

PROGETTAZIONE DI DIPARTIMENTO	INSEGNAMENTO	ASSE *
	Accoglienza Turistica	
a.s. 2022/2023	Classi	Scientifico tecnologico professionale
	1^ 2^ 3^ 4^ 5^	

COORDINATORE	Prof.ssa Carlotta Calì
--------------	------------------------

## RISULTATI DI APPRENDIMENTO INTERMEDI E IN USCITA

### 1. INTERMEDI BIENNIO

PERIODO	LIVELLI QNG	Area gen.	COMPETENZE All. 2G del Regolamento 92/18 Area di indirizzo
BIENNIO	2		C.N.1 Applicare tecniche di base di lavorazione, organizzazione e <b>commercializzazione</b> dei servizi e dei prodotti enogastronomici, ristorativi e di accoglienza turistico- alberghiera, secondo criteri prestabiliti, in contesti strutturati e sotto diretta supervisione.
	2		C.N.6 Applicare procedure di base per la cura del ciclo cliente in contesti strutturati e sotto supervisione, adottando idonee tecniche di comunicazione.
	2		C.N.7 Eseguire compiti semplici per la realizzazione di eventi enogastronomici e culturali in contesti strutturati e secondo criteri prestabiliti.
	2		C.N.9 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.
	2		C.N.11 Eseguire compiti semplici, in contesti strutturati e secondo criteri prestabiliti, di promozione dei beni culturali e ambientali, delle tipicità enogastronomiche, delle attrazioni, degli eventi e delle manifestazioni del territorio di appartenenza.

### 1.b INTERMEDI TRIENNIO PERCORSO ACCOGLIENZA TURISTICA / OSPITALIA TURISMO ENOGASTRONOMICO

PERIODO	LIVELLI QNG	Comp Area gen.	COMPETENZE All. 2G del Regolamento 92/18 Area di indirizzo
TERZO ANNO	3		C.N.1 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
	3		C.N.4 Utilizzare, all'interno delle macro aree di attività che contraddistinguono la filiera, procedure di base per la predisposizione di prodotti/servizi/menù coerenti con il contesto e le esigenze della clientela, in contesti strutturati.
	3		C.N.6 Curare le fasi del ciclo cliente utilizzando modalità comunicative adeguate al raggiungimento dei risultati previsti, in contesti strutturati, con situazioni mutevoli che richiedono un adeguamento del proprio operato.
	3		C.N.7 Collaborare alla realizzazione di eventi enogastronomici, culturali e di promozione
	3		C.N.8 Utilizzare procedure di base per la predisposizione e la vendita di pacchetti di offerte turistiche coerenti con i principi dell'eco sostenibilità e con le opportunità offerte dal territorio.
	3		C.N.9 Utilizzare idonee modalità di collaborazione per la gestione delle fasi del ciclo cliente all'interno delle macro aree di attività che contraddistinguono la filiera di riferimento, secondo procedure standard, in contesti strutturati e con situazioni mutevoli che richiedono modifiche del proprio operato
	3		C.N.10 Utilizzare idonee modalità di supporto alle attività di <i>budgeting-reporting</i> aziendale secondo procedure standard, in contesti professionali strutturati.
	3		C.N.11 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.

PERIODO	LIVELLI QNG	Comp Area gen.	COMPETENZE All. 2G del Regolamento 92/18 Area di indirizzo
QUARTO ANNO	¼		C.N.1 Collaborare attraverso l'utilizzo di tecniche tradizionali ed innovative, alla lavorazione, organizzazione e commercializzazione di prodotti e servizi all'interno delle macro aree di attività che contraddistinguono la filiera, rispondendo adeguatamente alle mutevoli esigenze del contesto produttivo di riferimento
	¼		C.N.6 Orientare i propri comportamenti alla realizzazione delle fasi del ciclo cliente in contesti professionali noti nel rispetto delle diverse culture ed esigenze della clientela.
	¼		C.N.7 Collaborare alla realizzazione di eventi enogastronomici, culturali e di promozione del Made in Italy in contesti professionali noti affrontando situazioni mutevoli che richiedono adeguamenti del proprio operato.

	%		C.N.8 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.

PERIODO	LIVELLI QNQ	Comp Area gen.	COMPETENZE All. 2G del Regolamento 92/18  Area di indirizzo
QUINTO ANNO	4		C.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.
	4		C.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
	4		C.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.
	4		C.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.
	4		C.N.9 Gestire tutte le fasi del ciclo cliente applicando le più idonee tecniche professionali di <i>Hospitality Management</i> , rapportandosi con le altre aree aziendali, in un'ottica di comunicazione ed efficienza aziendale.
	4		C.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.

