

I.I.S. "PAOLO FRISI"

Via Otranto angolo Cittadini, 1 - 20157 - MILANO

www.ipsfrisi.it

Anno Scolastico: 2016-2017

PROGRAMMAZIONE DIDATTICA DISCIPLINARE DEL DIPARTIMENTO DI ENOGASTRONOMIA E OSPITALITA' ALBERGHIERA

DISCIPLINE:

- SCIENZA E CULTURA DELL'ALIMENTAZIONE*
- DIRITTO E TECNICHE AMMINISTRATIVE DELLA STRUTTURA
RICETTIVA*
- LABORATORIO DI ACCOGLIENZA TURISTICA*
- TECNICHE DI COMUNICAZIONE*

CLASSI QUINTE ARTICOLAZIONE ACCOGLIENZA TURISTICA

DOCENTI :

CARUSO - GOLIA - SETTEMBRALE - CALABRESE

Classe Quinta**Materia SCIENZA E CULTURA DELL'ALIMENTAZIONE****PRIMO QUADRIMESTRE**

COMPETENZE	ABILITÀ	CONOSCENZE
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Promuovere e gestire i servizi di accoglienza turistico- alberghiera anche attraverso la progettazione dei servizi turistici per valorizzare le risorse ambientali, storico- artistiche, culturali ed enogastronomiche del territorio. ▪ Valorizzare e promuovere le tradizioni internazionali locali e nazionali individuando le nuove tendenze di filiera. ▪ Riconoscere gli aspetti geografici, ecologici, territoriali dell'ambiente naturale ed antropico, le connessioni con le strutture demografiche, economiche, sociali, culturali e le trasformazioni intervenute nel tempo. ▪ applicare le metodologie e le tecniche della gestione dei progetti. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Individuare e promuovere i prodotti internazionali e le risorse artistiche, culturali ed enogastronomiche del territorio ▪ Riconoscere le nuove tendenze del settore dell'ospitalità e del turismo a livello internazionale. ▪ Individuare e promuovere i prodotti locali e nazionali e le risorse artistiche, culturali ed enogastronomiche del territorio ▪ Riconoscere le nuove tendenze del settore dell'ospitalità e del turismo a livello nazionale. ▪ Predisporre menu funzionali alle esigenze dietologiche della clientela. ▪ Gestire i rischi connessi al lavoro e applicare misure di prevenzione. 	<p>1° MODULO CIBO, TURISMO E CULTURA IL CIBO NELL'ARTE: nella pittura antica, in letteratura, nel cinema; il valore simbolico del cibo nella pittura religiosa; la natura morta; l'atto del mangiare nella pittura. GASTRONOMIA INTERNAZIONALE E TURISMO: turismo ed gastronomia in Europa; gastronomia americana e orientale.</p> <p>2°MODULO TURISMO ENOGASTRONOMICO IN ITALIA TURISMO ENOGASTRONOMICO NEL NORD E NEL CENTRO ITALIA: Valle d'Aosta, Piemonte, Liguria, Lombardia, Veneto, Trentino-Alto- Adige, Friuli-Venezia-Giulia, Emilia-Romagna, Marche, Toscana, Umbria, Lazio. TURISMO ENOGASTRONOMICO NEL SUD E NELLE ISOLE: Abruzzo, Molise, Campania, Puglia, Basilicata, Calabria, Sicilia, Sardegna. Principi di dietologia e dietoterapia.</p> <p>3° MODULO PRINCIPI DI DIETOLOGIA U.D.3.1.: L'ALIMENTAZIONE NELLE DIVERSE ETA': alimentazione, salute e nutrizione; alimentazione</p>

		<p>del lattante, bambino, adolescente, adulto, in gravidanza, della nutrice, in menopausa, nella terza età; linee guida per una sana alimentazione.</p> <p>U.D.3.2.: DIETA, SALUTE E BENESSERE: diete e benessere; western diet; dieta mediterranea, vegetariana, eubiotica, macrobiotica, crono dieta, dieta nello sport; stili alimentari.</p> <p>Intolleranze alimentari</p> <p>servizio, scolastica, aziendale, nelle case di riposo, ospedaliera; allergie, intolleranze e ristorazione collettiva; salute e benessere nei luoghi di lavoro.</p>
--	--	---

