiretta. 2. Il contratto di viaggio: caratteristiche giuridiche; le garanzie per il rispetto del contratto 3. conoscere le responsabilità dell'agente di viaggio 4. conoscere responsabilità del cliente 5. il voucher / pacchetti 6. Gli usi negoziali 7. Comunicazione e controllo dei prezzi. 8. I rapporti tra albergo e Agenzie di viaggio: <ul style="list-style-type: none"> • Contratto di allotment • Contratto vuoto per pieno • Contratto free sale 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saper individuare gli elementi principali di un contratto 2. sapere come avviene una prenotazione indiretta e quali sono i risvolti giuridici sia da parte del cliente che da parte dell'agente di viaggio 3. sapere quali sono le principali responsabilità che derivano dal contratto indiretto 4. saper svolgere correttamente una prenotazione sia diretta che indiretta 5. il contratto ASTOI 6. conoscere le procedure relative ai rapporti strutture ricettive ed imprese turistiche; progettare un pacchetto turistico.

Tempi	MESE	settembre	ottobre	novembre	dicembre	gennaio	febbraio	marzo	aprile	maggio	giugno
	N. ORE		5	20							
Metodologia	<ul style="list-style-type: none"> • lezione frontale • lezione dialogata e interattiva • class-room • ricerca e lettura individuale • lavoro di gruppo • simulazione • esercitazione pratica • brainstorming • problem solving • costruzione di mappe concettuali, schemi e tabelle • autovalutazione • visita guidata 										
Risorse umane <ul style="list-style-type: none"> • interne • esterne 	Docente interno ed eventuale inserimento di esperto esterno di settore										
Strumenti	<ul style="list-style-type: none"> • dispense e fotocopie • dispense condivise attraverso il registro elettronico e/o class-room • testi di consultazione • articoli di quotidiani e riviste • interventi di esperti • strumenti e materiali multimediali • GSuite for education • laboratori 										

Valutazione

VALUTAZIONE DI PROCESSO

- capacità di gestione e di ricerca delle informazioni
- interventi nel corso delle lezioni sia in presenza che a distanza
- partecipazione al dibattito, nel gruppo o a classe intera
- collaborazione con i compagni
- espressione di opinioni pertinenti
- condivisione di riflessioni
- rispetto delle regole del dialogo

VALUTAZIONE DI PRODOTTO

- interrogazioni orali, anche programmate
- relazioni alla classe su argomenti approfonditi individualmente o in gruppo
- consegna lavori assegnati, anche in modalità a distanza
- produzione elaborati (audio, video, ppt....)
- prove strutturate, prove semi-strutturate, prove a domande aperte
- prove pratiche

COMPITO DI REALTÀ: gestione di un contratto d'albergo completo nei suoi elementi giuridici ed economici e applicazione nel percorso della fase ante (prenotazione)

UNITÀ DI APPRENDIMENTO PROGRAMMATA	
TITOLO	UDA 3 - LE AGENZIE DI VIAGGIO
RISULTATI DI APPRENDIMENTO PROFILO DI INDIRIZZO	
Competenza in uscita	<p>Competenza in uscita 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.</p> <p>Competenza in uscita 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.</p> <p>Competenza in uscita 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.</p>
Competenze intermedie	<p>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.</p> <p>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.</p>
Assi culturali coinvolti	<p>Asse dei linguaggi</p> <p>Asse scientifico tecnologico e professionale</p>
Raccordi con le competenze degli insegnamenti dell'area generale	<ul style="list-style-type: none"> - Competenza n. 1 - Agire in riferimento ad un sistema di valori, coerenti con i principi della Costituzione, in base ai quali essere in grado di valutare fatti e orientare i propri comportamenti personali, sociali e professionali. - Competenza n. 5 - Utilizzare i linguaggi settoriali delle lingue straniere previste dai percorsi di studio per interagire in diversi ambiti e contesti di studio e lavoro. - Competenza n. 10 - Comprendere e utilizzare i principali concetti relativi all'economia, all'organizzazione, allo svolgimento dei processi produttivi e dei servizi
Conoscenze/contenuti (sapere)	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Le imprese di viaggi 2. Il rapporto tra l'albergo e l'impresa di viaggi 3. Il rapporto con i vettori 4. Canali di distribuzione del prodotto turistico: le agenzie di viaggi e turismo 5. Tecniche di gestione del cliente: il ruolo del front office di AdV 	Abilità (saper fare)
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Simulare le procedure del ciclo cliente, in particolare la vendita, in un'agenzia di viaggi utilizzando strumenti digitali 2. Simulare il funzionamento in rete tra imprese turistiche, in particolare tra agenzie di viaggio e strutture ricettive e vettori

