

Istituto di Formazione Professionale Alberghiero di Rovereto

DIPARTIMENTO di
STUDI ECONOMICI/STT- ECONOMIA

PAM - PIANO ANNUALE DI MATERIA

A.F. 2020/2021



Sede di Rovereto - Viale dei Colli, 17 - 38068 Rovereto (TN)

DOCENTI:
PROF.SSA
TERESA PAPA

ECONOMIA

CLASSE 4[^] A

COORDINATRICE DIPARTIMENTO: PROF. SSA TERESA PAPA

A.F. 2020/2021 - DIPARTIMENTO di

STUDI ECONOMICI/STT- CALCOLO ECONOMIA.

MATERIA: ECONOMIA

CLASSE IV A

(Indirizzo Panificazione e Pasticceria)

Per il Settore Servizi a Indirizzo Alberghiero della Ristorazione, l'insegnamento dell'Economia, al termine del quarto anno, concorre a mettere lo studente in grado di:

A. per l'ambito **"Gestione e organizzazione del lavoro"** concorre a mettere lo studente in grado di:

- sviluppare atteggiamenti improntati ad una maggiore capacità di ascolto, di dialogo, di confronto, di elaborazione, di espressione e di argomentazione delle proprie opinioni, idee e valutazioni per l'interlocuzione culturale, la collaborazione e la cooperazione con gli altri;
- presidiare il processo di riferimento con esercizio di attività relative all'individuazione delle risorse, alla predisposizione delle lavorazioni-fasi, all'organizzazione operativa, al monitoraggio in itinere, alla valutazione finale del risultato, all'implementazione di procedure di miglioramento continuo;
- coordinare e sorvegliare attività di routine svolte da altri in riferimento alla corretta esecuzione-applicazione, al rispetto delle norme di sicurezza, all'adozione dei protocolli per la qualità e il miglioramento continuo
- sviluppare una maggiore interrelazione con gli interlocutori esterni all'organizzazione lavorativa;
- riconoscere che il proprio lavoro si inserisce in un contesto lavorativo di settore a domanda dinamica e, di conseguenza, identificare le implicazioni in termini di aggiornamento, crescita e sviluppo professionale continui;
- adattare al contesto di riferimento i principi dell'organizzazione, della gestione e del controllo dei processi lavorativi del settore;
- intervenire nelle diverse fasi e livelli dei processi tipici del settore assumendo strategie di presidio gestionale e di sviluppo imprenditoriale delle attività;
- cogliere la domanda e i bisogni espressi dal cliente, contribuendo creativamente alla predisposizione di un'offerta di servizi personalizzati e contestualizzati rispetto all'ambiente naturale, economico, culturale e sociale di riferimento.

e nello specifico a:

- gestire le fasi di lavoro, sulla base degli ordini, coordinando l'attività di reparto identificare situazioni di rischio potenziale per la sicurezza, la salute e l'ambiente nel luogo di lavoro, promuovendo l'assunzione di comportamenti corretti e consapevoli di prevenzione

B. per l'ambito **"Gestione degli acquisti"** concorre a mettere lo studente in grado di:

- sviluppare atteggiamenti improntati ad una maggiore capacità di ascolto, di dialogo, di confronto, di elaborazione, di espressione e di argomentazione delle proprie opinioni, idee e valutazioni per l'interlocuzione culturale, la collaborazione e la cooperazione con gli altri;
- presidiare il processo di riferimento con esercizio di attività relative all'individuazione delle risorse, alla predisposizione delle lavorazioni-fasi, all'organizzazione operativa, al monitoraggio in itinere, alla valutazione finale del risultato, all'implementazione di procedure di miglioramento continuo;
- coordinare e sorvegliare attività di routine svolte da altri in riferimento alla corretta esecuzione-applicazione, al rispetto delle norme di sicurezza, all'adozione dei protocolli per la qualità e il miglioramento continuo
- sviluppare una maggiore interrelazione con gli interlocutori esterni all'organizzazione lavorativa;
- riconoscere che il proprio lavoro si inserisce in un contesto lavorativo di settore a domanda dinamica e, di conseguenza, identificare le implicazioni in termini di aggiornamento, crescita e sviluppo professionale continui;
- adattare al contesto di riferimento i principi dell'organizzazione, della gestione e del controllo dei processi lavorativi del settore;
- intervenire nelle diverse fasi e livelli dei processi tipici del settore assumendo strategie di presidio gestionale e di sviluppo imprenditoriale delle attività;

- cogliere la domanda e i bisogni espressi dal cliente, contribuendo creativamente alla predisposizione di un'offerta di servizi personalizzati e contestualizzati rispetto all'ambiente naturale, economico, culturale e sociale di riferimento.

e nello specifico a:

- definire le esigenze di acquisto, individuando i fornitori e gestendo il processo di approvvigionamento;
- identificare situazioni di rischio potenziale per la sicurezza, la salute e l'ambiente nel luogo di lavoro, promuovendo l'assunzione di comportamenti corretti e consapevoli di prevenzione.

