

Programma didattico:

TECNICO SUPERIORE PER LA GESTIONE DI STRUTTURE TURISTICO RICETTIVE

Percorso comune e materie professionalizzanti	1200 ore	TOTALE PERCORSO 1800 ore
Stage	600 ore	



FONDAZIONE ITS
**TURISMO
E ATTIVITÀ
CULTURALI**

SEDE LEGALE

TORINO
Via Monte di Pietà, 2
10121

SEDI OPERATIVE

TORINO
Via Massena, 20
10128

TELEFONO
+39 011 0371500

BRA (CN)
Piazza Giolitti, 8
12042

TELEFONO
+39 0172 413030

CODICE FISCALE
97807770017

E-MAIL:
info@its-turismopiemonte.it

SITO WEB:
www.its-turismopiemonte.it

Unità Formative / Argomenti	ore
Unità Formativa: ASPETTI COMUNICATIVI E RELAZIONALI	
Argomento: La comunicazione	
	40
Comunicazione orientata al contenuto e al pubblico	
La convergenza tra contenuti e audience	
Contenuti cognitivi ed emotivi	
L'importanza del Feedback	
L'atteggiamento del pubblico	
Come ricercare l'attenzione del pubblico	
LE TIPOLOGIE DI COMUNICAZIONE:	
Comunicare per informare	
La comunicazione collaborativa .	
Comunicare per coinvolgere	
PREPARARE UNA PRESENTAZIONE EFFICACE:	
La curva dell'attenzione	
La struttura di una presentazione efficace Laboratorio di comunicazione	
Argomento: Soft skill	
	30
Empatia e dinamiche di gruppo	
Metodi di problem solving	
Decision making	
Lettura delle emozioni e comportamenti previsionali	
Argomento: Tecniche di vendita	
	28
Le fasi della vendita: interazione/analisi/proposta/conclusione tecniche di fidelizzazione della clientela	
Gli stili di vendita e di acquisto	
La negoziazione	
Gli ostacoli alla negoziazione	
L'atteggiamento positivo/tecniche di vendita telefonica	

in collaborazione con:



per una crescita intelligente,
sostenibile ed inclusiva
www.regione.piemonte.it/europa2020
INIZIATIVA CO-FINANZIATA CON FSE

Unità Formativa: INFORMAZIONE - UTILIZZO STRUMENTI WEB	
Argomento: Tecnologie dell'informazione - uso del web	50
Reazione di un sito con piattaforma open source (Word Press)	
Registrazione del dominio	
Cookies Law	
Scelta e reperimento delle immagini (Google immagini/Icon Finder/Fotolia)	
Diritti di utilizzo delle immagini	
Cenni su interventi di modifica delle immagini	
Regole di impaginazione del testo	
Categorizzazione dei contenuti	
Argomento: Web communication e web ranking	20
Comunicazione tradizionale e web communication	
Comunicazione screen to face	
Comunicazione screen to face asincrona:	
- Posta elettronica	
- Mailing list	
- Newsgroup	
- Siti web	
- I wiki	
- Blog	
Comunicazione screen to face sincrona:	
- Instant messaging	
- Focus-ICQ e Windows Live Messenger	
- IRC – Internet Relay Chat	
- MUD – Multi User Dimension	
- VOIP – Voice Over Internet Protocol	
- Videoconferenze	
Comunicare nel web:	
- Strutturazione del testo	
- Design e ipertesto	
- La struttura della Home page	
I motori di ricerca	
Web ranking	
Cenni di e-business e e-commerce	
Unità Formativa: PRICING E REVENUE MANAGEMENT	
Argomento: Principi di Revenue Management e Pricing	40
Le strategie di gestione della domanda	
Le origini del RM	
Le condizioni economiche	
Le 4 fasi del RM:	
- Raccolta dei dati	
- Stima e previsione	
- Ottimizzazione: alcuni modelli matematici classici in RM	
- Controllo	
La gestione del prezzo	