Tempi	MESE	settembre	ottobre	novembre	dicembre	gennaio	febbraio	marzo	aprile	maggio	giugno
	N. ORE			5	10	10					
Metodologia	<ul style="list-style-type: none"> • lezione frontale • lezione dialogata e interattiva • class-room • ricerca e lettura individuale • lavoro di gruppo • simulazione • esercitazione pratica • brainstorming • problem solving • costruzione di mappe concettuali, schemi e tabelle • autovalutazione • visita guidata 										
Risorse umane <ul style="list-style-type: none"> • interne • esterne 	Docente interno ed eventuale inserimento di esperto esterno di settore										
Strumenti	<ul style="list-style-type: none"> • dispense e fotocopie • dispense condivise attraverso il registro elettronico e/o class-room • testi di consultazione • articoli di quotidiani e riviste • interventi di esperti • strumenti e materiali multimediali • GSuite for education • laboratori 										

Valutazione

VALUTAZIONE DI PROCESSO

- capacità di gestione e di ricerca delle informazioni
- interventi nel corso delle lezioni sia in presenza che a distanza
- partecipazione al dibattito, nel gruppo o a classe intera
- collaborazione con i compagni
- espressione di opinioni pertinenti
- condivisione di riflessioni
- rispetto delle regole del dialogo

VALUTAZIONE DI PRODOTTO

- interrogazioni orali, anche programmate
- relazioni alla classe su argomenti approfonditi individualmente o in gruppo
- consegna lavori assegnati, anche in modalità a distanza
- produzione elaborati (audio, video, ppt...)
- prove strutturate, prove semi-strutturate, prove a domande aperte
- prove pratiche

COMPITO DI REALTÀ: creazione e compilazione di un organigramma e realizzazione di pacchetti turistici sia come T.O. che O.T.

UNITÀ DI APPRENDIMENTO PROGRAMMATA											
TITOLO	UDA 4 - IL COACHING										
RISULTATI DI APPRENDIMENTO PROFILO DI INDIRIZZO											
Competenza in uscita	Competenza in uscita 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.										
Competenze intermedie	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.										
Assi culturali coinvolti	Asse dei linguaggi Asse scientifico tecnologico e professionale										
Raccordi con le competenze degli insegnamenti dell'area generale	<ul style="list-style-type: none"> - Competenza n. 1 - <i>Agire in riferimento ad un sistema di valori, coerenti con i principi della Costituzione, in base ai quali essere in grado di valutare fatti e orientare i propri comportamenti personali, sociali e professionali.</i> - Competenza n. 5 - <i>Utilizzare i linguaggi settoriali delle lingue straniere previste dai percorsi di studio per interagire in diversi ambiti e contesti di studio e lavoro.</i> - Competenza n. 10 - <i>Comprendere e utilizzare i principali concetti relativi all'economia, all'organizzazione, allo svolgimento dei processi produttivi e dei servizi</i> 										
Conoscenze/contenuti (sapere)						Abilità (saper fare)					
1. L'organizzazione della gestione alberghiera in base al livello operativo dell'azienda 2. Le esigenze del personale 3. Le tecniche di relazione						1. Simulare la modalità operative riguardanti la gestione del personale in grandi e medio-piccole aziende in relazioni alle problematiche legate al personale e alle varie forme contrattuali 2. Saper individuare i bisogni di ogni singolo lavoratore 3. Promuovere/valorizzare le risorse interne					
Tempi	MESE	settembre	ottobre	novembre	dicembre	gennaio	febbraio	marzo	aprile	maggio	giugno
	N. ORE					10	20				

