DISTRETTO SCOLASTICO N. 29

POLO TECNICO PROFESSIONALE
ALETTI - FILANGIERI
TREBISACCE (CS)

CAF

PROGRAMMAZIONE della DISCIPLINA

DIRITTO E TECNICHE AMMINISTRATIVE DELLE STRUTTURE RICETTIVE

della CLASSE 3 PERIODO IDA ENOGASTRONOMIA E OSPITALITA' ALBERGHIERA CORSO L

ANNO SCOLASTICO 2026/27

il Docente
Prof. Rosa Sallorenzo

1. SITUSZIONE DI PARTENZA DELLA CLASSE
Dal punto di vista disciplinare: non sono emersi problemi di adattamento alle regole della vita scolastica. La classe si presenta collaborativa.
Dal punto di vista dell'impegno scolastico: si evidenzia sufficiente puntualità nello svolgimento delle consegne e del materiale didattico nella maggior parte degli allievi.
Dal punto di vista della preparazione di base. la preparazione di base risulta non pienamente soddisfacente, gli alunni mostrano di possedere nozioni di base che non sempre applicano con la dovuta sicurezza salvo in alcuni casi che, viceversa, evidenziano un grado di preparazione davvero soddisfacente.
Dal punto di vista delle capacità operative: metodo di studio legato alla razionalizzazione dei contenuti piuttosto che alla memorizzazione, con particolare tendenza all'analisi pratica di quanto appreso.

2. OBIETTIVI SPECIFICI DELLA DISCIPLINA

VALUTAZIONE DIAGNOSTICA

SITUAZIONE DI PARTENZA DEGLI ALLIEVI

La classe è composta da adulti che vogliono ricomporre la propria identità professionale per inserirsi nel mondo lavorativo con una specifica qualifica: in pochi casi si tratta invece di allievi più giovani che cercano di completare il proprio percorso di studi dopo aver fallito nel c.d. "diurno". Ben predisposti verso la disciplina, dimostrano un buon interesse e impegno scolastico per apprendere al meglio quanto trasmesso dal docente "facilitatore" dell'apprendimento. Dai colloqui informali sulle tematiche di riferimento, è emersa una preparazione di base sufficiente nella maggior parte dei casi. Gli allievi iscritti frequentano secondo le deroghe riportate dai rispettivi Patti Formativi.

MODALITÀ E STRUMENTI DI RILEVAZIONE

- Colloquio individuale e di gruppo in classe.
- Quesiti di carattere socio-affettivo.
- Interviste Personali (per i nuovi iscritti).

ATTIVITÀ DI ACCOGLIENZA

Lettura e illustrazione del P.T.O.F. e del Regolamento d'Istituto.
Presentazione del docente, del percorso e delle modalità operative per conseguire gli obiettivi prefissati.
Conoscenza dell'Istituto.

QUADRO DI RIFERIMENTO DELLA CLASSE

TOTALE ALLIEVI 24
FEMMINE 19
MASCHI 5

- NELL'AMBITO COGNITIVO:

- Conoscere i temi e il linguaggio specifico della Disciplina.
- Conoscere le caratteristiche degli argomenti trattati e saperle riordinare secondo il caso.
- Conoscere gli aspetti salienti delle questioni affrontate.
- Conoscere le tematiche di base della Disciplina.

- NELL'AMBITO RELAZIONALE - MOTIVAZIONALE:

- Potenziare ed assecondare inclinazioni positive.
- Favorire il superamento delle difficoltà emerse.
- Sviluppare il senso di autostima.
- Sviluppare la capacità di ascolto.
- Favorire il dialogo e il confronto critico.

3.UNITÀ FORMATIVESPECIFICHE DELLA DISCIPLINA

<table>
<tr><th colspan="3">Denominazione dell'Unità Formativa Disciplinare</th></tr>
<tr><td colspan="3">1. Il processo di pianificazione e programmazione aziendale</td></tr>
<tr><td>COMPETENZE</td><td colspan="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.
• 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.</td></tr>
<tr><td colspan="2">CONOSCENZE</td><td>ABILITÀ/CAPACITÀ</td></tr>
<tr><td colspan="2">• Il sistema di pianificazione, programmazione e controllo;
• Analisi SWOT
• Strumenti di pianificazione e programmazione: piano strategico, business plan, budget</td><td>• Riconoscere i mutamenti nei comportamenti di consumo come elemento fondamentale nel processo di pianificazione aziendale;
• Elaborare semplici piani coerenti e compatibili con i vincoli interni ed esterni predefiniti;
• Redigere semplici business plan</td></tr>
<tr><td>NUCLEI FONDANTI</td><td colspan="2">• Acquisire competenze per essere in grado di svolgere attività operative e gestionali in relazione all'amministrazione, produzione, organizzazione, erogazione e vendita di prodotti e servizi enogastronomici.
• Saper interpretare lo sviluppo delle filiere enogastronomiche, con riferimento alla richiesta dei mercati e della clientela, e valorizzare i prodotti tipici locali.</td></tr>
<tr><td>METODOLOGIE E STRATEGIE DIDATTICHE</td><td colspan="2">• Lezione frontale di introduzione alla conoscenza
• Lezione partecipata
• Lezione multimediale</td></tr>
<tr><td>ATTIVITà DI DIDATTICA LABORATORIALE</td><td colspan="2">• Lavoro di gruppo
• Compiti di realtà
• Problem solving</td></tr>
<tr><td>AMBIENTI DI APPRENDIMENTO</td><td colspan="2">• Aula
• Aula multimediale</td></tr>
<tr><td>STRUMENTI, SUSSIDI E MATERIALI</td><td colspan="2">• Libro di testo
• materiale multimediale
• Piattaforma digitale G Suite Classroom</td></tr>
<tr><td>VERIFICHE E</td><td colspan="2">• quesiti orali</td></tr>
</table>