Prezzi orientati ad obiettivi di posizionamento	
Prezzi orientati ai costi	
Prezzi orientati al mercato	
Threshold value e bid price	
Argomento: Il Revenue Management nell'attività alberghiera	40
Tipo di clientela, prodotti e politiche di prezzo	
I ricavi	
Le stanze	
Le tariffe delle camere	
La prenotazione	
Il PMS (Property Management System)	
La gestione dei casi di overbooking	
Indicatori di performance per il benchmarking alberghiero:	
- Indicatori di occupazione e fatturato	
- Indicatori di costo	
- Indicatori di mercato	
La segmentazione della domanda	
Relazione tra il RM e le strategie delle strutture alberghiere	
Percezione del sistema di RM da parte della clientela	
Unità Formativa: ECONOMIA E PROGRAMMAZIONE NEL SETTORE TURISTICO	
Argomento: Pianificazione territoriale e programmazione turistica	30
Sviluppo turistico e pianificazione	
Pianificazione turistica e sviluppo sostenibile	
Pianificazione del turismo come sistema integrato	
Fasi del processo di pianificazione turistica. La preparazione dello studio e l'identificazione degli obiettivi	
Il processo di pianificazione turistica. Fase della ricerca e dell'analisi dei dati	
Il processo di pianificazione turistica. Formulazione della politica di sviluppo turistico e del piano	
Ruolo delle risorse ambientali nelle scelte di consumo e di produzione turistica	
Metodologie di valutazione degli investimenti turistici	
La valutazione economica delle risorse	
Argomento: Economia del turismo	40
Le scelte del consumatore razionale e l'acquisto di beni turistici	
La domanda di mercato e la domanda turistica	
L'offerta di mercato e l'offerta turistica	
Cos'è e come funziona un mercato: il mercato turistico	
Le configurazioni del mercato e i mercati turistici	
I mercati dei fattori produttivi e la distribuzione del reddito nel settore turistico	
Efficienza e fallimenti dell'economia di mercato. Il turismo come risorsa comune	
Obiettivi e indicatori macroeconomici: i conti dell'Italia e l'apporto del turismo	
L'apporto del turismo alla crescita, all'occupazione e alla stabilità dei prezzi	
Il modello AS-AD per spiegare il funzionamento dei sistemi economici nel breve e nel lungo periodo e il ruolo del turismo:	
- Offerta Aggregata (AS) e Domanda Aggregata (AD)	
- Le componenti turistiche del modello AS-AD	
Il turismo nella congiuntura economica	
I cicli nell'economia italiana e il ruolo del turismo	
La politica economica e turistica in Italia e nell' UE	
Analisi microeconomica del turismo	



Argomento: Statistica applicata	20
Introduzione agli indici di sintesi	
Dal web la prova empirica	
La lettura dei dati	
Le classi di valutazione	
La moda come modello interpretativo	
La metodologia di lavoro verso il prezzo al pubblico	
Gli indici di sintesi: panoramica	
Gli indici di sintesi: metodologia applicata	
La prova empirica: dalla lettura delle OTA agli indici di sintesi	
Principi d'algebra	
Criteri di progettazione budget: la metodologia di sistema dagli indici di sintesi	
Argomento: La gestione economica e finanziaria dell'impresa ricettiva	60
Il capitale:	
- aspetto qualitativo e quantitativo	
- capitale circolante;	
- capitale netto;	
- criteri di valutazione.	
L'inventario nelle imprese alberghiere.	
Esercitazione: Elaborazione di inventari nelle imprese alberghiere.	
La gestione economica:	
L'azienda turistica.	
Gli aggregati aziendali (catene alberghiere, network, ecc.).	
L'analisi dei costi e dei ricavi.	
La ripartizione dei costi comuni tra i prodotti.	
Analisi di redditività aziendale (con riferimento alla metodologia del break even point).	
Costi e ricavi tipici delle imprese turistiche.	
La determinazione dei prezzi.	
Analisi degli investimenti. La gestione economica:	
Le principali caratteristiche del bilancio delle aziende del settore turistico	
Le rilevazioni contabili.	
Le imposte.	
Il bilancio d'esercizio.	
Controllo della produzione e rilevazioni di reparto	
Struttura del piano dei conti	
Programmazione e controllo budgetario	
La programmazione aziendale.	
Programmazione di nuove aziende ricettive.	
Controllo budgetario.	
Il budget nelle imprese alberghiere: articolazione settoriale ed elaborazione nei diversi settori.	
La gestione finanziaria delle imprese turistiche e alberghiere	
Fonti di finanziamento ed equilibrio finanziario: forme di credito ordinario e a medio-lungo termine.	
Leasing e factoring.	
L'analisi finanziaria (ratios)	