Metodologia	<ul style="list-style-type: none"> • lezione frontale • lezione dialogata e interattiva • class-room • ricerca e lettura individuale • lavoro di gruppo • simulazione • esercitazione pratica • brainstorming • problem solving • costruzione di mappe concettuali, schemi e tabelle • autovalutazione • visita guidata
Risorse umane <ul style="list-style-type: none"> • interne • esterne 	Docente interno ed eventuale inserimento di esperto esterno di settore
Strumenti	<ul style="list-style-type: none"> • dispense e fotocopie • dispense condivise attraverso il registro elettronico e/o class-room • testi di consultazione • articoli di quotidiani e riviste • interventi di esperti • strumenti e materiali multimediali • GSuite for education • laboratori

Valutazione

VALUTAZIONE DI PROCESSO

- capacità di gestione e di ricerca delle informazioni
- interventi nel corso delle lezioni sia in presenza che a distanza
- partecipazione al dibattito, nel gruppo o a classe intera
- collaborazione con i compagni
- espressione di opinioni pertinenti
- condivisione di riflessioni
- rispetto delle regole del dialogo

VALUTAZIONE DI PRODOTTO

- interrogazioni orali, anche programmate
- relazioni alla classe su argomenti approfonditi individualmente o in gruppo
- consegna lavori assegnati, anche in modalità a distanza
- produzione elaborati (audio, video, ppt....)
- prove strutturate, prove semi-strutturate, prove a domande aperte
- prove pratiche

COMPITO DI REALTÀ: PROBLEM SOLVING di un caso specifico con soluzione del problema (soluzione del conflitto)

UNITÀ DI APPRENDIMENTO PROGRAMMATA											
TITOLO	UDA 5 - LA GESTIONE DELLA CLIENTELA										
RISULTATI DI APPRENDIMENTO PROFILO DI INDIRIZZO											
Competenza in uscita	<p>Competenza in uscita n° 4: Predisporre prodotti, servizi coerenti con il contesto e le esigenze della clientela, perseguendo obiettivi di qualità, redditività e favorendo la diffusione di abitudini e stili di vita sostenibili e equilibrati.</p> <p>Competenza in uscita 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.</p>										
Competenze intermedie	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.										
Assi culturali coinvolti	Asse dei linguaggi Asse scientifico tecnologico e professionale										
Raccordi con le competenze degli insegnamenti dell'area generale	<ul style="list-style-type: none"> - Competenza n. 1 - Agire in riferimento ad un sistema di valori, coerenti con i principi della Costituzione, in base ai quali essere in grado di valutare fatti e orientare i propri comportamenti personali, sociali e professionali. - Competenza n. 5 - Utilizzare i linguaggi settoriali delle lingue straniere previste dai percorsi di studio per interagire in diversi ambiti e contesti di studio e lavoro. - Competenza n. 10 - Comprendere e utilizzare i principali concetti relativi all'economia, all'organizzazione, allo svolgimento dei processi produttivi e dei servizi 										
Conoscenze/contenuti (sapere)						Abilità (saper fare)					
Tempi	MESE	settembre	ottobre	novembre	dicembre	gennaio	febbraio	marzo	aprile	maggio	giugno
								20			

Metodologia	<ul style="list-style-type: none"> • lezione frontale • lezione dialogata e interattiva • class-room • ricerca e lettura individuale • lavoro di gruppo • simulazione • esercitazione pratica • brainstorming • problem solving • costruzione di mappe concettuali, schemi e tabelle • autovalutazione • visita guidata
Risorse umane <ul style="list-style-type: none"> • interne • esterne 	Docente interno ed eventuale inserimento di esperto esterno di settore
Strumenti	<ul style="list-style-type: none"> • dispense e fotocopie • dispense condivise attraverso il registro elettronico e/o class-room • testi di consultazione • articoli di quotidiani e riviste • interventi di esperti • strumenti e materiali multimediali • GSuite for education • laboratori