C. per l'ambito **"Ideazione/Progettazione"** concorre a mettere lo studente in grado di:

- acquisire maggiore curiosità ed interesse nei confronti della realtà intesa come entità complessa
- presidiare il processo di riferimento con esercizio di attività relative all'individuazione delle risorse, alla predisposizione delle lavorazioni-fasi, all'organizzazione operativa, al monitoraggio in itinere, alla valutazione finale del risultato, all'implementazione di procedure di miglioramento continuo;
- coordinare e sorvegliare attività di routine svolte da altri in riferimento alla corretta esecuzione-applicazione, al rispetto delle norme di sicurezza, all'adozione dei protocolli per la qualità e il miglioramento continuo
- riconoscere che il proprio lavoro si inserisce in un contesto lavorativo di settore a domanda dinamica e, di conseguenza, identificare le implicazioni in termini di aggiornamento, crescita e sviluppo professionale continui;
- avvalersi consapevolmente e criticamente in maniera organizzata e sistematica delle tecnologie e delle tecniche specifiche del settore dentro il quadro delle normative e dei disciplinari di riferimento dei processi lavorativi di settore assicurando, anche rispetto all'operato di altri, l'assunzione di comportamenti coerenti con i principi di etica, di deontologia professionale e con la tutela della riservatezza, della sicurezza e salute sui luoghi di vita e di lavoro, dell'ambiente e del territorio;
- valorizzare le potenzialità creative delle tecnologie, di prodotti e di servizi innovativi del settore;
- cogliere la domanda e i bisogni espressi dal cliente, contribuendo creativamente alla predisposizione di un'offerta di servizi personalizzati e contestualizzati rispetto all'ambiente naturale, economico, culturale e sociale di riferimento.

e nello specifico a:

- formulare proposte di prodotti/servizi, interpretando i bisogni e promuovendo la fidelizzazione del cliente
- predisporre menù e prodotti gastronomici e di arte bianca in riferimento alle caratteristiche organolettiche e merceologiche delle materie prime ed alla tipicità del prodotto
- riconoscere e interpretare i diversi stili alimentari legati ad aspetti sociali, culturali ed economici
- rappresentare processi e risolvere situazioni problematiche del settore professionale in base a modelli e procedure matematico-scientifiche

D. Per l'ambito **"Conservazione, confezionamento e vendita"** concorre a mettere lo studente in grado di:

- cogliere la domanda e i bisogni espressi dal cliente, contribuendo creativamente alla predisposizione di un'offerta di servizi personalizzati e contestualizzati rispetto all'ambiente naturale, economico, culturale e sociale di riferimento
- avvalersi consapevolmente e criticamente in maniera organizzata e sistematica delle tecnologie e delle tecniche specifiche del settore dentro il quadro delle normative e dei disciplinari di riferimento dei processi lavorativi di settore assicurando, anche rispetto all'operato di altri, l'assunzione di comportamenti coerenti con i principi di etica, di deontologia professionale e con la tutela della riservatezza, della sicurezza e salute sui luoghi di vita e di lavoro, dell'ambiente e del territorio
- presidiare il processo di riferimento con esercizio di attività relative all'individuazione delle risorse, alla predisposizione delle lavorazioni-fasi, all'organizzazione operativa, al monitoraggio in itinere, alla valutazione finale del risultato, all'implementazione di procedure di miglioramento continuo;
- coordinare e sorvegliare attività di routine svolte da altri in riferimento alla corretta esecuzione-applicazione, al rispetto delle norme di sicurezza, all'adozione dei protocolli per la qualità e il miglioramento continuo
- riconoscere che il proprio lavoro si inserisce in un contesto lavorativo di settore a domanda dinamica e, di conseguenza, identificare le implicazioni in termini di aggiornamento, crescita e sviluppo professionale continui;
- adattare al contesto di riferimento i principi dell'organizzazione, della gestione e del controllo dei processi lavorativi del settore;
- intervenire nelle diverse fasi e livelli dei processi tipici del settore assumendo strategie di presidio gestionale e di sviluppo imprenditoriale delle attività;
- valorizzare le potenzialità creative delle tecnologie, di prodotti e di servizi innovativi del settore;

e nello specifico a:

- -programmare e gestire la produzione, la conservazione, l'etichettatura, lo stoccaggio, il trasporto e la vendita di prodotti lievitati e dolciari utilizzando procedure e tecnologie innovative e applicando profili normativi di igiene e gli standard di qualità

- rappresentare processi e risolvere situazioni problematiche del settore professionale in base a modelli e procedure matematico-scientifiche

CONOSCENZE ESSENZIALI	ABILITÀ
C.1 Elementi di analisi del mercato C.2 Modelli organizzativi delle imprese operanti nei settori di riferimento C.3 Strategie di promozione C.4 Tecniche di reporting C.5 Elementi di budgeting C.6 Elementi di contrattualistica fornitori C.7 Elementi di tecnica commerciale C.8 Analisi dei costi e del rapporto qualità prezzo C.9 Tecniche di indagine finalizzate alla fidelizzazione del cliente C.10 Elementi di marketing	A.1 Applicare criteri di economicità A.2 Applicare tecniche di analisi del mercato A.4 Applicare tecniche di promozione A.5 Utilizzare strumenti e documenti di reporting A.6 Applicare tecniche di selezione dei fornitori A.7 Applicare tecniche di valutazione delle offerte A.8 Applicare tecniche e criteri di budgeting A.9 Applicare tecniche di analisi dei costi e del rapporto qualità prezzo A.10 Applicare tecniche di indagine finalizzate alla fidelizzazione del cliente A.11 Evidenziare in etichetta materie prime di qualità come strumento di marketing



CRITERI DI VERIFICA E VALUTAZIONE: - H.72. PROVE S/O

Per ogni modulo verrà effettuata almeno una verifica scritta e/o orale.

Nella valutazione degli elaborati e nei colloqui orali si terrà conto:

- Delle conoscenze e competenze acquisite
- Dei progressi rispetto ai livelli di partenza
- Dell'impegno e della partecipazione

GRIGLIA DI VALUTAZIONE

DESCRIZIONE DEI CRITERI	VALUTAZIONI	VOTO IN DECIMI
L'alunno conosce e padroneggia gli argomenti proposti, sa elaborare ed applicare autonomamente le conoscenze e valutare in modo critico contenuti e procedure, esposizione sicura e personale.	OTTIMO	10
L'alunno conosce e padroneggia gli argomenti proposti, la preparazione è precisa, sa applicare autonomamente le conoscenze e valutare procedure, esposizione sicura e corretta.	DISTINTO	9
L'alunno conosce e comprende gli argomenti affrontati, individuandone gli elementi costitutivi, la preparazione è precisa, si sforza di offrire contributi personali, esposizione corretta	BUONO	8
L'alunno conosce gli elementi fondamentali della disciplina acquisiti con impegno costante e interesse, l'argomentazione è lineare e l'esposizione per lo più corretta	DISCRETO	7
L'alunno conosce gli elementi fondamentali della disciplina acquisiti in modo semplice e senza particolari elaborazioni personali l'argomentazione è lineare e l'esposizione è generalmente corretta.	SUFFICIENTE	6
Conoscenza incompleta e insicura degli argomenti fondamentali. Pur avendo acquisito parziali abilità l'alunno non sa utilizzarle in modo autonomo e commette errori. Esposizione incerta e non lineare. Le carenze indicate non sono però di gravità tale da impedire con un impegno adeguato un recupero completo della preparazione.	INSUFFICIENTE	5
Conoscenza estremamente frammentaria o del tutto inesistente. L'alunno non svolge neppure prove semplici. Non è in grado di esporre nessun argomento. Le carenze sono talmente profonde da poter pregiudicare il proseguimento degli studi.	GRAVEMENTE INSUFFICIENTE	4-0

MODULO 1 ECO	L'ANALISI DEI COSTI DELLE IMPRESE RISTORATIVE			
	Metodo: LEZIONI FRONTALI; LAVORI DI GRUPPO; LAVORO DI AUTOCORREZIONE; ESERCIZI SVOLTI DAGLI ALUNNI ALLA LAVAGNA; COMPITI PER CASA; RICERCHE DEGLI ARGOMENTI CON L'UTILIZZO DEL COMPUTER			Periodo: APRILE/MAGGIO Durata: 14 ore
AMBITO	COMPETENZE	CONTENUTI	ABILITA'	CONOSCENZE ESSENZIALI
IDEAZIONE/PROGETTAZIONE	<ul style="list-style-type: none"> Ideare e predisporre proposte gastronomiche sulla base delle esigenze e aspettative del cliente e nello specifico: rappresentare processi e risolvere situazioni problematiche del settore professionale in base a modelli e procedure matematiche 	<ul style="list-style-type: none"> Classificazione dei costi Metodo di calcolo dei costi F&B cost Food cost Break Even Point 	<ul style="list-style-type: none"> -Applicare tecniche di analisi dei costi e del rapporto qualità-prezzo. 	Analisi dei costi e del rapporto qualità prezzo