Unità Formativa: HOSPITALITY MANAGEMENT	
Argomento: Organizzazione aziendale	20
Gli strumenti dell'organizzazione:	
- strutture e unità organizzative;	
- criteri e modelli di divisione e di coordinamento del lavoro nelle imprese alberghiere;	
- il sistema informativo e aziendale-pianificazione dei processi	
I modelli organizzativi nelle imprese alberghiere	
Organizzazione del lavoro nelle aziende ricettive in relazione alla tipologia e alla localizzazione	
Attrezzature e servizi delle strutture ricettive.	
Applicativi sui modelli organizzativi nelle imprese alberghiere	
Argomento: Tecniche di gestione e amministrazione del personale	40
Le risorse umane come fattore strategico	
Il personale nelle imprese del settore turismo: funzioni e qualifiche	
La pianificazione del fabbisogno di risorse umane	
La ricerca e la selezione	
Gli strumenti operativi per le attività di selezione individuali e di gruppo	
Condurre il colloquio di selezione	
Simulazione di attività di ricerca e selezione Il CCNL per i dipendenti del settore turismo e pubblici esercizi	
Rapporto di lavoro subordinato e parasubordinato	
In relazione a COSTITUZIONE/ TRASFORMAZIONE/ CESSAZIONE del rapporto di lavoro, vengono esaminate:	
- Procedure	
- Adempimenti	
- Documentazione necessaria	
- Scadenze	
- Normative civilistiche di riferimento	
- Normative fiscali di riferimento	
- Rapporti con gli Istituti previdenziali e assicurativi	
Contratto di lavoro	
Applicazione del Contratto Collettivo Nazionale del Lavoro (CCNL)	
Elaborazione e compilazione della documentazione anche attraverso l'utilizzo di software di specifici	
Rilevazione e classificazione delle presenze:	
Registri obbligatori	
Normativa civilistica	
Normativa assicurativa e previdenziale	
Libri e documenti obbligatori:	
-libro matricola	
- libro paga	
- prospetto paga	
- registro presenze giornaliera	
- registro infortuni	
- registro visite mediche	
Norme per la tenuta dei registri obbligatori	



Argomento: La gestione operativa dell'impresa turistica	50
Il reparto ricevimento e alloggio:	
- fase di avvicinamento;	
- fase di check in;	
- fase di live in;	
- gestione del reparto ai piani;	
- gestione del back office;	
- fase di check out	
I processi di approvvigionamento:	
- definizione di capitolati e richiesta di preventivi;	
- predisposizione di contratti ed ordinativi;	
- verifica dell' esecuzione degli ordini.	
Gestione dei processi amministrativi:	
- la gestione della liquidità;	
- gestione scadenziari;	
- politiche di recupero crediti	
Gestione fornitori:	
Pianificazione e rapporti commerciali	
Software gestionali per le strutture ricettive	
Laboratorio di booking on line Gestione del reparto Food & Beverage:	
- elaborazione del budget annuale di Food & Beverage ;	
- definizione di prodotti/servizi ristorativi rispondenti al target ed alla situazione del mercato;	
- coordinamento delle attività di produzione (centro cottura) e di distribuzione (aree servizio ristorativo) secondo gli standard aziendali prefissati;	
- progettazione di pacchetti banqueting e eventi ristorativi/festival gastronomici per la promozione della ristorazione;	
- definizione della struttura tariffaria di prodotti/servizi;	
- cura dell'applicazione del sistema HACCP.	
Gestione dei servizi congressuali:	
- definizione delle procedure di gestione delle sale e dei servizi congressuali;	
- programmazione e coordinamento dei servizi di organizzazione congressuale d'intesa con il committente;	
- coordinazione e comunicazione delle istruzioni sulla gestione degli eventi tra tutti i reparti	
Gestione dei servizi di animazione:	
- predisposizione del programma e dell budget dell'attività di animazione;	
- amministrativi connessi all'attività di animazione;	
- accoglienza ospiti e presentazione dell'equipe di animazione;	
- coordinamento delle attività di animazione	
Argomento: Il territorio e l'accoglienza ricettiva	34
Prodotti enogastronomici tipici e identificativi del territorio	
Gestione green dell'impresa turistico ricettiva	
La valorizzazione degli spazi per la guest experience	