SECONDO QUADRIMESTRE

COMPETENZE	ABILITÀ	CONOSCENZE
<ul style="list-style-type: none"> ▪ adeguare la produzione e la vendita dei servizi di accoglienza e ospitalità in relazione alle richieste dei mercati e della clientela. ▪ Agire nel sistema di qualità relativo alla filiera produttiva di interesse. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gestire i rischi connessi al lavoro e applicare misure di prevenzione. 	<p>4° MODULO ALLERGIE E INTOLLERANZE ALIMENTARI U.D.4.1.: le reazioni avverse al cibo; reazioni tossiche; le allergie; le intolleranze alimentari: al lattosio, favismo, fenilchetonuria, celiachia.</p> <p>5° MODULO ALIMENTAZIONE E MALATTIE CRONICO-DEGENERATIVE U.D.5.1.: evoluzione socio-demografica e stile di vita, le malattie cardiovascolari, il diabete mellito, cancerogenesi, osteoporosi</p> <p>6° MODULO ALIMENTAZIONE, OBESITA' E DISTURBI ALIMENTARI U.D.6.1.: obesità, prevenzione e trattamento;</p>

		<p>disturbi alimentari: anoressia, bulimia e disturbo da alimentazione incontrollata. Salute, sicurezza e benessere nei luoghi di lavoro.</p> <p>7° MODULO ALIMENTAZIONE E RISTORAZIONE U.D.7.1.: la ristorazione; ristorazione commerciale, di servizio, scolastica, aziendale, nelle case di riposo, ospedaliera; allergie, intolleranze e ristorazione collettiva; salute e benessere nei luoghi di lavoro.</p>
--	--	--

MODALITÀ DI LAVORO	Barrare le caselle
Lezione frontale	X
Lezione con esperti	
Lezione multimediale	X
Lezione pratica	
Problem solving	X
Metodo induttivo	X
Lavoro di gruppo	X
Discussione guidata	X
Simulazione	X
Esercitazione	X
Studio individuale	X
Visite didattiche	X
Viaggi d'istruzione	X

STRUMENTI DI LAVORO	Barrare le caselle
Manuale	X
Laboratorio multimediale	X
Laboratorio linguistico	
Lavagna	X
L.I.M.	X
Registratore	
Appunti	X
Fotocopie	X
Carte geografiche	X
Video	X
Palestra	
Piattaforma di e-learning Moodle	

STRUMENTI DI VERIFICA	Barrare le caselle
Colloquio	X
Interrogazione breve	X
Risposte dal posto	X
Prova in laboratorio	X
Prova pratica	
Prova strutturata	X
Prova semistrutturata	X
Relazione	X
Esercizi	X
Compito scritto	X
Compito assegnato a casa	X
Simulazioni	

VERIFICHE 1° QUADRIMESTRE: Scritte n° 2 Orali n° 2

VERIFICHE 2° QUADRIMESTRE: Scritte n° 3 Orali n° 2

COMPETENZE MINIME DA RAGGIUNGERE AL TERMINE DELL'ANNO SCOLASTICO

A) Valorizzare e promuovere le tradizioni locali, nazionali e internazionali individuando le nuove tendenze di filiera.
A1) Identificare le caratteristiche enogastronomiche locali, nazionali e internazionali
B) Riconoscere gli aspetti geografici, ecologici, territoriali dell'ambiente naturale e antropico, le connessioni con le strutture demografiche, economiche, sociali e culturali e le trasformazioni avvenute nel tempo.
B1) Riconoscere gli aspetti geografici territoriali.
C) Adeguare la produzione e la vendita dei servizi di accoglienza alle richieste dei mercati e della clientela. Saper predisporre menù funzionali in base alle esigenze dietologiche della clientela.
C1) Riconoscere le esigenze dietologiche della clientela.
D) Applicare le metodologie e le tecniche nella gestione dei progetti.
D1) Individuare i progetti per promuovere le risorse artistiche
E) Promuovere e gestire i servizi di accoglienza turistico- alberghiera anche attraverso la progettazione dei servizi turistici per valorizzare le risorse ambientali, storico- artistiche, culturali ed enogastronomiche del territorio
E1) Proporre servizi di accoglienza turistico-alberghiera per valorizzare le risorse culturali ed enogastronomiche del territorio
F) Adeguare la produzione e la vendita dei servizi di accoglienza e ospitalità in relazione alle richieste dei mercati e della clientela.
G) Agire nel sistema di qualità relativo alla filiera produttiva di interesse.