1. SAPERI IRRINUNCIABILI/NUCLEI FONDANTI DELL'INSEGNAMENTO

(Abilità e conoscenze organizzate in moduli significativi denominati con titoli. I saperi verranno riportati attraverso i titoli nelle rispettive colonne di asse nel canovaccio del curriculum di classe)

PERIODO/ANNO	TITOLO	SAPERI IRRINUNCIABILI (abilità e conoscenze)
<b>1^ ANNO</b>	<b>L'ORGANIZZAZIONE ALBERGHIERA</b>	L'albergo: caratteristiche e funzioni di tutti i reparti dell'albergo, le differenze fra le varie tipologie di camera. -Riconoscere le funzioni dei reparti e i ruoli professionali. -Riconoscere la distribuzione delle principali aree della struttura e individuarne la funzione. Strutture ricettive: tipologie, classificazioni .
	<b>IL FRONT OFFICE</b>	Le figure professionali, i requisiti, l'organizzazione gerarchica della room division e la deontologia. -Applicare le regole deontologiche della professione. L'accoglienza in hotel: la simbologia e la terminologia opportuna al contesto professionale. -Saper riconoscere la simbologia alberghiera ed utilizzare il lessico settoriale.
	<b>LA COMUNICAZIONE IN HOTE</b>	Le regole della comunicazione, la comunicazione in hotel, al front office, l'empatia e l'assertività. La comunicazione telefonica e scritta in hotel. I rapporti e gli obblighi reciproci dell'albergatore e del cliente. La normativa concernente la sicurezza nei luoghi di lavoro con riferimento all'azienda alberghiera. -Analizzare le responsabilità reciproche tra albergatore e cliente; saper individuare le responsabilità dell'albergatore in ambito di sicurezza e di privacy.
	<b>LA PRENOTAZIONE</b>	I servizi che l'albergo può mettere a disposizione della clientela durante il soggiorno in hotel; le differenti tipologie di prenotazione; gli elementi di base della comunicazione commerciale e la modulistica. -Saper applicare l'iter della prenotazione. Le procedure di ogni singola fase operativa; le responsabilità dell'albergatore e la normativa per le registrazioni di legge.
	<b>IL CHECK-IN</b>	-Saper applicare le tecniche di registrazione della prenotazione.  Gli elementi di base dell'assistenza dei clienti, reclami e guest's satisfaction; le delle attività di live-in; le tecniche elementari per la contabilità dei clienti durante il soggiorno. -Applicare le tecniche base di assistenza durante la permanenza dell'ospite.
<b>UDA CL. 1</b>	<b>1 QUADR.</b>	<b>PROFESSIONISTI SI DIVENTA</b>
<b>UDA CL. 1</b>	<b>2 QUADR.</b>	<b>UNA PASSEGGIATA ALLA SENTINA</b>

