Allegato 2 - G

Indirizzo "*Enogastronomia e ospitalità alberghiera*"
Articolo 3, comma 1, lettera g) – D.Lgs. 13 aprile 2017, n. 61

DESCRIZIONE SINTETICA

Il Diplomato di istruzione professionale nell'indirizzo "**Enogastronomia e ospitalità alberghiera**" possiede specifiche competenze tecnico pratiche, organizzative e gestionali nell'intero ciclo di produzione, erogazione e commercializzazione della filiera dell'enogastronomia e dell'ospitalità alberghiera. Nell'ambito degli specifici settori di riferimento delle aziende turistico-ristorative, opera curando i rapporti con il cliente, intervenendo nella produzione, promozione e vendita dei prodotti-e dei servizi, valorizzando le risorse enogastronomiche secondo gli aspetti culturali, artistici e del Made in Italy in relazione al territorio.

RISULTATI DI APPRENDIMENTO

A conclusione del percorso quinquennale, il Diplomato consegue i risultati di apprendimento elencati al punto 1.1. dell'Allegato A) comuni a tutti i percorsi, oltre ai risultati di apprendimento tipici del profilo di indirizzo, di seguito specificati in termini di competenze:

Competenza 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.	
Abilità minime	**Conoscenze essenziali**
Diversificare il prodotto/servizio in base alle nuove tendenze, ai modelli di consumo, alle pratiche professionali e agli sviluppi tecnologici e di mercato Utilizzare tecniche e strumenti di presentazione e promozione del prodotto/servizio rispondenti alle aspettative e agli stili di vita del target di riferimento Progettare attività promozionali e pubblicitarie secondo il tipo di clientela e la tipologia di struttura Monitorare il grado di soddisfazione della clientela, applicando tecniche di fidelizzazione post vendita del cliente	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

Competenza 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.	
Abilità minime	**Conoscenze essenziali**
Gestire il processo di consegna, stoccaggio e monitoraggio delle merci/prodotti/servizi Identificare quali-quantitativamente le risorse necessarie per la realizzazione del prodotto/servizio programmato Applicare criteri di pianificazione del proprio lavoro, operando in équipe e interagendo con le altre figure professionali e i vari reparti Controllare la corrispondenza del prodotto/servizio ai parametri predefiniti. Classificare e configurare i costi per verificare la sostenibilità economica del prodotto/servizio Rilevare i mutamenti culturali, sociali, economici e tecnologici che influiscono sull'evoluzione dei bisogni e sull'innovazione dei processi di produzione di prodotti e servizi	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

Competenza n. 3 Applicare correttamente il sistema HACCP, la normativa sulla sicurezza e sulla salute nei luoghi di lavoro.	
Abilità minime	**Conoscenze essenziali**
Applicare le normative che disciplinano i processi dei servizi, con riferimento alla riservatezza, alla sicurezza e salute sui luoghi di vita e di lavoro, dell'ambiente e del territorio Applicare efficacemente il sistema di autocontrollo per la sicurezza dei prodotti alimentari in conformità alla normativa regionale, nazionale e comunitaria in materia di HACCP Garantire la tutela e sicurezza del cliente (in particolare, bambini, anziani, diversamente abili)	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

Competenza 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	
Abilità minime	**Conoscenze essenziali**
Elaborare un'offerta di prodotti e servizi enogastronomici atti a promuovere uno stile di vita equilibrato dal punto di vista nutrizionale e sostenibile dal punto di vista ambientale Predisporre e servire prodotti enogastronomici in base a specifiche esigenze dietologiche e/o disturbi e limitazioni alimentari Definire offerte gastronomiche qualitativamente ed economicamente sostenibili Attivare interventi di informazione, comunicazione ed educazione ambientale mediante il coinvolgimento della clientela e degli *stakeholder*	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

Competenza n. 5 *Valorizzare l'elaborazione e la presentazione di prodotti dolciari e di panificazione locali, nazionali e internazionali utilizzando tecniche tradizionali e innovative*	
Abilità minime	**Conoscenze essenziali**
Applicare correttamente tecniche di lavorazione di prodotti dolciari e da forno scegliendo le materie prime in base alla qualità, alla tipicità, al loro valore nutrizionale e bilanciandole in funzione del prodotto finito Apportare alle ricette originali di un prodotto dolciario o da forno delle variazioni personali, in funzione dell'evoluzione del gusto, o delle esigenze della clientela con particolari esigenze alimentari. Configurare in modo creativo il prodotto finito scegliendo la decorazione in funzione dell'elaborato preparato Rilevare gusti e tendenze del target di clientela di riferimento in ambito dolciario	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

