

CORRELAZIONE COMPETENZE E CONOSCENZE AI NUCLEI TEMATICI (8)

NUCLEO TEMATICO	COMPETENZA/E	CONOSCENZE ESSENZIALI
<p>NUCLEO 1: Predisposizione di prodotti e/o servizi che abbiano come riferimento i bisogni, le attese e i profili dietetici e/o culturali del cliente, focalizzandosi, in particolare, sugli stili di alimentazione, sui contesti culturali e sui modelli di ospitalità.</p>	<p>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>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Elementi di eco-gastronomia. ▪ Principi di ecoturismo. ▪ Concetti di sostenibilità e certificazione. ▪ Tecnologie innovative di manipolazione e conservazione dei cibi e relativi standard di qualità. ▪ Tecniche per la preparazione e servizio di prodotti per i principali disturbi e limitazioni alimentari. ▪ Tecniche di analisi delle componenti di un prezzo di vendita e degli indicatori di gestione. ▪ Politica di sconti per la clientela. ▪ Concetti di qualità promessa, erogata, attesa e percepita.
	<p>N. 5: Valorizzare l'elaborazione e la presentazione di prodotti dolciari e di panificazione locali, nazionali e internazionali utilizzando tecniche tradizionali e innovative.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Principi di scienze e tecnologie alimentari. ▪ Fasi, tempi, strumenti e modalità di lavorazione, cottura e conservazione dei prodotti. ▪ Le materie prime sotto il profilo organolettico, merceologico, chimico-fisico, igienico, nutrizionale e gastronomico. ▪ Caratteristiche della pasticceria e della panificazione regionale, nazionale e internazionale. ▪ Le normative vigenti, nazionali e internazionali, in fatto di sicurezza alimentare, trasparenza e tracciabilità delle materie prime. ▪ Nozioni fondamentali sulle dinamiche del gusto e sugli abbinamenti di sapori e ingredienti. ▪ Tecniche di presentazione e decorazione di prodotti. ▪ Tecniche specifiche di farcitura, decorazione e

		guarnizione dei prodotti dolciari.
	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.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Principali tecniche di comunicazione e relazioni interpersonali e interculturali. ▪ Principali tecniche di comunicazione scritta, verbale e digitale. ▪ Elementi di marketing dei servizi turistici. ▪ Terminologia tecnica, specifica del settore, anche in Lingua straniera. ▪ Tipologia di servizi offerti dalle strutture ricettive. ▪ Tecniche di rilevamento della customer satisfaction ▪ Meccanismi di fidelizzazione cliente.
	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	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tipologia di servizi offerti dalle strutture turistico-ricettive: aspetti gestionali e dei flussi informativi. ▪ Metodologie e tecniche di diffusione e promozione delle diverse iniziative, dei progetti e delle attività. ▪ Metodologie e tecniche di promozione territoriale. ▪ Terminologia di settore in lingua straniera. ▪ Tecniche di analisi SWOT. ▪ Tecniche e strumenti di rilevazione delle aspettative e di analisi del gradimento. ▪ Procedure e tecniche di organizzazione e di redazione di iniziative finalizzate alla fidelizzazione del cliente.
NUCLEO 2: Pianificazione e gestione di prodotti e/o di servizi, con particolare riguardo ai seguenti ambiti: identificazione delle risorse, valutazione dei mutamenti delle tendenze di acquisto e di consumo, controllo della qualità, ottimizzazione dei risultati, efficienza aziendale e sostenibilità ambientale.	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.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tecniche di promozione e vendita: marketing operativo e strategico. ▪ Strategie di comunicazione del prodotto. ▪ Strumenti di pubblicità e comunicazione. ▪ Strumenti e tecniche di costruzione ed utilizzo di veicoli comunicativi. (cartacei, audio, video, telematici, ecc.). ▪ Principi di fidelizzazione del cliente.