(Righe in bianco competenze, righe in giallo relative competenze minime)

CRITERI DI VALUTAZIONE

Le verifiche scritte, pratiche ed orali saranno valutate secondo i criteri deliberati dal Collegio dei Docenti e contenuti nel PTOF.

Le griglie di valutazione delle prove scritte, orali e pratiche vengono allegate alla presente programmazione. Tutte le verifiche scritte saranno corredate da una griglia di valutazione.

Classe Quinta**Materia DIRITTO E TECNICHE AMMINISTRATIVE DELLA STRUTTURA RICETTIVA****PRIMO QUADRIMESTRE**

COMPETENZE	ABILITÀ	CONOSCENZE
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Redigere relazioni tecniche e documentare le attività individuali e di gruppo a situazioni professionali ▪ utilizzare le reti di strumenti informatici nelle attività di studi, ricerca e approfondimento disciplinare ▪ Sovrintendere all'organizzazione dei servizi di accoglienza e di ospitalità, applicando le tecniche di gestione economica e finanziaria alle aziende turistico-alberghiere. ▪ Promuovere e gestire i servizi di accoglienza turistico alberghiera anche attraverso la progettazione di servizi turistici per valorizzare le risorse ambientali, storico-artistiche, culturali ed enogastronomiche del territorio. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Analizzare il mercato turistico e interpretarne le dinamiche; ▪ Individuare le risorse per promuovere e potenziare il turismo integrato; ▪ Acquisire i principali strumenti strategici per una corretta pianificazione di marketing. 	<p>IL MARKETING TURISTICO</p> <ul style="list-style-type: none"> -Il marketing del turismo e della ristorazione: caratteristiche; - I prodotti turistici; -Segmentazione e mercato obiettivo; -Le strategie di marketing; -Pianificazione strategica e analisi SWOT; -Il ciclo di vita del prodotto; -Il marketing relazionale; -Il pricing; -Distribuzione e promozione dei prodotti turistici; -Il marketing plan; -Il piano di marketing turistico territoriale; -Fonti statistiche del turismo e ricerche di mercato.

SECONDO QUADRIMESTRE

COMPETENZE	ABILITÀ	CONOSCENZE
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Redigere relazioni tecniche e documentare le attività individuali e di gruppo a situazioni professionali ▪ Adeguare la produzione e la vendita dei servizi di accoglienza e ospitalità in relazione alle richieste dei mercati e della clientela. ▪ Utilizzare le tecniche di promozione, vendita, commercializzazione, assistenza, informazione e intermediazione turistico-alberghiera ▪ Applicare le normative vigenti, nazionali e internazionali, in fatto di sicurezza, trasparenza e tracciabilità dei prodotti. ▪ Utilizzare tecniche di lavorazione e strumenti gestionali nella produzione di servizi e prodotti enogastronomici, ristorativi e di accoglienza turistico-alberghiera. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Individuare le tecniche di marketing con particolare attenzione agli strumenti digitali. ▪ Redigere un business plan. ▪ Individuare la normativa internazionale/comunitaria di riferimento per il funzionamento dell'impresa turistica. ▪ Predisporre contratti di viaggio e di trasporto. 	<p>TECNICHE DI WEB MARKETING</p> <ul style="list-style-type: none"> -Il web marketing; -Pianificazione del web marketing strategico. <p>REDAZIONE DEL BUSINESS PLAN</p> <ul style="list-style-type: none"> -Il business plan: il piano economico-finanziario. <p>NORMATIVE DI SETTORE NAZIONALI E COMUNITARIE</p> <ul style="list-style-type: none"> -Caratteristiche dei contratti di turismo organizzato; -Caratteristiche generali dei contratti di trasporto; -I prodotti tipici locali; -Marchi e rintracciabilità dei prodotti.