Argomento: Autoimprenditorialità	50
Business plan per ospitalità e turismo	
Realizzare un progetto di start up o di new business per aziende consolidate proponendo innovazione di prodotto o di processo	
Project management	
Analisi di mercato	
Analisi dei rischi e punti di forza e di debolezza	
Budget degli investimenti	
Analisi dei costi aziendali: fissi, variabili, inerenti e di competenza.	
Stime volumi di vendita	
Nozioni base di diritto commerciale	
L'avvio dell'attività d'impresa (inizio attività, autorizzazioni ed adempimenti - IVA)	
Indicazione dei margini e degli indicatori per la valutazione del progetto e per il controllo di gestione	
Argomento: Pubbliche relazioni	40
Public relation: mass media e istituzioni	
Come curare l'opinione pubblica della propria azienda	
- Immagine erogata: cosa si crede di comunicare (...identità/valori aziendali)	
- Immagine percepita: cosa si comunica alla maggioranza del pubblico	
- Branding e indagini di mercato	
Le regole della comunicazione con i media e con la stampa	
- Definire una strategia di comunicazione	
- Utilizzare con efficacia gli strumenti base: conferenza stampa, comunicato stampa, intervista	
- Individuare i media target e conoscere i prodotti e la logica di ciascuno	
- Instaurare un rapporto di fiducia con i giornalisti	
I rapporti con le istituzioni	
- International Affairs: rapporti con istituzioni e organismi sovranazionali e internazionali	
- Lobby- International Affairs: rapporti con le istituzioni pubbliche e gli organi legislativi e regolatori	
- Corporate PR: rapporti con pubblici strategici a favore dell'impresa nel suo complesso	
Unità Formativa: NORMATIVA DI SETTORE	
Argomento: Diritto e legislazione del turismo	40
La legge quadro sul turismo	
Codice del turismo	
Cenni di diritto dell'Unione europea	
Il turismo in ambito europeo	
L'intervento finanziario dell'Unione europea	
Organismi internazionali operanti nel turismo	
Cenni su accordi internazionali e atti europei in materia turistica	
L'amministrazione pubblica del turismo:	
- l'amministrazione diretta;	
- l'amministrazione indiretta e gli enti istituzionali – nazionali e locali – preposti al turismo;	
- gli enti territoriali: le funzioni relative al turismo.	
L'organizzazione privata del turismo:	
- gli enti privati;	
- l'impresa turistica;	
- l'attività ricettiva;	
- il rapporto albergatore – cliente nella disciplina civilistica;	
- l'impresa agrituristica.	