		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tecniche di rilevazione di nuove in relazione a materie prime, tecniche professionali, materiali e attrezzature. ▪ Tecniche di problem solving e gestione reclami.
	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.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tecniche di approvvigionamento e gestione delle merci. ▪ Tecniche di realizzazione, lavorazione e erogazione del prodotto/servizio. ▪ Tecniche di organizzazione del lavoro, strumenti per la gestione organizzativa. ▪ Metodi per identificare, progettare e controllare i processi gestionali ed operativi. ▪ Tecniche di programmazione e controllo dei costi. ▪ Tecniche di rilevazione della qualità dell'offerta preventiva.
	N. 3: Applicare correttamente il sistema HACCP, la normativa sulla sicurezza e sulla salute nei luoghi di lavoro.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Normativa igienico-sanitaria e procedura di autocontrollo HACCP. ▪ Normativa relativa alla sicurezza sul lavoro e antinfortunistica. ▪ Normativa relativa alla tutela della riservatezza dei dati personali. ▪ Fattori di rischio professionale ed-ambientale. ▪ Normativa volta alla tutela ed alla sicurezza del cliente.
	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.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Elementi di eco-gastronomia. ▪ Principi di ecoturismo. ▪ Concetti di sostenibilità e certificazione. ▪ Tecnologie innovative di manipolazione e conservazione dei cibi e relativi standard di qualità. ▪ Tecniche per la preparazione e servizio di prodotti per i principali disturbi e limitazioni alimentari. ▪ Tecniche di analisi delle componenti di un prezzo di vendita e degli indicatori di gestione.

		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Politica di sconti per la clientela. ▪ Concetti di qualità promessa, erogata, attesa e percepita.
	<p>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>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Principali tecniche di comunicazione e relazioni interpersonali e interculturali. ▪ Principali tecniche di comunicazione scritta, verbale e digitale. ▪ Elementi di marketing dei servizi turistici. ▪ Terminologia tecnica, specifica del settore, anche in Lingua straniera. ▪ Tipologia di servizi offerti dalle strutture ricettive ▪ Tecniche di rilevamento della customer satisfaction. ▪ Meccanismi di fidelizzazione cliente.
	<p>N. 10: Supportare le attività di budgeting-reporting aziendale e collaborare alla definizione delle strategie di Revenue Management, perseguendo obiettivi di redditività attraverso opportune azioni di marketing.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Elementi di budgeting per la quantificazione dell'entità dell'investimento economico e valutazione della sua sostenibilità. ▪ Elementi di diritto commerciale, organizzazione e gestione aziendale, contabilità analitica. ▪ Tecniche di reportistica aziendale. ▪ Tecniche di analisi per indici.
<p>NUCLEO 3: Programmazione e attivazione degli interventi di messa in sicurezza nella lavorazione di prodotti e/o nell'allestimento di servizi: dalle procedure dei piani di autocontrollo all'implementazione della prevenzione dei rischi sul luogo di lavoro, alla connessione tra sicurezza, qualità e privacy.</p>	<p>N. 3: Applicare correttamente il sistema HACCP, la normativa sulla sicurezza e sulla salute nei luoghi di lavoro.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Normativa igienico-sanitaria e procedura di autocontrollo HACCP. ▪ Normativa relativa alla sicurezza sul lavoro e antinfortunistica. ▪ Normativa relativa alla tutela della riservatezza dei dati personali. ▪ Fattori di rischio professionale e ambientale. ▪ Normativa volta alla tutela ed alla sicurezza del cliente.

<p>NUCLEO 4: Cultura della “Qualità totale” dei prodotti e/o dei servizi: come si esprime e si realizza nella valorizzazione delle tipicità e nell’integrazione con il territorio, nei marchi di qualità, nella digitalizzazione dei processi e nel sostegno all’innovazione.</p>	<p>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>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tecniche di promozione e vendita: marketing operativo e strategico. ▪ Strategie di comunicazione del prodotto. ▪ Strumenti di pubblicità e comunicazione. ▪ Strumenti e tecniche di costruzione ed utilizzo di veicoli comunicativi (cartacei, audio, video, telematici, ecc.). ▪ Principi di fidelizzazione del cliente. ▪ Tecniche di rilevazione di nuove in relazione a materie prime, tecniche professionali, materiali e attrezzature. ▪ Tecniche di problem solving e gestione reclami.
	<p>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>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tecniche di approvvigionamento e gestione delle merci. ▪ Tecniche di realizzazione, lavorazione e erogazione del prodotto/servizio. ▪ Tecniche di organizzazione del lavoro, strumenti per la gestione organizzativa. ▪ Metodi per identificare, progettare e controllare i processi gestionali ed operativi. ▪ Tecniche di programmazione e controllo dei costi. ▪ Tecniche di rilevazione della qualità dell’offerta preventiva.
	<p>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>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Elementi di eco-gastronomia. ▪ Principi di ecoturismo. ▪ Concetti di sostenibilità e certificazione. ▪ Tecnologie innovative di manipolazione e conservazione dei cibi e relativi standard di qualità. ▪ Tecniche per la preparazione e servizio di prodotti per i principali disturbi e limitazioni alimentari. ▪ Tecniche di analisi delle componenti di un prezzo di