Valutazione

VALUTAZIONE DI PROCESSO

- capacità di gestione e di ricerca delle informazioni
- interventi nel corso delle lezioni sia in presenza che a distanza
- partecipazione al dibattito, nel gruppo o a classe intera
- collaborazione con i compagni
- espressione di opinioni pertinenti
- condivisione di riflessioni
- rispetto delle regole del dialogo

VALUTAZIONE DI PRODOTTO

- interrogazioni orali, anche programmate
- relazioni alla classe su argomenti approfonditi individualmente o in gruppo
- consegna lavori assegnati, anche in modalità a distanza
- produzione elaborati (audio, video, ppt....)
- prove strutturate, prove semi-strutturate, prove a domande aperte
- prove pratiche

COMPITO DI REALTÀ:

- PROBLEM SOLVING di un caso specifico con soluzione del problema (soluzione del conflitto)
- Realizzazione di pacchetti che abbiano le caratteristiche specifiche legate alla diversa tipologia di clientela

UNITÀ DI APPRENDIMENTO PROGRAMMATA											
TITOLO	UDA 6 - ANALISI S.W.O.T.										
RISULTATI DI APPRENDIMENTO PROFILO DI INDIRIZZO											
Competenza in uscita	<p>Competenza in uscita n° 4: Predisporre prodotti, servizi coerenti con il contesto e le esigenze della clientela, perseguendo obiettivi di qualità, redditività e favorendo la diffusione di abitudini e stili di vita sostenibili e equilibrati.</p> <p>Competenza in uscita 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.</p>										
Competenze intermedie	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.										
Assi culturali coinvolti	Asse dei linguaggi - Asse scientifico tecnologico e professionale										
Raccordi con le competenze degli insegnamenti dell'area generale	<ul style="list-style-type: none"> - Competenza n. 1 - <i>Agire in riferimento ad un sistema di valori, coerenti con i principi della Costituzione, in base ai quali essere in grado di valutare fatti e orientare i propri comportamenti personali, sociali e professionali.</i> - Competenza n. 5 - <i>Utilizzare i linguaggi settoriali delle lingue straniere previste dai percorsi di studio per interagire in diversi ambiti e contesti di studio e lavoro.</i> - Competenza n. 10 - <i>Comprendere e utilizzare i principali concetti relativi all'economia, all'organizzazione, allo svolgimento dei processi produttivi e dei servizi</i> 										
Conoscenze/contenuti (sapere)						Abilità (saper fare)					
Tempi	MESE	settembre	ottobre	novembre	dicembre	gennaio	febbraio	marzo	aprile	maggio	giugno
									20		

Metodologia	<ul style="list-style-type: none">• lezione frontale• lezione dialogata e interattiva• class-room• ricerca e lettura individuale• lavoro di gruppo• simulazione• esercitazione pratica• brainstorming• problem solving• costruzione di mappe concettuali, schemi e tabelle• autovalutazione• visita guidata
Risorse umane <ul style="list-style-type: none">• interne• esterne	Docente interno ed eventuale inserimento di esperto esterno di settore
Strumenti	<ul style="list-style-type: none">• dispense e fotocopie• dispense condivise attraverso il registro elettronico e/o class-room• testi di consultazione• articoli di quotidiani e riviste• interventi di esperti• strumenti e materiali multimediali• GSuite for education• laboratori

Valutazione

VALUTAZIONE DI PROCESSO

- capacità di gestione e di ricerca delle informazioni
- interventi nel corso delle lezioni sia in presenza che a distanza
- partecipazione al dibattito, nel gruppo o a classe intera
- collaborazione con i compagni
- espressione di opinioni pertinenti
- condivisione di riflessioni
- rispetto delle regole del dialogo

VALUTAZIONE DI PRODOTTO

- interrogazioni orali, anche programmate
- relazioni alla classe su argomenti approfonditi individualmente o in gruppo
- consegna lavori assegnati, anche in modalità a distanza
- produzione elaborati (audio, video, ppt...)
- prove strutturate, prove semi-strutturate, prove a domande aperte
- prove pratiche

COMPITO DI REALTÀ: PROBLEM SOLVING di un caso specifico con soluzione del problema (realizzazione di una analisi swot)