<b>2^ ANNO</b>	<b>TURISMO E TERRITORIO</b>  <b>Ciclo cliente</b> (fasi ante e check-in se non fatte il primo anno)  <b>LA PRENOTAZIONE</b>  <b>IL CHECK IN</b>  <b>IL LIVE IN</b> <b>IL CHECK OUT</b>	<p>La destinazione turistica, le attrattive naturali e culturali, tipologie di turismo e il turismo sostenibile.</p> <p>I servizi che l'albergo può mettere a disposizione della clientela durante il soggiorno in hotel; le differenti tipologie di prenotazione; gli elementi di base della comunicazione commerciale e la modulistica. -Saper applicare l'iter della prenotazione.</p> <p>Le procedure di ogni singola fase operativa; le responsabilità dell'albergatore e la normativa per le registrazioni di legge. -Saper applicare le tecniche di registrazione della prenotazione.</p> <p>Gli elementi di base dell'assistenza dei clienti, reclami e guest's satisfaction; le delle attività di live-in; le tecniche elementari per la contabilità dei clienti durante il soggiorno. -Applicare le tecniche base di assistenza durante la permanenza dell'ospite.</p> <p>La partenza del cliente, apertura, aggiornamento e chiusura del conto, la fatturazione elettronica, il back office. Applicare gli step operativi previsti per la partenza del cliente.</p>
<b>UDA CL. 2</b>	<b>1 QUADR.</b>	<b>UN COCKTAIL DI BENVENUTO</b>
<b>UDA CL. 2</b>	<b>2 QUADR. UN ESPERIENZA DA VIVERE</b>	
<b>3^ ANNO</b> <b>OSPITALIA</b>	<b>Le potenzialità del turismo enogastronomico</b>  <b>Lavorare al Front Office: Il ciclo cliente</b>  <b>Valorizzazione dell'ambiente e del territorio, con particolare attenzione alla domanda e all'offerta enogastronomica: Itinerari turistici</b>  <b>La gestione della clientela</b> <b>La sicurezza in hotel</b>  <b>La gestione della moderna azienda alberghiera:</b>  <b>L'apertura di un albergo e la sua organizzazione e le catene alberghiere</b>	<p>Le motivazioni e i flussi turistici in relazione al territorio nazionale e, in particolare, marchigiano, soprattutto in riferimento al turismo enogastronomico piceno, Le strutture turistico-ricettive maggiormente collegate ai flussi enogastronomici.</p> <p>Il ruolo e le funzioni del receptionist; il regolamento di settore; il linguaggio professionale e tecnico; le principali procedure delle diverse fasi operative; tecniche di comunicazione, relazione e vendita, i servizi alberghieri, le fasi del ciclo del cliente in lingua inglese. -Sapersi presentare in modo adeguato. Applicare le principali tecniche di comunicazione con le diverse tipologie di clientela. Essere in grado di compilare correttamente la modulistica di settore.</p> <p>Gli elementi che caratterizzano una destinazione turistica; gli eventi legati alle tradizioni e al folklore; i prodotti tipici del territorio marchigiano e, in particolare, piceno.. -Individuare i prodotti tipici di una località, identificandone le principali caratteristiche.</p> <p>Conoscere le norme di prevenzione, di sicurezza sul lavoro e rudimenti sul primo soccorso. -Rispettare "le buone pratiche" inerenti l'igiene personale, degli ambienti di lavoro e applicare le normative vigenti nazionali in fatto di sicurezza</p> <p>Le norme giuridiche che disciplinano i rapporti tra albergatore e cliente; le sanzioni previste in caso di inadempimento; le caratteristiche tipologiche delle diverse strutture organizzative alberghiere. Le caratteristiche salienti delle principali catene alberghiere; i vantaggi dell'affiliazione commerciale; i servizi gestiti in outsourcing. -Riconoscere le responsabilità connesse con l'attività alberghiera -Decodificare l'organigramma di una struttura ricettiva</p> <p>-Riconoscere i requisiti fondamentali necessari per costituire un consorzio alberghiero e farne parte. -Identificare le principali caratteristiche di una catena alberghiera -Riconoscere i principali servizi che possono essere gestiti insieme ad altre aziende.</p>
<b>UDA CL. 3</b>	<b>1 QUADR.</b>	<b>UNA VACANZA INDIMENTICABILE NELLE MARCHE</b>
<b>UDA CL. 3</b>	<b>2 QUADR.</b>	<b>LA MIA ESPERIENZA IN AZIENDA</b>
4^		