MODALITÀ DI LAVORO	Barrare le caselle
Lezione frontale	X
Lezione con esperti	
Lezione multimediale	X
Lezione pratica	
Problem solving	X
Metodo induttivo	
Lavoro di gruppo	
Discussione guidata	X
Simulazione	X
Esercitazione	X
Studio individuale	X
Visite didattiche	
Viaggi d'istruzione	

STRUMENTI DI LAVORO	Barrare le caselle
Manuale	X
Laboratorio multimediale	
Laboratorio linguistico	
Lavagna	X
L.I.M.	
Registratore	
Appunti	X
Fotocopie	X
Carte geografiche	
Video	
Palestra	
Piattaforma di e-learning Moodle	

STRUMENTI DI VERIFICA	Barrare le caselle
Colloquio	X
Interrogazione breve	X
Risposte dal posto	X
Prova in laboratorio	
Prova pratica	
Prova strutturata	
Prova semistrutturata	X
Relazione	
Esercizi	X
Compito scritto	X
Compito assegnato a casa	X
Simulazioni	

VERIFICHE 1° QUADRIMESTRE: Scritte n° 2 Orali n° 2

VERIFICHE 2° QUADRIMESTRE: Scritte n° 3 Orali n° 2

COMPETENZE MINIME DA RAGGIUNGERE AL TERMINE DELL'ANNO SCOLASTICO

A) Utilizzare tecniche di lavorazione e strumenti gestionali nella produzione di servizi e prodotti enogastronomici, ristorativi e di accoglienza turistico-alberghiera.
A1) Conoscere la definizione di marketing.
A2) Saper individuare le principali forme di marketing.
B) Applicare le normative vigenti, nazionali e internazionali, in fatto di sicurezza, trasparenza e tracciabilità dei prodotti.
B1) Conoscere i principali marchi di rintracciabilità dei prodotti alimentari.
C) Utilizzare le tecniche di promozione, vendita, commercializzazione, assistenza, informazione e intermediazione turistico-alberghiera
C1) Conoscere le principali forme di promozione pubblicitaria.
C2) Saper individuare le varie modalità distribuzione del prodotto turistico.
C3) Conoscere i più importanti metodi di determinazione dei prezzi.
C4) Conoscere i principali strumenti del web marketing.
D) Adeguare la produzione e la vendita dei servizi di accoglienza e ospitalità in relazione alle richieste dei mercati e della clientela.
D1) Saper individuare i principali segmenti di mercato.
E) Promuovere e gestire i servizi di accoglienza turistico alberghiera anche attraverso la progettazione di servizi turistici per valorizzare le risorse ambientali, storico-artistiche, culturali ed enogastronomiche del territorio.
E1) Conoscere le componenti essenziali del prodotto turistico.
E2) Saper individuare la richiesta della domanda per realizzare l'offerta turistica.
F) Sovrintendere all'organizzazione dei servizi di accoglienza e di ospitalità, applicando le tecniche di gestione economica e finanziaria alle aziende turistico-alberghiere.
F1) Conoscere i principali elementi del business plan.
F2) Saper compilare un semplice business plan.
G) utilizzare le reti di strumenti informatici nelle attività di studi, ricerca e approfondimento disciplinare
G1) utilizzare le reti di strumenti informatici nelle attività di studi
H) Redigere relazioni tecniche e documentare le attività individuali e di gruppo a situazioni professionali

(Righe in bianco competenze, righe in giallo relative competenze minime)

CRITERI DI VALUTAZIONE

Le verifiche scritte, pratiche ed orali saranno valutate secondo i criteri deliberati dal Collegio dei Docenti e contenuti nel PTOF.

Le griglie di valutazione delle prove scritte, orali e pratiche vengono allegate alla presente programmazione. Tutte le verifiche scritte saranno corredate da una griglia di valutazione.