Competenza 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.	
Abilità minime	**Conoscenze essenziali**
Usare modalità di interazione e codici diversi a seconda della tipologia di clientela per descrivere e valorizzare i servizi sia in forma orale che scritta anche in L2 Adottare un atteggiamento di apertura, ascolto ed interesse nei confronti del cliente straniero e della sua cultura Assistere il cliente nella fruizione del servizio interpretandone preferenze e richieste e rilevandone il grado di soddisfazione Gestire la fidelizzazione del cliente mediante tecniche di *customer care* Identificare e comprendere le differenze gestuali, prossemiche e di valori culturali Adattare la propria interazione al profilo e alle attese dell'interlocutore straniero	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

Competenza 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.*	
Abilità minime	**Conoscenze essenziali**
Attuare l'informazione e la promozione di un evento enogastronomico, turistico-culturale in funzione del target di riferimento e nell'ottica della valorizzazione del Made in Italy. Definire le caratteristiche funzionali e strutturali dei servizi da erogare in relazione alla tipologia di evento Definire le specifiche per l'allestimento degli spazi e per le operazioni di banqueting / catering	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

Applicare tecniche di allestimento di strumentazioni, accessori e decorazioni in base al servizio da erogare e rispondente a principi estetici Determinare le modalità e i tempi di erogazione delle singole attività per la realizzazione dell'evento Valutare lo stato di avanzamento dell'evento in funzione del programma stabilito e in presenza di anomalie attuare azioni finalizzate a correggere e migliorare il piano di lavorazione Applicare metodi e procedure standard per il monitoraggio delle attività post evento	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

Competenza 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.	
Abilità minime	**Conoscenze essenziali**
Posizionare l'offerta turistica identificando servizi primari e complementari per una proposta integrata coerente con il contesto e le esigenze della clientela Valutare la compatibilità dell'offerta turistica integrata con i principi dell'eco sostenibilità Realizzare azioni di promozione di *Tourism Certification* Determinare gli indicatori di costo per la realizzazione del servizio turistico	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

Competenza 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.	
Abilità minime	**Conoscenze essenziali**
Assistere il cliente nella fruizione del servizio interpretandone preferenze e richieste Informare sui servizi disponibili ed extra di vario tipo, finalizzati a rendere gradevole la permanenza presso la struttura ricettiva Applicare tecniche di ricettività e accoglienza in linea con la tipologia di servizio ricettivo e il target di clientela, al fine di garantire l'immagine e lo stile della struttura e valorizzare il servizio offerto Rilevare il grado di soddisfazione della clientela e tradurre i risultati dei rilevamenti in proposte migliorative del prodotto/servizio Gestire la fidelizzazione del cliente mediante la programmazione di iniziative di *customer care e di costumer satisfation*	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

Competenza 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.	
Abilità minime	**Conoscenze essenziali**
Applicare tecniche di *benchmarking* Individuare i target e gli indicatori di *performance* Monitorare periodicamente gli indicatori attraverso la rilevazione e l'analisi dei costi, dei risultati	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

Competenza 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.	
Abilità minime	**Conoscenze essenziali**
Progettare attività /iniziative di varia tipologia atte a valorizzare le tipicità del territorio Attuare l'informazione e la promozione di itinerari enogastronomici, artistici, naturalistici, eventi, attrazioni riferiti al territorio di appartenenza	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

Il profilo dell'indirizzo è declinato e orientato dalle istituzioni scolastiche all'interno delle macro aree di attività che contraddistinguono la filiera, con riferimento ai codici ATECO e alle specifiche caratterizzazioni (*Enogastronomia, Arte Bianca e Pasticceria, Sala-bar e vendita e Accoglienza Turistica)*.