	<p><b>La distribuzione del prodotto turistico:</b></p> <p>- i canali di distribuzione</p> <p><b>La distribuzione del prodotto turistico:</b></p> <p>- le agenzie di viaggi</p> <p>- i rapporti tra adv e albergo</p> <p><b>La distribuzione del prodotto turistico:</b></p> <p>- i vettori</p> <p><b>La valorizzazione dell'ambiente e del territorio:</b></p> <p>- la valorizzazione del territorio</p> <p>- le iniziative promozionali nelle strutture ricettive</p> <p>- il turismo sostenibile</p> <p><b>La gestione della clientela:</b></p> <p>- Le tipologie di clientela</p> <p>- I gruppi</p> <p>- Il turismo congressuale</p> <p>- Il turismo per tutti</p>	<p>Gli attori del mercato turistico; i diversi canali di distribuzione.</p> <p>-Classificare gli attori del turismo.</p> <p>-Classificare i canali di distribuzione.</p> <p>Le principali tipologie di adv; le attività svolte dalle adv; la figura professionale del direttore tecnico. I vantaggi di un rapporto di collaborazione tra albergo e adv; i vari tipi di contratti di allotment; le diverse tipologie di voucher.</p> <p>-Elaborare l'organigramma di un'adv di piccole e grandi dimensioni.</p> <p>-Decodificare il contratto di vendita di un pacchetto turistico.</p> <p>-Compilare correttamente un voucher.</p> <p>-Calcolare la commissione al lordo e al netto.</p> <p>-Compilare un estratto conto.</p> <p>Le diverse tipologie di vettori; le peculiarità del trasporto aereo, ferroviario, marittimo e su strada.</p> <p>- Compilare, tramite internet o mezzi elettronici, un biglietto per qualunque vettore.</p> <p>Gli elementi che caratterizzano una destinazione turistica; gli eventi legati alle tradizioni e al folklore; i prodotti tipici del proprio territorio. Il transfer semplice e complesso; le visite guidate e le escursioni; i servizi extra che si possono effettuare in hotel. Il turismo sostenibile, l'ecoturismo e il turismo responsabile. Le diverse attività legate all'ecoturismo.</p> <p>-Individuare i prodotti tipici di una località, identificandone le principali caratteristiche.</p> <p>-Distinguere i diversi tipi di transfer.</p> <p>-Identificare i principali elementi di un pacchetto turistico.</p> <p>-Riconoscere gli elementi caratterizzanti di un pacchetto turistico sostenibile.</p> <p>La suddivisione tipologica della clientela d'albergo e i servizi offerti dalle strutture ricettive.</p> <p>Le caratteristiche essenziali di un viaggio di gruppo e le diverse tipologie di gruppo. Il ruolo e le funzioni di un tour leader.</p> <p>Le origine del turismo congressuale e le diverse tipologie di convegni; le caratteristiche di una struttura congressuale.</p> <p>Il concetto di disabilità, le diverse tipologie di disabilità e le principali norme che regolamentano l'accessibilità dei servizi turistici.</p> <p>- Identificare i bisogni di ogni singolo target.</p> <p>- Utilizzare tutti gli strumenti della comunicazione verbale e non verbale.</p> <p>- Svolgere tutte le procedure legate all'arrivo e al soggiorno di un gruppo.</p> <p>- Elaborare ordini di servizio e comunicazione ai reparti.</p> <p>- Identificare le caratteristiche tecniche di una sala convegni.</p> <p>- Predisporre gli strumenti necessari a organizzare il servizio di accoglienza per un convegno.</p> <p>- Essere in grado di riconoscere le disabilità.</p> <p>- Essere in grado di comunicare adeguatamente con ogni tipo di cliente.</p>
UDA CL. 4	<b>1 QUAD</b>	<b>PERCORSI DELL'ANIMA</b>
UDA CL. 4	<b>2 QUADR</b>	<b>DISCOVERING MARCHE</b>

5^	<p><b>Le risorse umane in albergo:</b> - le risorse umane</p> <p><b>Le risorse umane in albergo:</b> - il rapporto di lavoro</p> <p><b>Le risorse umane in albergo:</b> - l'alternanza scuola lavoro</p> <p><b>Il marketing per il turismo:</b> - il marketing turistico</p> <p><b>Il marketing per il turismo:</b> - il web marketing</p> <p><b>Il marketing per il turismo:</b> - il piano di marketing</p> <p><b>La vendita del prodotto turistico:</b> - il revenue management</p> <p><b>La vendita del prodotto turistico:</b> - la room division e la programmazione di settore</p>	<p>Le mansioni del direttore alle risorse umane; le diverse fasi di un colloquio di lavoro.</p> <p>-Classificare le varie figure professionali del settore turistico.</p> <p>-Elaborare il proprio CV Europass.</p> <p>-Redigere una lettera di risposta a una proposta di lavoro.</p> <p>Le diverse tipologie di contratto di lavoro; i livelli e le figure professionali del CCNL Turismo; le caratteristiche principali del contratto di apprendistato.</p> <p>-Decodificare le principali voci di una busta paga.</p> <p>Le norme che regolano l'ASL.</p> <p>-Essere in grado di descrivere, attraverso una relazione, quanto appreso nel periodo di tirocinio formativo.</p> <p>Il marketing turistico; il marketing dei servizi; il marketing relazionale; la certificazione di qualità in albergo.</p> <p>-Decodificare gli elementi che caratterizzano il mercato turistico di una località.</p> <p>-Redigere una relazione tecnica.</p> <p>Il web marketing; la web reputation.</p> <p>-Utilizzare internet come strumento di marketing.</p> <p>Il piano di marketing; la comunicazione e attività promozionali.</p> <p>-Progettare piani di marketing.</p> <p>-Creare iniziative promozionali per l'hotel.</p> <p>Il revenue management; la gestione delle vendite; le tecniche del pricing.</p> <p>-Analizzare l'andamento della domanda turistica.</p> <p>-Distinguere ed applicare in modo opportuno le diverse tecniche di vendita.</p> <p>-Decodificare e applicare diverse tipologie di listini prezzi.</p> <p>Il room division manager; il budget del settore camere.</p> <p>-Redigere il budget del settore camere.</p> <p>-Analizzare dati statistici alberghieri.</p>
UDA CL. 5	<b>1 QUADR.</b>	<b>EUROPA CHE PASSIONE</b>
UDA CL 5	<b>2 QUADR.</b>	<b>ORGANIZZAZIONE DI UN CONVEGNO</b>