MODULO 2 ECO	ATTIVITÀ ECONOMICA DELL'IMPRESA E IL MERCATO			
	Metodo: LEZIONI FRONTALI; LAVORI DI GRUPPO; LAVORO DI AUTOCORREZIONE; ESERCIZI SVOLTI DAGLI ALUNNI ALLA LAVAGNA; COMPITI PER CASA; RICERCHE DEGLI ARGOMENTI CON L'UTILIZZO DEL COMPUTER			Periodo: SETTEMBRE/OTTOBRE/NOVEMBRE Durata: 28 ore
AMBITO	COMPETENZE	CONTENUTI	ABILITA'	CONOSCENZE ESSENZIALI
GESTIONE E ORGANIZZAZIONE DEL LAVORO	<ul style="list-style-type: none"> Individuare e gestire modelli organizzativi funzionali all'ottimizzazione delle risorse disponibili 	<ul style="list-style-type: none"> Bisogni e beni. Attività economica. Azienda e sue classificazioni. Impresa individuale e collettiva. Le società di persone. Le società di capitali. Modelli organizzativi: <ul style="list-style-type: none"> - gerarchico -funzionale -gerarchico-funzionale -divisionale Analisi del mercato: <ul style="list-style-type: none"> -analisi SWOT - le ricerche di mercato e suoi metodi 	<ul style="list-style-type: none"> -Applicare criteri di economicità. -Applicare tecniche di analisi del mercato -Applicare tecniche di promozione -Utilizzare strumenti e documenti di reporting 	<ul style="list-style-type: none"> -Modelli organizzativi del reparto e dell'impresa ristorativa. -Elementi di analisi del mercato -Strategie di promozione -Tecniche di reporting

MODULO 3 ECO		MODALITÀ DI VALUTAZIONE DELLE OFFERTE		
		Metodo: LEZIONI FRONTALI; LAVORI DI GRUPPO; LAVORO DI AUTOCORREZIONE; ESERCIZI SVOLTI DAGLI ALUNNI ALLA LAVAGNA; COMPITI PER CASA; RICERCHE DEGLI ARGOMENTI CON L'UTILIZZO DEL COMPUTER		Periodo: GENNAIO/FEBBRAIO Durata: 14 ore
AMBITO	COMPETENZE	CONTENUTI	ABILITA'	CONOSCENZE ESSENZIALI
GESTIONE DEGLI ACQUISTI	<ul style="list-style-type: none"> • Definire e pianificare le esigenze di acquisto, gestendo il processo di approvvigionamento 	<ul style="list-style-type: none"> • Elementi di contrattualistica fornitori e valutazione delle offerte • Il contratto di compravendita • Il budgeting 	<ul style="list-style-type: none"> • -Applicare tecniche di selezione dei fornitori • - Applicare tecniche di valutazione delle offerte • - Applicare tecniche e criteri di budgeting 	<ul style="list-style-type: none"> • -Elementi di contrattualistica fornitori • -Elementi di tecnica commerciale • -Elementi di budgeting

MODULO 4 ECO	MARKETING DELLE IMPRESE DI SETTORE			
	Metodo: LEZIONI FRONTALI; LAVORI DI GRUPPO; LAVORO DI AUTOCORREZIONE; ESERCIZI SVOLTI DAGLI ALUNNI ALLA LAVAGNA; COMPITI PER CASA; RICERCHE DEGLI ARGOMENTI CON L'UTILIZZO DEL COMPUTER			Periodo: MARZO Durata: 16 ore
AMBITO	COMPETENZE	CONTENUTI	ABILITA'	CONOSCENZE ESSENZIALI
CONSERVAZIONE, CONFEZIONAMENTO E VENDITA	<ul style="list-style-type: none"> • Curare l'etichettatura per favorire un acquisto consapevole da parte del consumatore 	<ul style="list-style-type: none"> • Il marketing e suoi obiettivi • Strategie di marketing: obiettivi aziendali e strategie • Marketing mix • Ciclo di vita di un prodotto alimentare 	<ul style="list-style-type: none"> • -Evidenziare in etichetta materie prime di qualità come strumento di marketing • -Applicare tecniche di indagine finalizzate alla fidelizzazione del cliente. 	<ul style="list-style-type: none"> • -Elementi di marketing • -Tecniche di indagine finalizzate alla fidelizzazione del cliente.