		<p>vendita e degli indicatori di gestione.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Politica di sconti per la clientela. ▪ Concetti di qualità promessa, erogata, attesa e percepita.
	<p>N. 5: Valorizzare l'elaborazione e la presentazione di prodotti dolciari e di panificazione locali, nazionali e internazionali utilizzando tecniche tradizionali e innovative.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Principi di scienze e tecnologie alimentari. ▪ Fasi, tempi, strumenti e modalità di lavorazione, cottura e conservazione dei prodotti. ▪ Le materie prime sotto il profilo organolettico, merceologico, chimico-fisico, igienico, nutrizionale e gastronomico. ▪ Caratteristiche della pasticceria e della panificazione regionale, nazionale e internazionale. ▪ Le normative vigenti, nazionali e internazionali, in fatto di sicurezza alimentare, trasparenza e tracciabilità delle materie prime. ▪ Nozioni fondamentali sulle dinamiche del gusto e sugli abbinamenti di sapori e ingredienti. ▪ Tecniche di presentazione e decorazione di prodotti. ▪ Tecniche specifiche di farcitura, decorazione e guarnizione dei prodotti dolciari.
	<p>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>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Classificazione merceologica dei prodotti agroalimentari in funzione della loro origine. ▪ Le tradizioni culturali ed enogastronomiche in riferimento all'assetto agroalimentare di un territorio e all'assetto turistico. ▪ Tecniche di allestimento della sala per servizi banqueting e catering.

		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tecniche, metodi e tempi per l'organizzazione logistica di catering/eventi. ▪ Principi di estetica e tecniche di presentazione di piatti e bevande. ▪ Tecniche di analisi, di ricerca e di marketing congressuale e fieristico. ▪ Strumenti digitali per la gestione organizzativa e promozione di eventi. ▪ Procedure per la gestione delle situazioni conflittuali o eventi imprevisti.
	<p>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>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mercato turistico e sue tendenze. ▪ Metodologie e strumenti di marketing turistico. ▪ Menù con alimenti biologici e biologici plus; alimenti equi e solidali, alimenti locali, prodotti da lotta alle mafie. ▪ Assetto agroalimentare di un territorio: tecniche per l'abbinamento cibi-prodotti locali. ▪ Normativa riguardante la tutela ambientale. ▪ Norme ISO e fattori di scelta, criteri per il riconoscimento della certificazione ecolabel. ▪ Strumenti e metodi per la gestione dell'offerta turistica integrata secondo i principi di sostenibilità ambientale ▪ Modalità di calcolo dei margini di guadagno
<p>NUCLEO 5: Valorizzazione del "made in Italy", come area integrata tra individuazione dei prodotti di qualità, organizzazione ottimale dei processi produttivi e/o dei servizi, adozione di efficaci strategie di comunicazione e di commercializzazione.</p>	<p>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>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tecniche di promozione e vendita: marketing operativo e strategico. ▪ Strategie di comunicazione del prodotto. ▪ Strumenti di pubblicità e comunicazione ▪ Strumenti e tecniche di costruzione ed utilizzo di veicoli comunicativi (cartacei, audio, video, telematici, ecc.).