Classe Quinta**Materia LABORATORIO DI ACCOGLIENZA TURISTICA**

PRIMO QUADRIMESTRE

COMPETENZE	ABILITÀ	CONOSCENZE
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Redigere relazioni tecniche e documentare le attività individuali e di gruppo relative a situazioni professionali. ▪ utilizzare e produrre strumenti di comunicazione visiva e multimediale, anche con riferimento alle strategie espressive e agli strumenti tecnici della comunicazione in rete. ▪ adeguare la produzione e la vendita dei servizi di accoglienza e ospitalità in relazione alle richieste dei mercati e della clientela; ▪ utilizzare le tecniche di promozione, vendita, commercializzazione, assistenza, informazione e intermediazione turistico - alberghiera; ▪ attuare strategie di pianificazione, compensazione, monitoraggio per ottimizzare la produzione di beni e servizi in relazione al contesto. ▪ utilizzare tecniche di lavorazione e strumenti gestionali nella produzione di servizi e prodotti enogastronomici, ristorativi e di accoglienza turistico-alberghiera; 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Decodificare gli elementi che caratterizzano il mercato turistico di una località. ▪ Redigere una relazione tecnica. ▪ Utilizzare internet come strumento di marketing ▪ Progettare piani di marketing. ▪ Creare iniziative promozionali per l'hotel 	<p>Il marketing turistico. Il marketing dei servizi. Il marketing relazionale. La certificazione di qualità in albergo</p> <p>Il web marketing. La web reputation.</p> <p>Il piano di marketing. Comunicazione e attività promozionali.</p>

SECONDO QUADRIMESTRE

COMPETENZE	ABILITÀ	CONOSCENZE
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Redigere relazioni tecniche e documentare le attività individuali e di gruppo relative a situazioni professionali. ▪ utilizzare e produrre strumenti di comunicazione visiva e multimediale, anche con riferimento alle strategie espressive e agli strumenti tecnici della comunicazione in rete. ▪ adeguare la produzione e la vendita dei servizi di accoglienza e ospitalità in relazione alle richieste dei mercati e della clientela; ▪ utilizzare le tecniche di promozione, vendita, commercializzazione, assistenza, informazione e intermediazione turistico - alberghiera; ▪ attuare strategie di pianificazione, compensazione, monitoraggio per ottimizzare la produzione di beni e servizi in relazione al contesto. ▪ utilizzare tecniche di lavorazione e strumenti gestionali nella produzione di servizi e prodotti enogastronomici, ristorativi e di accoglienza turistico-alberghiera; 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Analizzare l'andamento della domanda turistica. ▪ Distinguere e applicare in modo opportuno le diverse tecniche di vendita. ▪ Decodificare e applicare diverse tipologie di listino prezzi. ▪ Redigere il budget del settore camere. ▪ Analizzare dati statistici alberghieri. 	<p>Il revenue management. La gestione delle vendite. Le tecniche di pricing.</p> <p>Il room division manager. Il budget del settore camere.</p>

MODALITÀ DI LAVORO	Barrare le caselle
Lezione frontale	X
Lezione con esperti	
Lezione multimediale	X
Lezione pratica	X
Problem solving	X
Metodo induttivo	
Lavoro di gruppo	
Discussione guidata	X
Simulazione	X
Esercitazione	X
Studio individuale	X
Visite didattiche	
Viaggi d'istruzione	

STRUMENTI DI LAVORO	Barrare le caselle
Manuale	X
Laboratorio multimediale	X
Laboratorio linguistico	
Lavagna	
L.I.M.	X
Videoproiettore	
Appunti	
Fotocopie	X
Carte geografiche	
Video	
Palestra	
Piattaforma di e-learning Moodle	

STRUMENTI DI VERIFICA	Barrare le caselle
Colloquio	X
Interrogazione breve	
Risposte dal posto	
Prova in laboratorio	
Prova pratica	
Prova strutturata	X
Prova semistrutturata	
Relazione	X
Esercizi	
Compito scritto	X
Compito assegnato a casa	
Simulazioni	X