Le agenzie di viaggio e turismo:	
- la disciplina amministrativa e comunitaria;	
- il contratto di viaggio.	
Le professioni turistiche:	
- la disciplina amministrativa e le singole figure professionali	
Legislazione ambientale e tutela dei beni culturali ed ambientali	
Argomento: Il Piano di autocontrollo HACCP	24
Definizione dell'azienda e del prodotto	
- Descrizione dell'azienda e nominativo dell'Operatore del Settore Alimentare o suo delegato, nel rispetto della legislazione vigente	
- Descrizione tipologie prodotti preparati e/o somministrati e/o menù, delle materie prime	
- Elenco delle attrezzature presenti nell'azienda 4	
Descrizione/documentazione dei prerequisiti (GHP e GMP)	
- Requisiti igienici generali applicabili alle strutture destinate agli alimenti	
- Requisiti igienici specifici applicabili ai locali e impianti	
- Requisiti applicabili alle attrezzature	
- Requisiti applicabili ai prodotti alimentari	
- Igiene del personale	
- Formazione del personale	
- Procedure igieniche nelle varie fasi di lavorazione	
- Comportamento del personale	
- Operazioni di sanificazione ambientale	
- Attività di smaltimento rifiuti e sottoprodotti della lavorazione	
- Monitoraggio e lotta agli animali infestanti	
- Rintracciabilità	
Sviluppo del sistema HACCP	
Argomento: Qualità	40
Motivazioni e politiche aziendali connesse all'adozione di un Sistema di Gestione della Qualità	
Le norme ISO: finalità, aree di contenuto, implicazioni operative e gestionali	
I Sistemi di Certificazione Europeo ed Italiano	
I processi aziendali in relazione alla qualità	
Il Sistema di Gestione della Qualità: esempi di strumenti di controllo, il Manuale della Qualità	
La soddisfazione del cliente interno ed esterno all'azienda	
Il miglioramento continuo del prodotto/servizio	
Analisi di customer satisfaction	
Unità Formativa: MARKETING	
Argomento: Incoming marketing	30
L'incoming: segmentazione delle utenze, promozione e comunicazione	
Massimizzazione e valorizzazione della notorietà e dell'immagine della località turistica, agendo anche sulla sua capacità di attrarre flussi di clientela	
La comunicazione: strategie, ruoli, strumenti	
Pubblicità, eventi, promozioni e sponsorizzazioni per le attività turistiche	



Argomento: Tecniche e strumenti di marketing	50
Analisi strategica delle opportunità che offre il territorio	
Le regole Base del Marketing	
Il Brand	
Definizione del mercato e segmentazione	
Definizione dei target: la teoria Personas	
Laboratorio Marketing: costruzione di un progetto	
La definizione del prodotto o del servizio	
La concorrenza	
La crescita del prodotto	
Da un Marketing d'azienda ad un marketing del viaggiatore	
La SWOT Analysis	
Argomento: Digital Marketing e Comunicazione	60
La definizione di una politica di marketing digitale	
Il web Marketing	
Il Social Media Marketing	
Gestione e pubblicazione dei contenuti: CMS	
Le tecniche ADV web e social	
Progettazione di un Piano di comunicazione digitale	
La comunicazione digitale avanzata	
Scrittura creativa	
Storytelling e storyselling	
Laboratorio di scrittura	
La gestione della reputazione digitale	
I Canali di recensione	
Dalla comunicazione per le OTA alla costruzione di un brand digitale	
Argomento: Piano di marketing	20
Pagina iniziale	
Sintesi per il Management (executive summary)	
Indice del contenuto	
Introduzione	
Analisi del contesto	
Pianificazione di marketing	
Implementazione e controllo del piano di marketing	
Sintesi	
Analisi economico-finanziaria	
Argomento: CRM - Customer Relationship management (tecniche di fidelizzazione del cliente)	20
Creare valore, soddisfazione e fedeltà del cliente	
- Il valore percepito dal cliente	
- La soddisfazione del cliente	
- Misura della soddisfazione	
- La qualità di prodotti e servizi per la soddisfazione	
Sviluppare la customer equity nel ciclo di vita del cliente	
Sviluppare la relazione con il cliente	
- Customer relationship management	
- Riconquistare i clienti perduti	
- Attirare e mantenere i clienti	
- Creare fedeltà	
I database di clienti ed il database marketing	