		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Principi di fidelizzazione del cliente. ▪ Tecniche di rilevazione di nuove in relazione a materie prime, tecniche professionali, materiali e attrezzature. ▪ Tecniche di problem solving e gestione reclami.
	<p>N. 5: Valorizzare l'elaborazione e la presentazione di prodotti dolciari e di panificazione locali, nazionali e internazionali utilizzando tecniche tradizionali e innovative.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Principi di scienze e tecnologie alimentari. ▪ Fasi, tempi, strumenti e modalità di lavorazione, cottura e conservazione dei prodotti. ▪ Le materie prime sotto il profilo organolettico, merceologico, chimico-fisico, igienico, nutrizionale e gastronomico. ▪ Caratteristiche della pasticceria e della panificazione regionale, nazionale e internazionale. ▪ Le normative vigenti, nazionali e internazionali, in fatto di sicurezza alimentare, trasparenza e tracciabilità delle materie prime. ▪ Nozioni fondamentali sulle dinamiche del gusto e sugli abbinamenti di sapori e ingredienti. ▪ Tecniche di presentazione e decorazione di prodotti. ▪ Tecniche specifiche di farcitura, decorazione e guarnizione dei prodotti dolciari.
	<p>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>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Classificazione merceologica dei prodotti agroalimentari in funzione della loro origine. ▪ Le tradizioni culturali ed enogastronomiche in riferimento all'assetto agroalimentare di un territorio e all'assetto turistico.

		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tecniche di allestimento della sala per servizi banqueting e catering. ▪ Tecniche, metodi e tempi per l'organizzazione logistica di catering/eventi. ▪ Principi di estetica e tecniche di presentazione di piatti e bevande. ▪ Tecniche di analisi, di ricerca e di marketing congressuale e fieristico. ▪ Strumenti digitali per la gestione organizzativa e promozione di eventi. ▪ Procedure per la gestione delle situazioni conflittuali o eventi imprevisti.
	<p>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>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Classificazione merceologica dei prodotti agroalimentari in funzione della loro origine. ▪ Le tradizioni culturali ed enogastronomiche in riferimento all'assetto agroalimentare di un territorio e all'assetto turistico. ▪ Tecniche di allestimento della sala per servizi banqueting e catering. ▪ Tecniche, metodi e tempi per l'organizzazione logistica di catering/eventi. ▪ Principi di estetica e tecniche di presentazione di piatti e bevande. ▪ Tecniche di analisi, di ricerca e di marketing congressuale e fieristico. ▪ Strumenti digitali per la gestione organizzativa e promozione di eventi ▪ Procedure per la gestione delle situazioni conflittuali o eventi imprevisti.

	<p>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>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tipologia di servizi offerti dalle strutture turistico-ricettive: aspetti gestionali e dei flussi informativi. ▪ Metodologie e tecniche di diffusione e promozione delle diverse iniziative, dei progetti e delle attività. ▪ Metodologie e tecniche di promozione territoriale. ▪ Terminologia di settore in lingua straniera. ▪ Tecniche di analisi SWOT. ▪ Tecniche e strumenti di rilevazione delle aspettative e di analisi del gradimento. ▪ Procedure e tecniche di organizzazione e di redazione di iniziative finalizzate alla fidelizzazione del cliente.
	<p>N. 10: Supportare le attività di budgeting-reporting aziendale e collaborare alla definizione delle strategie di Revenue Management, perseguendo obiettivi di redditività attraverso opportune azioni di marketing.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Elementi di budgeting per la quantificazione dell'entità dell'investimento economico e valutazione della sua sostenibilità. ▪ Elementi di diritto commerciale, organizzazione e gestione aziendale, contabilità analitica. ▪ Tecniche di reportistica aziendale. ▪ Tecniche di analisi per indici.
<p>NUCLEO 6: Sviluppo delle attività e delle figure professionali tra tradizione e innovazione: diffusione della cultura di una sana e corretta alimentazione; introduzione di nuovi alimenti e/o di nuove tipologie di servizi; nuove tendenze del turismo e nuovi modelli di gestione aziendale.</p>	<p>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>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tecniche di promozione e vendita: marketing operativo e strategico. ▪ Strategie di comunicazione del prodotto. ▪ Strumenti di pubblicità e comunicazione. ▪ Strumenti e tecniche di costruzione ed utilizzo di veicoli comunicativi (cartacei, audio, video, telematici, ecc.). ▪ Principi di fidelizzazione del cliente. ▪ Tecniche di rilevazione di nuove in relazione a materie