### 3. ORIENTAMENTO METODOLOGICO

Come da PTOF, sez. 3.7 - IL PROCESSO DI INSEGNAMENTO APPRENDIMENTO, pagg. 26-27

X	Brevi lezioni frontali e lezioni dialogiche	X	Cooperative Learning
X	Correzioni individuali e/o socializzate	X	Problem-based Learning
X	Modellizzazioni e/o problematizzazioni		Service Learning
	Approccio laboratoriale diffuso a tutti gli insegnamenti del curricolo		IBSE: Inquiry-based Science Education
X	Attività di laboratorio orientate alla effettiva progettazione e realizzazione di un prodotto	X	Work-based Education (es. Bar didattico, Albergo didattico, etc.)

X	Attività individuali e di gruppo	X	Apprendistato cognitivo (shadowing, etc.)
X	Tecniche di master learning e team working		Apprendimento auto-organizzato tra pari, sia on-line che in presenza
X	Materiale strutturato e non		Peer tutoring
X	Tecnologie informatiche e multimediali		Giochi e simulazioni strutturati
X	Flipped classroom		Debate

#### 4. OSSERVAZIONE/VALUTAZIONE di COMPETENZE e CONOSCENZE

Come da PTOF, sez. 3.7 - IL PROCESSO DI INSEGNAMENTO APPRENDIMENTO, pagg. 31-35

##### a. Tipologie di Verifica

X	Interrogazione tradizionale		Analisi del testo
X	Domande con risposta breve dal posto		Testo argomentativo
X	Esposizione di lavori individuali e/o di gruppo		Tema
X	Prove strutturate		Scrittura creativa
X	Prove semi- strutturate		Test a risposta aperta
	Prove aperte	X	Ricerca multimediale
	Prove grafiche		Relazione
X	Prove pratiche	X	Prove di laboratorio
X	Situazioni-problema/compiti di realtà	X	Produzioni degli allievi

Nella SCANSIONE TEMPORALE verrà rispettata la loro razionale distribuzione nel corso della giornata ed evitato l'eccessivo accavallamento al termine del quadrimestre.

La restituzione delle verifiche corrette avverrà entro 15 giorni dalla loro esecuzione.

##### b. Valutazione

Valutazione periodica e valutazione di prodotto

Valutazione periodica: valutazione di processo e valutazione di prodotto

Griglie in uso: GV01 e GV02

Valutazione finale:

- giudizio motivato desunto dagli esiti delle prove effettuate nell'ultimo quadrimestre
- esiti delle verifiche di eventuali iniziative di sostegno e interventi di recupero
- progressi dimostrati rispetto alla situazione di ingresso
- impegno, interesse e partecipazione dimostrati

#### 5. STRATEGIE ATTIVATE PER IL RECUPERO/RIALLINEAMENTO DELLE SITUAZIONI DI SVANTAGGIO E DI DISAGIO - VALORIZZAZIONE DEI TALENTI

Come da PTOF, sez. 3.7- IL PROCESSO DI INSEGNAMENTO APPRENDIMENTO, pagg. 27-31

	Gestione dell'anagrafe scolastica	X	Interventi di recupero e sostegno
X	Collaborazione con le famiglie	X	Pause didattiche/recupero in itinere/sportelli
	Continuità verticale	X	Compresenze strategiche
	Continuità orizzontale	X	Personalizzazione
X	Coordinatore di classe-tutor	X	P.F.I. (Progetto Formativo Individuale) con Bilancio personale iniziale
X	C.I.C.	X	PCTO

X	Attività extra curriculari		
---	----------------------------	--	--

**6. PROVE COMUNI PER CLASSI PARALLELE****7. OSSERVAZIONI****ALLEGATI**

GRIGLIE /RUBRICHE DI VALUTAZIONE

San Benedetto del Tronto, 15 novembre 2022

Coordinatore **Prof.ssa Carlotta Calio'**