VERIFICHE 1° QUADRIMESTRE: Scritte n° 2 Orali n° 2

VERIFICHE 2° QUADRIMESTRE: Scritte n° 3 Orali n° 2

COMPETENZE MINIME DA RAGGIUNGERE AL TERMINE DELL'ANNO SCOLASTICO

A) utilizzare tecniche di lavorazione e strumenti gestionali nella produzione di servizi e prodotti enogastronomici, ristorativi e di accoglienza turistico-alberghiera;
A1) Utilizzare tecniche di base di lavorazione e strumenti gestionali nella produzione di servizi di accoglienza turistico-alberghiero
B) attuare strategie di pianificazione, compensazione, monitoraggio per ottimizzare la produzione di beni e servizi in relazione al contesto.
B1) Attuare strategie di base di pianificazione, compensazione, monitoraggio per ottimizzare la produzione di beni e servizi in relazione al contesto
C) utilizzare le tecniche di promozione, vendita, commercializzazione, assistenza, informazione e intermediazione turistico - alberghiera;
C1) Utilizzare le principali tecniche di promozione, vendita, commercializzazione, assistenza, informazione e intermediazione turistico-alberghiere
D) adeguare la produzione e la vendita dei servizi di accoglienza e ospitalità in relazione alle richieste dei mercati e della clientela;
D1) Adeguare la produzione e la vendita dei principali servizi di accoglienza e ospitalità in relazione alla clientela
E) utilizzare e produrre strumenti di comunicazione visiva e multimediale, anche con riferimento alle strategie espressive e agli strumenti tecnici della comunicazione in rete.
E1) Utilizzare e produrre strumenti fondamentali di comunicazione visiva e multimediale
F) redigere relazioni tecniche e documentare le attività individuali e di gruppo relative a situazioni professionali.
F1) redigere relazioni tecniche e documentando le attività professionali.

(Righe in bianco competenze, righe in giallo relative competenze minime)

CRITERI DI VALUTAZIONE

Le verifiche scritte, pratiche ed orali saranno valutate secondo i criteri deliberati dal Collegio dei Docenti e contenuti nel PTOF.

Le griglie di valutazione delle prove scritte, orali e pratiche vengono allegate alla presente programmazione. Tutte le verifiche scritte saranno corredate da una griglia di valutazione.

Classe Quinta**Materia TECNICHE DI COMUNICAZIONE****PRIMO QUADRIMESTRE**

COMPETENZE	ABILITÀ	CONOSCENZE
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Integrare le competenze professionali orientate al cliente con quelle linguistiche, utilizzando le tecniche di comunicazione e relazione per ottimizzare la qualità del servizio e il coordinamento con i colleghi. ▪ Valorizzare e promuovere le tradizioni locali, nazionale e internazionali individuando le nuove tendenze di filiera. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Riconoscere i principali obiettivi del marketing di relazione. ▪ Saper adeguatamente utilizzare gli strumenti del direct marketing per le attività di mercato ▪ Riconoscere e distinguere gli eventi interni ed esterni all'impresa. ▪ Individuare gli elementi della pianificazione. ▪ Selezionare i luoghi in base alla tipologia dell'evento. ▪ Individuare le voci di spesa. ▪ Essere in grado di organizzare un evento. 	<p>IL DIRECT MARKETING Gli obiettivi del marketing di relazione Gli strumenti del direct marketing Il database Il telemarketing Il customer relationship management</p> <p>COMUNICARE CON GLI EVENTI (UDA 1) Cosa si intende per evento. La pianificazione. Scegliere la sede dell'evento. Promuovere un evento.</p>

SECONDO QUADRIMESTRE

COMPETENZE	ABILITÀ	CONOSCENZE
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Utilizzare le tecniche di promozione, vendita, commercializzazione, assistenza, informazione e intermediazione turistico-alberghiera. ▪ Utilizzare le tecniche di promozione, vendita, commercializzazione, assistenza, informazione e intermediazione turistico-alberghiera. ▪ Promuovere e gestire i servizi di accoglienza turistico-alberghiera anche attraverso la progettazione dei servizi turistici per valorizzare le risorse ambientali, storico-artistiche, culturali ed enogastronomiche del territorio 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Riconoscere i cambiamenti avvenuti nella pubblicità nel corso degli anni. ▪ Individuare i mezzi di comunicazione di massa per messaggi pubblicitari. ▪ Individuare e riconoscere le caratteristiche delle affissioni, del manifesto e del volantino. ▪ Realizzare semplici volantini e manifesti pubblicitari. ▪ Individuare le caratteristiche della pubblicità sul web. ▪ Individuare e riconoscere gli elementi di una campagna pubblicitaria. ▪ Individuare le caratteristiche del marketing mix. ▪ Redigere un semplice piano di comunicazione. ▪ Redigere un semplice 	<p>COMUNICARE CON LA PUBBLICITÀ (UDA 1) La Pubblicità e la sua storia. I mezzi di comunicazione pubblicitaria. Affissioni e cartellonistica. Il manifesto pubblicitario e il volantino. La pubblicità sul web. Le tipologie di pubblicità. I contenuti di una campagna pubblicitaria.</p> <p>IL MARKETING MIX DELLE IMPRESE TURISTICHE (UDA 2) Il marketing delle imprese turistiche. Il piano di comunicazione. Il marketing plan.</p> <p>IL MARKETING TURISTICO INTEGRATO (UDA 3) Il marketing turistico pubblico.</p>