CLASSE 5 Indirizzo: TRIENNIO ACCOGLIENZA TURISTICA Anno scolastico 2022/23

UNITÀ DI APPRENDIMENTO PROGRAMMATA	
TITOLO	UDA 1 – IL MARKETING MIX
RISULTATI DI APPRENDIMENTO PROFILO DI INDIRIZZO	
Competenza in uscita	<p>Competenza in uscita 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.</p> <p>Competenza in uscita 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.</p> <p>Competenza in uscita 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.</p>
Competenze intermedie	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.
Assi culturali coinvolti	Asse dei linguaggi Asse scientifico tecnologico e professionale
Raccordi con le competenze degli insegnamenti dell’area generale	<ul style="list-style-type: none"> – Competenza n. 1 - Agire in riferimento ad un sistema di valori, coerenti con i principi della Costituzione, in base ai quali essere in grado di valutare fatti e orientare i propri comportamenti personali, sociali e professionali. – Competenza n. 3 - Riconoscere gli aspetti geografici, ecologici, territoriali dell’ambiente naturale e antropico, le connessioni con le strutture demografiche, economiche, sociali, culturali e le trasformazioni intervenute nel corso del tempo. – Competenza n. 4 - Stabilire collegamenti tra le tradizioni culturali locali, nazionali ed internazionali, sia in una prospettiva interculturale sia a fine della mobilità di studio e di lavoro. – Organizzare attività di marketing – Scegliere il canale distributivo più appropriato per un prodotto turistico. – Individuare il sistema di promozione più adeguato per la commercializzazione di un prodotto turistico. Realizzare pacchetti turistici valorizzando l’ambiente e le risorse culturali del territorio.

Conoscenze/contenuti (sapere)		Abilità (saper fare)									
1. Conoscere il concetto di marketing e di orientamento al marketing. 2. Conoscere il marketing mix 3. Conoscere il web marketing		1. Saper individuare gli elementi più importanti del marketing mix e per la realizzazione di un sito web alberghiero. 2. Saper impostare un piano di marketing 3. saper impostare un piano di vendita									
Tempi	MESE	settembre	ottobre	novembre	dicembre	gennaio	febbraio	marzo	aprile	maggio	giugno
	N. ORE	5	20								
Metodologia	<ul style="list-style-type: none"> • lezione frontale • lezione dialogata e interattiva • class-room • ricerca e lettura individuale • lavoro di gruppo • simulazione • esercitazione pratica • brainstorming • problem solving • costruzione di mappe concettuali, schemi e tabelle • autovalutazione • visita guidata 										
Risorse umane <ul style="list-style-type: none"> • interne • esterne 	Docente interno ed eventuale inserimento di esperto esterno di settore										
Strumenti	<ul style="list-style-type: none"> • dispense e fotocopie • dispense condivise attraverso il registro elettronico e/o class-room • testi di consultazione • articoli di quotidiani e riviste • interventi di esperti • strumenti e materiali multimediali • GSuite for education • laboratori 										

Valutazione

VALUTAZIONE DI PROCESSO

- capacità di gestione e di ricerca delle informazioni
- interventi nel corso delle lezioni sia in presenza che a distanza
- partecipazione al dibattito, nel gruppo o a classe intera
- collaborazione con i compagni
- espressione di opinioni pertinenti
- condivisione di riflessioni
- rispetto delle regole del dialogo

VALUTAZIONE DI PRODOTTO

- interrogazioni orali, anche programmate
- relazioni alla classe su argomenti approfonditi individualmente o in gruppo
- consegna lavori assegnati, anche in modalità a distanza
- produzione elaborati (audio, video, ppt....)
- prove strutturate, prove semi-strutturate, prove a domande aperte
- prove pratiche

COMPITO DI REALTÀ: ricerca e produzione di uno studio di fattibilità per la realizzazione di un prodotto/presentazione multimediale su una struttura ricettiva posizionata all'interno della regione Lombardia/provincia di Bergamo