		<p>prime, tecniche professionali, materiali e attrezzature.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Tecniche di problem solving e gestione reclami.
	<p>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>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tecniche di approvvigionamento e gestione delle merci. ▪ Tecniche di realizzazione, lavorazione e erogazione del prodotto/servizio. ▪ Tecniche di organizzazione del lavoro, strumenti per la gestione organizzativa. ▪ Metodi per identificare, progettare e controllare i processi gestionali ed operativi. ▪ Tecniche di programmazione e controllo dei costi. ▪ Tecniche di rilevazione della qualità dell'offerta preventiva.
	<p>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>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Elementi di eco-gastronomia. ▪ Principi di ecoturismo. ▪ Concetti di sostenibilità e certificazione. ▪ Tecnologie innovative di manipolazione e conservazione dei cibi e relativi standard di qualità. ▪ Tecniche per la preparazione e servizio di prodotti per i principali disturbi e limitazioni alimentari. ▪ Tecniche di analisi delle componenti di un prezzo di vendita e degli indicatori di gestione. ▪ Politica di sconti per la clientela. ▪ Concetti di qualità promessa, erogata, attesa e percepita.
	<p>N. 5: Valorizzare l'elaborazione e la presentazione di prodotti dolciari e di panificazione locali, nazionali e internazionali utilizzando tecniche tradizionali e innovative.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Principi di scienze e tecnologie alimentari. ▪ Fasi, tempi, strumenti e modalità di lavorazione,

		<p>cottura e conservazione dei prodotti.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Le materie prime sotto il profilo organolettico, merceologico, chimico-fisico, igienico, nutrizionale e gastronomico. ▪ Caratteristiche della pasticceria e della panificazione regionale, nazionale e internazionale. ▪ Le normative vigenti, nazionali e internazionali, in fatto di sicurezza alimentare, trasparenza e tracciabilità delle materie prime. ▪ Nozioni fondamentali sulle dinamiche del gusto e sugli abbinamenti di sapori e ingredienti. ▪ Tecniche di presentazione e decorazione di prodotti ▪ Tecniche specifiche di farcitura, decorazione e guarnizione dei prodotti dolciari.
	<p>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>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Classificazione merceologica dei prodotti agroalimentari in funzione della loro origine. ▪ Le tradizioni culturali ed enogastronomiche in riferimento all'assetto agroalimentare di un territorio e all'assetto turistico. ▪ Tecniche di allestimento della sala per servizi banqueting e catering. ▪ Tecniche, metodi e tempi per l'organizzazione logistica di catering/eventi. ▪ Principi di estetica e tecniche di presentazione di piatti e bevande. ▪ Tecniche di analisi, di ricerca e di marketing congressuale e fieristico. ▪ Strumenti digitali per la gestione organizzativa e promozione di eventi.

		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Procedure per la gestione delle situazioni conflittuali o eventi imprevisti
<p>NUCLEO 7: Lettura e promozione del territorio, dalla corretta rilevazione delle sue risorse alla selezione di eventi rappresentativi delle sue specificità; adozione di tecniche efficaci per la pubblicizzazione degli eventi; valorizzazione di prodotti e servizi, che interconnettono ambiti culturali e professionali.</p>	<p>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>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tecniche di promozione e vendita: marketing operativo e strategico. ▪ Strategie di comunicazione del prodotto. ▪ Strumenti di pubblicità e comunicazione. ▪ Strumenti e tecniche di costruzione ed utilizzo di veicoli comunicativi (cartacei, audio, video, telematici, ecc.). ▪ Principi di fidelizzazione del cliente. ▪ Tecniche di rilevazione di nuove in relazione a materie prime, tecniche professionali, materiali e attrezzature. ▪ Tecniche di problem solving e gestione reclami.
	<p>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>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Classificazione merceologica dei prodotti agroalimentari in funzione della loro origine. ▪ Le tradizioni culturali ed enogastronomiche in riferimento all'assetto agroalimentare di un territorio e all'assetto turistico. ▪ Tecniche di allestimento della sala per servizi banqueting e catering. ▪ Tecniche, metodi e tempi per l'organizzazione logistica di catering/eventi. ▪ Principi di estetica e tecniche di presentazione di piatti e bevande. ▪ Tecniche di analisi, di ricerca e di marketing congressuale e fieristico. ▪ Strumenti digitali per la gestione organizzativa e promozione di eventi.