RIFERIMENTO ALLE ATTIVITA' ECONOMICHE REFERENZIATE AI CODICI ATECO

L'indirizzo di studi fa riferimento alle seguenti attività, contraddistinte dai codici ATECO adottati dall'Istituto nazionale di statistica per le rilevazioni statistiche nazionali di carattere economico ed esplicitati a livello di Sezione e di correlate Divisioni:

I - ATTIVITA' DEI SERVIZI DI ALLOGGIO E DI RISTORAZIONE

I - 55 ALLOGGIO
I - 56 ATTIVITÀ DEI SERVIZI DI RISTORAZIONE

C - ATTIVITÀ MANUFATTURIERE

C - 10 INDUSTRIE ALIMENTARI

N NOLEGGIO, AGENZIE DI VIAGGIO, SERVIZI DI SUPPORTO ALLE IMPRESE

N - 79 ATTIVITÀ DEI SERVIZI DELLE AGENZIE DI VIAGGIO, DEI TOUR OPERATOR E SERVIZI DI PRENOTAZIONE E ATTIVITÀ CONNESSE

CORRELAZIONE AI SETTORI ECONOMICO-PROFESSIONALI

Il Profilo in uscita dell'indirizzo di studi viene correlato ai seguenti settori economico-professionali indicati nel decreto del Ministro del lavoro e delle politiche sociali, di concerto con il Ministro dell'istruzione, dell'università e della ricerca, del 30 giugno 2015, pubblicato nella Gazzetta ufficiale del 20 luglio 2015, n. 166:

SERVIZI TURISTICI
PRODUZIONI ALIMENTARI

s

Allegato 2-F

Indirizzo "Servizi Commerciali"
Articolo 3, comma 1, lettera f) - D.Lgs. 13 aprile 2017, n. 61

DESCRIZIONE SINTETICA

Il Diplomato di istruzione professionale nell'indirizzo "Servizi commerciali" partecipa alla realizzazione dei processi amministrativo-contabili e commerciali, con autonomia e responsabilita' esercitate nel quadro di azione stabilito e delle specifiche assegnate nell'ambito di una dimensione operativa della gestione aziendale. Utilizza le tecnologie informatiche di piu' ampia diffusione. Supporta le attivita' di pianificazione, programmazione, rendicontazione relative alla gestione. Collabora alle attivita' di comunicazione, marketing e promozione dell'immagine aziendale in un ambito territoriale o settoriale, attraverso l'utilizzo di strumenti tecnologici innovativi, orientando le azioni nell'ambito socio-economico e interagendo con soggetti e istituzioni per il posizionamento dell'azienda in contesti locali, nazionali e internazionali. Riferisce a figure organizzative intermedie in organizzazioni di medie e grandi dimensioni, ovvero direttamente al management aziendale in realta' organizzative di piccole dimensioni.

RISULTATI DI APPRENDIMENTO

A conclusione del percorso quinquennale, il Diplomato consegue i risultati di apprendimento elencati al punto 1.1. dell'Allegato A), comuni a tutti i percorsi, oltre ai risultati di apprendimento specifici del profilo di uscita dell'indirizzo, di seguito articolati in termini di competenze, conoscenze essenziali e abilita' minime.

Competenza n. 1

Interagire nei sistemi aziendali riconoscendone i diversi modelli organizzativi, le diverse forme giuridiche con cui viene svolta l'attivita' e le modalita' di trasmissione dei flussi informativi, collaborando alla stesura di documenti aziendali di rilevanza interna ed esterna e all'esecuzione degli adempimenti civilistici e fiscali ricorrenti.

Abilita' minime	Conoscenze essenziali
Interpretare un organigramma aziendale	Principi di organizzazione aziendale
Identificare le modalita' di trasmissione dei flussi informativi nell'organizzazione aziendale	Forme giuridiche per l'esercizio dell'attivita' d'impresa
Identificare e applicare i profili normativi e di responsabilita' legati alle diverse forme giuridiche di impresa	Elementi di gestione d'impresa

Contribuire alla stesura di documenti e atti di natura commerciale Applicare clausole relative al trasporto, l'assicurazione e la consegna delle merci Produrre, interpretare e rilevare correttamente i documenti aziendali secondo le normative civilistica e fiscale Rilevare i fatti di gestione con adeguata metodologia nei sistemi di scritture	Metodi e sistemi di scritture Elementi del sistema tributario italiano Documenti e clausole commerciali in campo nazionale e internazionale

Competenza n. 2

Curare l'applicazione, l'adattamento e l'implementazione dei sistemi informativi aziendali, contribuendo a semplici personalizzazioni degli applicativi informatici e degli spazi di archiviazione aziendale, a supporto dei processi amministrativi, logistici o commerciali, tenendo conto delle norme, degli strumenti e dei processi che garantiscono il trattamento dei dati e la loro protezione in condizioni di sicurezza e riservatezza.