UNITÀ DI APPRENDIMENTO PROGRAMMATA	
TITOLO	UDA 2 – LE STRATEGIE DI VENDITA E POTENZIAMENTO DELLE VENDITE
RISULTATI DI APPRENDIMENTO PROFILO DI INDIRIZZO	
Competenza in uscita	<p>Competenza in uscita 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.</p> <p>Competenza in uscita 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.</p> <p>Competenza in uscita 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.</p>
Competenze intermedie	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.
Assi culturali coinvolti	Asse dei linguaggi Asse scientifico tecnologico e professionale
Raccordi con le competenze degli insegnamenti dell’area generale	<ul style="list-style-type: none"> - Competenza n. 1 - Agire in riferimento ad un sistema di valori, coerenti con i principi della Costituzione, in base ai quali essere in grado di valutare fatti e orientare i propri comportamenti personali, sociali e professionali. - Competenza n. 3 - Riconoscere gli aspetti geografici, ecologici, territoriali dell’ambiente naturale e antropico, le connessioni con le strutture demografiche, economiche, sociali, culturali e le trasformazioni intervenute nel corso del tempo. - Competenza n. 4 - Stabilire collegamenti tra le tradizioni culturali locali, nazionali ed internazionali, sia in una prospettiva interculturale sia a fine della mobilità di studio e di lavoro. - Organizzare attività di marketing - Scegliere il canale distributivo più appropriato per un prodotto turistico. - Individuare il sistema di promozione più adeguato per la commercializzazione di un prodotto turistico. <ul style="list-style-type: none"> - Realizzare pacchetti turistici valorizzando l’ambiente e le risorse culturali del territorio. - Individuare le figure chiave per l’implementazione delle vendite - Applicare le principali tecniche di implementazione delle vendite

Conoscenze/contenuti (sapere)		Abilità (saper fare)										
<ol style="list-style-type: none"> 1. Conoscere il canale di distribuzione del prodotto turistico; 2. Conoscere il sistema di gestione del servizio alberghiero 3. Conoscere i compiti e l'organizzazione dell'ufficio vendita 4. Conoscere i segmenti di mercato alberghiero 5. conoscere le tariffe e le politiche di pricing 6. conoscere lo yield & revenue management 7. conoscere i canali di vendita 8. Conoscere ed applicare gli strumenti di gestione 9. Conoscere le strategie di sviluppo, potenziamento del servizio accoglienza 		<ol style="list-style-type: none"> 1. Attuare strategie per ottimizzare la produzione di beni e servizi; 2. Adeguare la produzione e la vendita dei servizi di accoglienza ed ospitalità alle richieste della clientela 3. Impostare una campagna di web marketing. 4. Impostare il sito web di una struttura ricettiva. 5. Saper impostare soluzioni di customer care. 6. Saper condurre azioni di relazioni pubbliche 7. Saper applicare gli indicatori di yield management 8. Saper impostare una pianificazione strategica 										
Tempi	MESE	settembre	ottobre	novembre	dicembre	gennaio	febbraio	marzo	aprile	maggio	giugno	
	N. ORE			20	10	10						
Metodologia	<ul style="list-style-type: none"> • lezione frontale • lezione dialogata e interattiva • class-room • ricerca e lettura individuale • lavoro di gruppo • simulazione • esercitazione pratica • brainstorming • problem solving • costruzione di mappe concettuali, schemi e tabelle • autovalutazione • visita guidata 											
Risorse umane	<ul style="list-style-type: none"> • interne • esterne <p>Docente interno ed eventuale inserimento di esperto esterno di settore</p>											
Strumenti	<ul style="list-style-type: none"> • dispense e fotocopie • dispense condivise attraverso il registro elettronico e/o class-room • testi di consultazione • articoli di quotidiani e riviste • interventi di esperti • strumenti e materiali multimediali • GSuite for education • laboratori 											

Valutazione

VALUTAZIONE DI PROCESSO

- capacità di gestione e di ricerca delle informazioni
- interventi nel corso delle lezioni sia in presenza che a distanza
- partecipazione al dibattito, nel gruppo o a classe intera
- collaborazione con i compagni
- espressione di opinioni pertinenti
- condivisione di riflessioni
- rispetto delle regole del dialogo