PROJECT WORK	18
Redazione del project work accompagnato da un elaborato teorico e una presentazione visiva	
ORIENTAMENTO	36
Le caratteristiche personali	
Definizione e valutazione dei propri progetti: personale e professionale	
Valorizzazione dei propri progetti: personale e professionale	
LINGUA INGLESE	80
Elementi di fonetica:	
- L'intonazione della frase affermativa e interrogativa.	
- Discriminazione/fissazione dei suoni e degli schemi intonativi.	
Lessico:	
- Ascolto di conversazioni che simulano reali situazioni lavorative	
- Ascolto di brevi narrazioni	
- Ascolto di discorsi inerenti a tematiche tecnico professionali del settore turistico	
Elementi di sintassi:	
- Skimming (lettura estensiva) di testi specialistici, semplici e destinati a un vasto pubblico, con trattazione di temi di interesse professionale.	
- Scanning (lettura intensiva) di brevi articoli di giornale su temi attuali e noti.	
- Lettura di brani, articoli giornalistici, comunicazioni, lettere tipo di aziende, società, banche, autorità.	
Utilizzo del dizionario:	
- Uso di dizionari/glossari.	
- Strumenti informatici e nuove tecnologie per la ricerca dei termini	
Tecniche di conversazione:	
- Espressioni per manifestare la propria opinione per risolvere un problema o per prendere una decisione pratica.	
- Tecniche di conversazione.	
- Descrizione di obiettivi, progetti, opinioni, azioni.	
- Conversazioni e discussioni semplici in situazioni di «faccia a faccia» su argomenti tecnico specifici	
Elementi di microlingua:	
- Lessico e sequenze dialogate tipici dell' ambito alberghiero e ricettivo. Elementi di fonetica:	
- I fenomeni soprasegmentali: - accento; - melodia; - ritmo.	
- Discriminazione/fissazione dei suoni e degli schemi intonativi.	
- Discriminazione dei diversi accenti dei parlanti.	
Lessico:	
- Lessico generale.	
- Lessico professionale di settore	
- La struttura logica del discorso.	
- Gli artifici retorici.	
- Informazioni implicite ed esplicite di un discorso.	
- Ascolto di conversazioni/discorsi in ambito professionale che presentino un'ampia gamma di modi di dire e di espressioni tecniche.	
- Ascolto di discorsi inerenti a interessi e tematiche specifiche del settore	
- Ascolto di informazioni tecniche	
Elementi di sintassi:	
- Approfondimento e ampliamento delle regole sintattiche già acquisite.	
- Skimming (lettura estensiva) dei testi tecnico specifici.	
- Scanning (lettura intensiva) dei testi tecnico specifici.	
- Lettura di brani tratti da testi specialistici.	
- Lettura di corrispondenza su temi relativi ad attività/interessi professionali .	
- Lettura di notizie, articoli su pubblicazioni di settore.	

- Lettura di istruzioni e indicazioni di una certa lunghezza e complessità.	
Utilizzo del dizionario:	
- Uso di dizionari monolingua e bilingui	
- Uso di dizionari/glossari specialistici	
- Metodologie di ricerca dei termini attraverso l'utilizzo di fonti diverse	
- Strumenti informatici e nuove tecnologie per la ricerca dei termini	
Elementi di microlingua:	
- Lessico e sequenze dialogate tipici dell' ambito alberghiero e ricettivo Tecniche di conversazione:	
- Revisione delle espressioni già acquisite per esprimere bisogni, preferenze, intenzioni, desideri, volontà, accordo e disaccordo, causa e la conseguenza.	
- Espressioni per contraddire.	
- Espressioni per argomentare la propria opinione.	
- Manifestazione delle proprie emozioni e stati psicologici.	
- Espressioni per evitare di rispondere in modo diretto.	
- Utilizzo dell'ironizzare.	
- Uso della lingua per esprimere opinioni su argomenti di ordine tecnico professionale	
- Scambio di punti di vista tecnico-professionali nel corso di discussioni tra colleghi e con i clienti	
- Utilizzo delle espressioni idiomatiche e correnti.	
- Narrazione di storie/esperienze/avvenimenti.	
- Scelta ed utilizzo di diversi registri linguistici.	
- Esposizione chiara, nel proprio campo di specializzazione, e capacità di rispondere alle domande del cliente.	
Elementi di microlingua:	
- Lessico specialistico relativo ad all'ambito professionale.	
Lessico e strutture morfosintattiche ricorrenti nella microlingua di riferimento	
LINGUA TEDESCA	120
Elementi di fonetica:	
- Le lettere vocali e consonanti ed i loro suoni	
- Fonemi e coppie minime	
- La pronuncia di sillabe, parole, frasi semplici	
Lessico:	
-Lessico di base relativo alle seguenti aree di contenuto: nazionalità, mestieri, numeri, prezzi, età, date e ore, famiglia, casa, scuola, tempo libero, cibi e bevande, abbigliamento, indicazioni stradali.	
- Ascolto di semplici conversazioni quotidiane	
Elementi di sintassi:	
- Le parti del discorso	
- Elementi principali della proposizione: soggetto, predicato oggetto	
Utilizzo del dizionario:	
- Uso di dizionari/glossari bilingue	
- Strumenti informatici e nuove tecnologie per la ricerca dei termini	
Elementi di grammatica:	
- Aspetti specifici della grammatica della lingua.	
- Elementi della frase:	
sostantivi	
articoli	
aggettivi	
- Forme: genere e numero	
- Verbi: tempi verbali semplici, regolari e irregolari, ausiliari.	
- Pronomi e loro utilizzo nelle frasi semplici.	
- Congiunzioni	