Abilita' minime	Conoscenze essenziali
Utilizzare le tecnologie informatiche di piu' ampia diffusione a supporto della gestione digitale dei processi amministrativi, contabili, commerciali e logistici Applicare la normativa sulla sicurezza e riservatezza dei dati nel trattamento, elaborazione e diffusione di dati e documenti aziendali Collaborare all'analisi dei dati aziendali e di settore Utilizzare i linguaggi informatici di piu' ampia diffusione per la personalizzazione dei software applicativi e del web	Strumenti tecnologici e software applicativi professionali di piu' ampia diffusione per la rilevazione e l'archiviazione dei dati aziendali e per la gestione dei processi amministrativi, contabili, commerciali e logistici Elementi fondamentali dei linguaggi informatici di piu' ampia diffusione Sistema, direttive e normative sulla sicurezza e riservatezza del trattamento dei dati aziendali

Competenza n. 3

Collaborare alle attivita' di pianificazione, programmazione, rendicontazione, rappresentazione e comunicazione dei risultati della gestione, contribuendo alla valutazione dell'impatto economico e finanziario dei processi gestionali.

Abilita' minime	Conoscenze essenziali
Applicare tecniche di programmazione, rendicontazione, rappresentazione e comunicazione delle attivita' e dei risultati della gestione Redigere e interpretare strumenti di pianificazione e	Strumenti e tecniche di programmazione delle attivita' e di monitoraggio dei risultati raggiunti Tecniche di reporting

programmazione dell'attivita' aziendale Applicare procedure e istruzioni operative di reporting Applicare la normativa nazionale e comunitaria per la valutazione di elementi aziendali e la redazione di strumenti di rendicontazione e rappresentazione dei risultati aziendali oggetto di comunicazione facoltativa e obbligatoria Interpretare letteralmente i documenti per la rappresentazione e la comunicazione dei risultati della gestione Collaborare nei processi logistici aziendali e alla gestione delle scorte del magazzino	Profili normativi nazionali e internazionali per la rappresentazione e la comunicazione dei risultati aziendali Metodi e sistemi per il controllo di gestione Metodologie e sistemi di gestione delle scorte

Competenza n. 4

Collaborare, nell'area della funzione commerciale, alla realizzazione delle azioni di fidelizzazione della clientela, anche tenendo conto delle tendenze artistiche e culturali locali, nazionali e internazionali, contribuendo alla gestione dei rapporti con i fornitori e i clienti, anche internazionali, secondo principi di sostenibilita' economico-sociale legati alle relazioni commerciali.

Abilita' minime	Conoscenze essenziali
Leggere e intrepretare le tendenze dei mercati di riferimento, storiche e contemporanee, anche alla luce delle tendenze culturali e artistiche locali, nazionali e internazionali Comprendere testi scritti e orali coerenti e coesi, utilizzare le principali tipologie testuali, produrre testi scritti e orali, nella dimensione tecnico-professionale, in due lingue straniere Cogliere le variabili di scelta dei piu' efficaci canali distributivi per i prodotti/servizi da immettere sul mercato Utilizzare tecniche di relazione e comunicazione commerciale Applicare tecniche di fidelizzazione della clientela Applicare procedure e metodi per la raccolta del feed-back a supporto della customer satisfaction Identificare gli elementi	Normative di riferimento e profili di responsabilita' nella gestione dei dati, documenti e informazioni commerciali Principali movimenti e tendenze culturali e artistici locali, nazionali e internazionali, storici e contemporanei Strategie di esposizione orale e scritta in un lessico e una fraseologia di settore in due lingue straniere Principali azioni per la fidelizzazione della clientela Metodi e sistemi di rilevazione, anche con strumenti tecnologici e software applicativi, per la gestione dei rapporti con i clienti e i fornitori Tecniche di packaging e commercializzazione dei prodotti

economico-sociali delle transazioni commerciali, nazionali e internazionali	Riflessi economico-sociali delle transazioni commerciali nazionali e internazionali

Competenza n. 5

Collaborare alla realizzazione di azioni di marketing strategico ed operativo, all'analisi dei mercati, alla valutazione di campagne informative, pubblicitarie e promozionali del brand aziendale adeguate alla mission e alla policy aziendale, avvalendosi dei linguaggi piu' innovativi e anche degli aspetti visivi della comunicazione.