VALUTAZIONE	• esercitazioni scritte • comipiti di realtà • osservazione sistematica dell'impegno, partecipazione e attenzione
TEMPI	**I QUADRIMESTRE**

Denominazione dell'Unità Formativa Disciplinare		
2. Il marketing dell'azienda ristorativa		
COMPETENZE	• Individuare obiettivi e metodologie delle diverse strategie di marketing • Individuare, rispetto a casi concreti, le politiche di prodotto, di prezzo, di promozione e di distribuzione da attuare in funzione di un obiettivo aziendale • Utilizzare strumenti digitali nelle politiche di marketing	
CONOSCENZE		**ABILITÀ/CAPACITÀ**
• Sviluppo e ruolo del marketing; • Il marketing strategico: le fasi del processo di marketing; • Il marketing mix		• Individuare le cause che hanno provocato l'evoluzione delle politiche di mercato; • Individuare obiettivi e metodologie delle diverse strategie di marketing; • Individuare , rispetto a casi concreti, le politiche di prodotto, di prezzo, di promozione e distribuzione da attuare in funzione di un obiettivo aziendale; • Definire semplici piani di marketing
NUCLEI FONDANTI	• Acquisire competenze per essere in grado di svolgere attività operative e gestionali in relazione all'amministrazione, produzione, organizzazione, erogazione e vendita di prodotti e servizi enogastronomici. • Saper interpretare lo sviluppo delle filiere enogastronomiche, con riferimento alla richiesta dei mercati e della clientela, e valorizzare i prodotti tipici locali.	
METODOLOGIE	• Lezione frontale di introduzione alla conoscenza • Lezione partecipata • Lezione multimediale	
ATTIVITà DI DIDATTICA LABORATORIALE	• Lavoro di gruppo • Compiti di realtà • Problem solving	
AMBIENTI DI APPRENDIMENTO	• Aula • Aula multimediale	
STRUMENTI, SUSSIDI E MATERIALI	• Libro di testo • materiale multimediale • Piattaforma digitale G Suite Classroom	
VERIFICHE E VALUTAZIONE	• quesiti orali • esercitazioni scritte • compiti di realtà • osservazione sistematica dell'impegno, partecipazione e attenzione	
TEMPI	**II QUADRIMESTRE**	

<table>
<tr><th colspan="3">Denominazione dell'Unità Formativa Disciplinare</th></tr>
<tr><td colspan="3">3. Sicurezza, trasparenza e tracciabilità dei prodotti alimentari</td></tr>
<tr><td>COMPETENZE</td><td colspan="2">• Applicare correttamente il sistema HACCP, la normativa sulla sicurezza e sulla salute nei luoghi di lavoro</td></tr>
<tr><td colspan="2">CONOSCENZE</td><td>ABILITÀ/CAPACITÀ</td></tr>
<tr><td colspan="2">• L'igiene e la sicurezza alimentare;
• Le frodi alimentari;
• Il sistema di tracciabilità e di etichettatura dei prodotti alimentari.</td><td>• Individuare gli indicatori della qualità del processo e del risultato nelle aziende ristorative;
• Individuare le diverse fattispecie di frode commerciale e sanitaria;
• Individuare norme e procedure relative alla provenienza, produzione e conservazione del prodotto.</td></tr>
<tr><td>NUCLEI FONDANTI</td><td colspan="2">• Acquisire competenze per essere in grado di svolgere attività operative e gestionali in relazione all'amministrazione, produzione, organizzazione, erogazione e vendita di prodotti e servizi enogastronomici.
• Saper interpretare lo sviluppo delle filiere enogastronomiche, con riferimento alla richiesta dei mercati e della clientela, e valorizzare i prodotti tipici locali.</td></tr>
<tr><td>METODOLOGIE</td><td colspan="2">• Lezione frontale di introduzione alla conoscenza
• Lezione partecipata
• Lezione multimediale</td></tr>
<tr><td>ATTIVITA' DI DIDATTICA LABORATORIALE</td><td colspan="2">• Lavoro di gruppo
• Compiti di realtà
• Problem solving</td></tr>
<tr><td>AMBIENTI DI APPRENDIMENTO</td><td colspan="2">• Aula
• Aula multimediale</td></tr>
<tr><td>STRUMENTI, SUSSIDI E MATERIALI</td><td colspan="2">• Libro di testo
• materiale multimediale
• Piattaforma digitale G Suite Classroom</td></tr>
<tr><td>VERIFICHE E VALUTAZIONE</td><td colspan="2">• quesiti orali
• esercitazioni scritte
• comipiti di realtà
• osservazione sistematica dell'impegno, partecipazione e attenzione</td></tr>
<tr><td>TEMPI</td><td colspan="2">II QUADRIMESTRE</td></tr>
</table>

Trebisacce, 02/10/2026

Il Docente
Prof.ssa Rosa Sallorenzo

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

X **SI** **NO**

Il Docente
Prof.ssa Rosa Sallorenzo