	<p>piano di marketing.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Individuare le caratteristiche del marketing turistico pubblico. ▪ Individuare le caratteristiche di una destinazione turistica. 	<p>Il marketing della destinazione turistica.</p> <p><u>*(Anche in lingua straniera ove erogati moduli CLIL)</u></p>
--	--	--

MODALITÀ DI LAVORO	Barrare le caselle
Lezione frontale	X
Lezione con esperti	
Lezione multimediale	X
Lezione pratica	X
Problem solving	X
Metodo induttivo	X
Lavoro di gruppo	X
Discussione guidata	X
Simulazione	X
Esercitazione	X
Studio individuale	X
Visite didattiche	X
Viaggi d'istruzione	X

STRUMENTI DI LAVORO	Barrare le caselle
Manuale	X
Laboratorio multimediale	X
Laboratorio linguistico	X
Lavagna	X
L.I.M.	X
Registratore	
Appunti	X
Fotocopie	X
Carte geografiche	X
Video	
Palestra	X
Piattaforma di e-learning Moodle	

STRUMENTI DI VERIFICA	Barrare le caselle
Colloquio	X
Interrogazione breve	X
Risposte dal posto	X
Prova in laboratorio	X
Prova pratica	X
Prova strutturata	X
Prova semistrutturata	X
Relazione	X
Esercizi	X
Compito scritto	X
Compito assegnato a casa	X
Simulazioni	X

VERIFICHE 1° QUADRIMESTRE: Orali n° 2

VERIFICHE 2° QUADRIMESTRE: Orali n° 3

CRITERI DI VALUTAZIONE

Le verifiche scritte, pratiche ed orali saranno valutate secondo i criteri deliberati dal Collegio dei Docenti e contenuti nel PTOF.

Le griglie di valutazione delle prove scritte, orali e pratiche vengono allegate alla presente programmazione. Tutte le verifiche scritte saranno corredate da una griglia di valutazione.

COMPETENZE MINIME DA RAGGIUNGERE AL TERMINE DELL'ANNO SCOLASTICO

A) Integrare le competenze professionali orientate al cliente con quelle linguistiche, utilizzando le tecniche di comunicazione e relazione per ottimizzare la qualità del servizio e il coordinamento con i colleghi.
A1) Sviluppare ed esprimere le qualità di relazione, comunicazione, ascolto, cooperazione e senso di responsabilità nell'esercizio del proprio ruolo.
B) Utilizzare le tecniche di promozione, vendita, commercializzazione, assistenza, informazione e intermediazione turistico-alberghiera.
B1) Saper utilizzare le principali tecniche di promozione e di vendita di un prodotto.
C) Valorizzare e promuovere le tradizioni locali, nazionali e internazionali individuando le nuove tendenze di filiera.
C1) Utilizzare strategie di comunicazione funzionali alla tipologia dei vari eventi da promuovere.
D) Promuovere e gestire i servizi di accoglienza turistico-alberghiera anche attraverso la progettazione dei servizi turistici per valorizzare le risorse ambientali, storico-artistiche, culturali ed enogastronomiche del territorio

(Righe in bianco competenze, righe in giallo relative competenze minime)

CRITERI DI VALUTAZIONE

Le verifiche scritte, pratiche ed orali saranno valutate secondo i criteri deliberati dal Collegio dei Docenti e contenuti nel PTOF.

Le griglie di valutazione delle prove scritte, orali e pratiche vengono allegate alla presente programmazione. Tutte le verifiche scritte saranno corredate da una griglia di valutazione.

Milano, 12/10/2016

IL COORDINATORE

Prof. Fazio Michelino