Abilita' minime	Conoscenze essenziali
Applicare strumenti operativi per il raggiungimento degli obiettivi delineati dal piano operativo e strategico di marketing Leggere e interpretare le informazioni statistiche piu' diffusi per la conduzione di ricerche di mercato Individuare e analizzare le esigenze comunicative dell'azienda traducendole in un progetto pubblicitario/comunicativo Cogliere le strategie, le tecniche, i modelli e i linguaggi della comunicazione sui diversi media Applicare il modello comunicativo della organizzazione di appartenenza tra i diversi linguaggi Utilizzare i diversi linguaggi mediatici e anche gli aspetti visivi della comunicazione per la promozione e la comunicazione di attivita' e prodotti Utilizzare a fini promozionali i social media e i social network Scegliere o predisporre materiali informativi da diffondere secondo differenti modalita' operative	Strategie, tecniche, elementi di marketing e di analisi dei mercati Elementi di statistica in funzione delle ricerche di mercato Strategie, tecniche, modelli e linguaggi della comunicazione commerciale e pubblicitaria, nella loro evoluzione e sviluppo storico Fasi della progettazione pubblicitaria e piano della comunicazione aziendale Tecniche di web marketing Strategie e tecniche di promozione del brand aziendale Tecniche e strumenti di progettazione e composizione editoriale e/o visiva per la comunicazione aziendale Normative nazionali e comunitarie di riferimento

Competenza n. 6

Operare in sicurezza e nel rispetto delle norme di igiene e di salvaguardia ambientale, prevenendo eventuali situazioni di rischio.

Abilita' minime	Conoscenze essenziali
Individuare i principali segnali di divieto, pericolo e prescrizione tipici delle lavorazioni del settore Adottare comportamenti lavorativi coerenti con	Normativa sulla salute e sicurezza nei luoghi di lavoro come formazione generale e specifica

le norme di igiene e sicurezza sul lavoro e con la salvaguardia/sostenibilita' ambientale	del lavoratore
Utilizzare i dispositivi di protezione individuale e collettiva	Dispositivi di protezione individuale e collettiva
	Normativa ambientale e fattori di inquinamento

Competenza n. 7

Collaborare nella ricerca di soluzioni finanziarie e assicurative adeguate ed economicamente vantaggiose, tenendo conto delle dinamiche dei mercati di riferimento e dei macro-fenomeni economici nazionali e internazionali

Abilita' minime	Conoscenze essenziali
Utilizzare gli strumenti per il calcolo finanziario adattandoli alle diverse esigenze aziendali	Metodologie e strumenti per il calcolo finanziario
Scegliere tra gli strumenti di pagamento, quelli piu' adeguati alle esigenze aziendali	La moneta bancaria e gli strumenti di pagamento alternativi al contante: carte di debito, carte di credito, assegni e bonifici
Orientarsi nel sistema bancario	Il sistema bancario e finanziario: soggetti, strumenti e funzioni; la relazione tra banche e clienti
Scelta delle diverse forme di finanziamento	Elementi e caratteristiche delle diverse forme di finanziamento
Scegliere tra diverse forme di investimento in funzione del rapporto tra rischio e rendimento	Caratteristiche degli investimenti e rapporto tra rischio e rendimento
Orientarsi nella scelta dei prodotti assicurativi sia come forme di investimento, sia come strumenti di protezione previdenziale	Il mercato assicurativo

REFERENZIAZIONE ALLE ATTIVITA' ECONOMICHE

Il Profilo di uscita dell'indirizzo presenta caratteristiche di trasversalita' ad ogni tipo di attivita' economica. Le attivita' economiche referenziate ai codici ATECO di riferimento del profilo di uscita sono quelle relative alle Sezioni, e correlate Divisioni, di cui ai codici di sezione da "A" a "S" compresi e "U".

CORRELAZIONE AI SETTORI ECONOMICO-PROFESSIONALI

In riferimento ai settori economico professionali di cui al decreto del Ministro del lavoro e delle politiche sociali, di concerto con il Ministro dell'istruzione, dell'universita' e della ricerca, del 30 giugno 2015, pubblicato nella Gazzetta ufficiale del 20 luglio 2015, n. 166, il profilo di uscita dell'indirizzo di studi e' correlato al settore "Area comune".