VALUTAZIONE DI PRODOTTO

- interrogazioni orali, anche programmate
- relazioni alla classe su argomenti approfonditi individualmente o in gruppo
- consegna lavori assegnati, anche in modalità a distanza
- produzione elaborati (audio, video, ppt....)
- prove strutturate, prove semi-strutturate, prove a domande aperte
- prove pratiche

COMPITO DI REALTÀ: realizzazione di un prodotto/presentazione multimediale su una struttura ricettiva posizionata all'interno della regione Lombardia/provincia di Bergamo e applicare tecniche di potenziamento della commercializzazione

UNITÀ DI APPRENDIMENTO PROGRAMMATA	
TITOLO	UDA 3 – LA QUALITA'
RISULTATI DI APPRENDIMENTO PROFILO DI INDIRIZZO	
Competenza in uscita	<p>Competenza in uscita 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.</p> <p>Competenza in uscita 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.</p> <p>Competenza in uscita 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.</p>
Competenze intermedie	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.
Assi culturali coinvolti	Asse dei linguaggi Asse scientifico tecnologico e professionale
Raccordi con le competenze degli insegnamenti dell'area generale	<ul style="list-style-type: none"> - Competenza n. 1 - Agire in riferimento ad un sistema di valori, coerenti con i principi della Costituzione, in base ai quali essere in grado di valutare fatti e orientare i propri comportamenti personali, sociali e professionali. - Competenza n. 3 - Riconoscere gli aspetti geografici, ecologici, territoriali dell'ambiente naturale e antropico, le connessioni con le strutture demografiche, economiche, sociali, culturali e le trasformazioni intervenute nel corso del tempo. - Competenza n. 4 - Stabilire collegamenti tra le tradizioni culturali locali, nazionali ed internazionali, sia in una prospettiva interculturale sia a fine della mobilità di studio e di lavoro. - Organizzare attività di marketing - Scegliere il canale distributivo più appropriato per un prodotto turistico. - Individuare il sistema di promozione più adeguato per la commercializzazione di un prodotto turistico. <p>Realizzare pacchetti turistici valorizzando l'ambiente e le risorse culturali del territorio.</p>
Conoscenze/contenuti (sapere)	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Conoscere il concetto di qualità totale 2. Sapere che cos'è il sistema di qualità 3. Conoscere i sistemi di normazione e certificazioni. 4. Conoscere la certificazione di ambientale internazionale. 	Abilità (saper fare)
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saper individuare gli elementi che definiscono un prodotto alberghiero che segua il concetto di qualità. 2. Riconoscere gli scopi, le metodologie e le procedure dei sistemi di qualità aziendale attuati nel comparto alberghiero. <p>Riconoscere il valore delle certificazioni ISO 9001, ISO 14001, EMAS e dei marchi di qualità.</p>

Tempi	MESE	settembre	ottobre	novembre	dicembre	gennaio	febbraio	marzo	aprile	maggio	giugno
	N. ORE						15	15			
Metodologia	<ul style="list-style-type: none"> • lezione frontale • lezione dialogata e interattiva • class-room • ricerca e lettura individuale • lavoro di gruppo • simulazione • esercitazione pratica • brainstorming • problem solving • costruzione di mappe concettuali, schemi e tabelle • autovalutazione • visita guidata 										
Risorse umane <ul style="list-style-type: none"> • interne • esterne 	Docente interno ed eventuale inserimento di esperto esterno di settore										
Strumenti	<ul style="list-style-type: none"> • dispense e fotocopie • dispense condivise attraverso il registro elettronico e/o class-room • testi di consultazione • articoli di quotidiani e riviste • interventi di esperti • strumenti e materiali multimediali • GSuite for education • laboratori 										

Valutazione

VALUTAZIONE DI PROCESSO

- capacità di gestione e di ricerca delle informazioni
- interventi nel corso delle lezioni sia in presenza che a distanza
- partecipazione al dibattito, nel gruppo o a classe intera
- collaborazione con i compagni
- espressione di opinioni pertinenti
- condivisione di riflessioni
- rispetto delle regole del dialogo