		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Procedure per la gestione delle situazioni conflittuali o eventi imprevisti
	<p>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>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mercato turistico e sue tendenze. ▪ Metodologie e strumenti di marketing turistico. ▪ Menù con alimenti biologici e biologici plus; alimenti equi e solidali, alimenti locali, prodotti da lotta alle mafie. ▪ Assetto agroalimentare di un territorio: tecniche per l'abbinamento cibi-prodotti locali. ▪ Normativa riguardante la tutela ambientale. ▪ Norme ISO e fattori di scelta, criteri per il riconoscimento della certificazione ecolabel. ▪ Strumenti e metodi per la gestione dell'offerta turistica integrata secondo i principi di sostenibilità ambientale. ▪ Modalità di calcolo dei margini di guadagno
	<p>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>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Menù a filiera locale con prodotti iscritti nel registro delle denominazioni di origini protette e delle indicazioni geografiche protette (DOP, IGP, STG). ▪ Tecniche di organizzazione di attività culturali, artistiche, ricreative in relazione alla tipologia di clientela. ▪ Metodi di selezione dell'offerta turistica di un territorio in relazione ai tempi, costi, qualità.

<p>NUCLEO 8: Ospitalità, intesa come spazio comunicativo del customer care”; identificazione del target della clientela e offerta di prodotti e servizi per la soddisfazione e la fidelizzazione della clientela.</p>	<p>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>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tecniche di promozione e vendita: marketing operativo e strategico. ▪ Strategie di comunicazione del prodotto. ▪ Strumenti di pubblicità e comunicazione. ▪ Strumenti e tecniche di costruzione ed utilizzo di veicoli comunicativi (cartacei, audio, video, telematici, ecc.). ▪ Principi di fidelizzazione del cliente. ▪ Tecniche di rilevazione di nuove in relazione a materie prime, tecniche professionali, materiali e attrezzature. ▪ Tecniche di problem solving e gestione reclami.
	<p>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>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Elementi di eco-gastronomia. ▪ Principi di ecoturismo. ▪ Concetti di sostenibilità e certificazione. ▪ Tecnologie innovative di manipolazione e conservazione dei cibi e relativi standard di qualità. ▪ Tecniche per la preparazione e servizio di prodotti per i principali disturbi e limitazioni alimentari. ▪ Tecniche di analisi delle componenti di un prezzo di vendita e degli indicatori di gestione. ▪ Politica di sconti per la clientela. ▪ Concetti di qualità promessa, erogata, attesa e percepita.

	<p>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>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Principali tecniche di comunicazione e relazioni interpersonali e interculturali. ▪ Principali tecniche di comunicazione scritta, verbale e digitale. ▪ Elementi di marketing dei servizi turistici. ▪ Terminologia tecnica, specifica del settore, anche in Lingua straniera. ▪ Tipologia di servizi offerti dalle strutture ricettive. ▪ Tecniche di rilevamento della customer satisfaction. ▪ Meccanismi di fidelizzazione cliente.
	<p>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>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tipologia di servizi offerti dalle strutture turistico-ricettive: aspetti gestionali e dei flussi informativi. ▪ Metodologie e tecniche di diffusione e promozione delle diverse iniziative, dei progetti e delle attività. ▪ Metodologie e tecniche di promozione territoriale. ▪ Terminologia di settore in lingua straniera. ▪ Tecniche di analisi SWOT. ▪ Tecniche e strumenti di rilevazione delle aspettative e di analisi del gradimento. ▪ Procedure e tecniche di organizzazione e di redazione di iniziative finalizzate alla fidelizzazione del cliente.