- Preposizioni	
- Avverbi e locuzioni di tempo	
- Scrittura di: messaggi e brevi testi di uso quotidiano; compilazione di moduli con dati personali; semplici lettere di carattere personale. Elementi di fonetica:	
- Le lettere vocali e consonanti ed i loro suoni	
- Fonemi e coppie minime	
- La pronuncia di sillabe, parole, frasi semplici	
Lessico:	
-Lessico di base relativo alle seguenti aree di contenuto: nazionalità, mestieri, numeri, prezzi, età, date e ore, famiglia, casa, scuola, tempo libero, cibi e bevande, abbigliamento, indicazioni stradali.	
- Ascolto di semplici conversazioni quotidiane	
Utilizzo del dizionario:	
- Uso di dizionari/glossari bilingue	
- Strumenti informatici e nuove tecnologie per la ricerca dei termini	
Elementi di sintassi:	
- La proposizione principale:	
- forma affermativa	
- forma negativa	
- forma interrogativa	
- I segni di interpunzione	
- Lettura di: Messaggi scritti di uso quotidiano; Semplici lettere personali; Annunci, cartelloni pubblicitari, segnaletica, ecc. Elementi di fonetica:	
- Le lettere vocali e consonanti ed i loro suoni	
- Fonemi e coppie minime	
- La pronuncia di sillabe, parole, frasi semplici	
Lessico:	
-Lessico di base relativo alle seguenti aree di contenuto: nazionalità, mestieri, numeri, prezzi, età, date e ore, famiglia, casa, scuola, tempo libero, cibi e bevande, abbigliamento, indicazioni stradali.	
- Ascolto di semplici conversazioni quotidiane	
Utilizzo del dizionario:	
- Uso di dizionari/glossari bilingue	
- Strumenti informatici e nuove tecnologie per la ricerca dei termini	
Tecniche di conversazione:	
- Formule di saluto	
- Formule di presentazione e autopresentazione	
- Utilizzo di formule di cortesia per: scuse; ringraziamenti, richiesta dell'ora.	
- Richiesta di informazioni	
- Erogazioni di informazioni semplici	
- Ordinazioni al bar/ristorante/albergo	
- Acquisti in un negozio	
- Pagamenti	
- Orientamento in città	
- Modalità per fissare appuntamenti	
Elementi di microlingua:	
Lessico e sequenze dialogate tipici dell'ambito alberghiero.	



SICUREZZA SUL LAVORO	8
Organizzazione della sicurezza aziendale	
Fattori di rischio generali e specifici	
Misure e procedure di prevenzione e protezione	
PARI OPPORTUNITÀ	8
Interculturalità e Pari Opportunità	
SVILUPPO SOSTENIBILE	
Principi dello sviluppo sostenibile e della gestione ecosostenibile delle risorse (contestualizzati nei contenuti di alcune UF)	
ESAME FINALE	14
STAGE	600
Totale ore corso	1800