VALUTAZIONE DI PRODOTTO

- interrogazioni orali, anche programmate
- relazioni alla classe su argomenti approfonditi individualmente o in gruppo
- consegna lavori assegnati, anche in modalità a distanza
- produzione elaborati (audio, video, ppt....)
- prove strutturate, prove semi-strutturate, prove a domande aperte
- prove pratiche

COMPITO DI REALTÀ: ricerca e produzione di uno studio di fattibilità per la realizzazione di un prodotto/presentazione multimediale su una struttura ricettiva posizionata all'interno della regione Lombardia/provincia di Bergamo

UNITÀ DI APPRENDIMENTO PROGRAMMATA												
TITOLO		UDA 4 – VALORIZZAZIONE DEL PRODOTTO TURISTICO										
RISULTATI DI APPRENDIMENTO PROFILO DI INDIRIZZO												
Competenza in uscita		Competenza in uscita 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.										
Competenze intermedie		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.										
Assi culturali coinvolti		Asse dei linguaggi Asse scientifico tecnologico e professionale										
Raccordi con le competenze degli insegnamenti dell'area generale		<ul style="list-style-type: none"> - Competenza n. 1 - Agire in riferimento ad un sistema di valori, coerenti con i principi della Costituzione, in base ai quali essere in grado di valutare fatti e orientare i propri comportamenti personali, sociali e professionali. - Competenza n. 3 - Riconoscere gli aspetti geografici, ecologici, territoriali dell'ambiente naturale e antropico, le connessioni con le strutture demografiche, economiche, sociali, culturali e le trasformazioni intervenute nel corso del tempo. - Competenza n. 4 - Stabilire collegamenti tra le tradizioni culturali locali, nazionali ed internazionali, sia in una prospettiva interculturale sia a fine della mobilità di studio e di lavoro. 										
Conoscenze/contenuti (sapere)						Abilità (saper fare)						
1. Conoscenze in ambito turistico legate al territorio 2. come valorizzare il territorio da un punto di vista turistico 3. come valorizzare il turismo enogastronomico l'ecoturismo e il settore congressuale						1. Saper identificare i principali luoghi di interesse turistico in Italia e in Europa 2. identificare gli elementi che valorizzano il territorio da un punto di vista turistico 3. saper identificare i principali luoghi importanti per un turismo enogastronomico 4. saper identificare le caratteristiche dell'ecoturismo e del turismo congressuale						
Tempi		MESE	settembre	ottobre	novembre	dicembre	gennaio	febbraio	marzo	aprile	maggio	giugno
		N. ORE							5	15		

Metodologia	<ul style="list-style-type: none"> • lezione frontale • lezione dialogata e interattiva • class-room • ricerca e lettura individuale • lavoro di gruppo • simulazione • esercitazione pratica • brainstorming • problem solving • costruzione di mappe concettuali, schemi e tabelle • autovalutazione • visita guidata
Risorse umane <ul style="list-style-type: none"> • interne • esterne 	Docente interno ed eventuale inserimento di esperto esterno di settore
Strumenti	<ul style="list-style-type: none"> • dispense e fotocopie • dispense condivise attraverso il registro elettronico e/o class-room • testi di consultazione • articoli di quotidiani e riviste • interventi di esperti • strumenti e materiali multimediali • GSuite for education • laboratori

Valutazione

VALUTAZIONE DI PROCESSO

- capacità di gestione e di ricerca delle informazioni
- interventi nel corso delle lezioni sia in presenza che a distanza
- partecipazione al dibattito, nel gruppo o a classe intera
- collaborazione con i compagni
- espressione di opinioni pertinenti
- condivisione di riflessioni
- rispetto delle regole del dialogo

VALUTAZIONE DI PRODOTTO

- interrogazioni orali, anche programmate
- relazioni alla classe su argomenti approfonditi individualmente o in gruppo
- consegna lavori assegnati, anche in modalità a distanza
- produzione elaborati (audio, video, ppt....)
- prove strutturate, prove semi-strutturate, prove a domande aperte
- prove pratiche

COMPITO DI REALTÀ: ricerca e produzione di uno studio di fattibilità per la realizzazione di un prodotto/presentazione multimediale su una struttura ricettiva posizionata all'interno della regione Lombardia/provincia di Bergamo