

## Comunicare con empatia 1

### Impiegata in comunicazione alberghiera AFC/Impiegato in comunicazione alberghiera AFC

**Competenze operative del piano di formazione: 1.1 / 1.4 / 1.5**

**Numero di lezioni: 44**

**Situazione:**

L'impiegato in comunicazione alberghiera Michael Vogt lavora alla réception dell'albergo «Luna». La sua collega lo informa che la famiglia Schneider arriverà in giornata. La famiglia Schneider ha riservato tre camere nell'albergo per le proprie vacanze invernali, della durata di una settimana. Il signor Schneider ha telefonato in precedenza per prenotare anche un lettino supplementare per la figlia Laura di sei mesi. Michael Vogt si assicura che il reparto provveda a sistemare il lettino supplementare nella camera e che le camere siano pronte entro l'arrivo della famiglia Schneider.

Verso le ore 14.30 arriva la famiglia composta da cinque persone. Michael Vogt esegue il check-in per la famiglia Schneider. Dà disposizioni affinché l'attrezzatura da sci sia sistemata nell'apposito locale e che i bagagli vengano portati nelle camere. Il signor Schneider vorrebbe prenotare, per i suoi due figli maggiori, un corso di sci della durata di due giorni e, per sua moglie, una giornata wellness nella spa dell'albergo. Inoltre, chiede che gli venga messa a disposizione una babysitter per la durata del soggiorno. Michael Vogt esegue le prenotazioni e informa i reparti interessati. Al signor Schneider propone pure un'escursione, per tutta la famiglia, con una slitta trainata da cavalli. Il signor Schneider accetta con entusiasmo l'offerta. Infine, Michael Vogt conferma pure questa prestazione e organizza per la famiglia Schneider la trasferta fino alla stalla dei cavalli.

Dopo una settimana di vacanza la famiglia Schneider è pronta per rientrare al domicilio. Michael Vogt esegue il check-out. Ha preparato diversi omaggi per la famiglia e li consegna prima della partenza. Ringrazia gli ospiti per aver soggiornato nell'albergo e augura a tutti un buon rientro.

**Domande guida:**

- Quali sono le diverse offerte e i diversi pacchetti e servizi proposti dall'azienda e quali sono le condizioni necessarie per venderli efficacemente agli ospiti?
- Quali conoscenze / informazioni relative al funzionamento sono necessarie per lavorare con le diverse piattaforme di prenotazione?
- Come si può posizionare in modo ottimale un'azienda alberghiera in Internet? Quali esigenze si devono soddisfare?
- Quali strumenti sono appropriati per analizzare i bisogni degli ospiti, analizzare i feedback dei clienti e definire misure e provvedimenti in funzione della situazione?
- In che modo sono valutate e analizzate le affermazioni relative alla soddisfazione degli ospiti: sono gestite direttamente oppure trasmesse al superiore?
- Quali attività e che tipo di comunicazione sono necessari per poter agire come albergatrice/albergatore in ogni situazione ed esaudire le richieste degli ospiti?
- In che modo si può garantire un controllo costante della cartoteca degli ospiti per informarsi, per esempio, sugli imminenti compleanni degli ospiti che soggiornano nell'albergo?
- Quali misure elettroniche sono a disposizione per rilevare e interpretare i diversi indici concernenti il massimo utilizzo e la garanzia d'esercizio dell'azienda?
- Quali mezzi ausiliari scritti sono presenti alla réception e come si utilizzano a regola d'arte?
- In che modo e con quali mezzi ausiliari i servizi dell'economia domestica garantiscono che le camere siano pronte entro l'orario d'arrivo degli ospiti?
- Come si prepara un check-in e un check-out? Come lo si esegue con competenza e a regola d'arte?
- Quali indicazioni e conoscenze sono richieste per registrare le prenotazioni correnti secondo la conferma e per trasmettere eventuali mancati arrivi al superiore per accertamenti?

**Obiettivi di valutazione (livelli di complessità/numero di lezioni):**

1.1.3 Descrivono le **caratteristiche dei colloqui di consulenza, vendita, feedback e dei colloqui concernenti reclami** nonché le appropriate tecniche di porre le domande. (C2/8L)

**Contenuto didattico:**

- Rappresentare le basi della comunicazione empatica da applicare nei colloqui per gestire un reclamo.
- Rappresentare le basi della comunicazione empatica da applicare nei colloqui di consulenza.
- Formulare un feedback costruttivo.
- Dimostrare la propria capacità di condurre un colloquio con diversi tipi di ospiti.

<p>1.1.7 Interpretano le <b>caratteristiche</b> importanti per <b>un'albergatrice/ un albergatore</b> focalizzandole sui seguenti valori:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• discrezione</li> <li>• capacità critica</li> <li>• attenzione</li> <li>• funzione esemplare</li> <li>• competenza e credibilità</li> <li>• empatia</li> </ul> <p>(C2/4L)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Citare esempi di caratteristiche tipiche che un'albergatrice/un albergatore deve possedere.</li> <li>• Mettere in un rapporto sociale queste caratteristiche.</li> <li>• Analizzare l'influenza che i futuri sviluppo hanno sul ruolo dell'albergatrice/ dell'albergatore.</li> </ul>
<p>1.4.4 Descrivono lo svolgimento completo del <b>check-in</b>. (C2/4L)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Spiegare i lavori preparatori di un check-in.</li> <li>• Descrivere la procedura di un check-in.</li> <li>• Presentare i diversi tipi di un check-in.</li> <li>• Dimostrare come si accolgono e si salutano correttamente gli ospiti.</li> <li>• Spiegare quali informazioni si danno all'ospite e quali sono quelle che l'azienda necessita dall'ospite.</li> </ul>
<p>1.4.5 Descrivono lo svolgimento completo del <b>check-out</b>. (C2/4L)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Descrivere il contenuto di un check-out.</li> <li>• Presentare lo svolgimento di un check-out.</li> <li>• Spiegare i pagamenti e i tipi / i mezzi di pagamento durante un check-out.</li> <li>• Dimostrare come avviene il <b>commiato dagli ospiti</b> durante un check-out.</li> </ul>
<p>1.4.6 Descrivono le diverse <b>fasi del colloquio di consulenza e vendita</b>. (C2/8L)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Descrivere le fasi di un colloquio di consulenza.</li> <li>• Spiegare le fasi del colloquio di vendita.</li> <li>• Rappresentare la differenza fra un colloquio di consulenza e un colloquio di vendita.</li> <li>• Dedurre i contenuti dei colloqui partendo dal cosiddetto «quadrato della comunicazione» o «modello delle quattro orecchie».</li> <li>• Spiegare le possibilità delle diverse tecniche di porre domande.</li> </ul>

<p>1.4.7 Descrivono le <b>offerte o proposte dell'azienda</b>. (C2/8L)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Illustrare le offerte aziendali tenendo conto del metodo «storytelling» nonché delle possibilità di cross-selling (vendita di prodotti supplementari e complementari).</li> <li>• Presentare le offerte aziendali in funzione dei gruppi-target.</li> <li>• Illustrare le offerte di collaborazione in relazione con l'offerta aziendale (ticket per circolare gratuitamente sui mezzi pubblici in città, riduzioni di prezzo ecc.).</li> </ul>	
<p>1.5.2 Valutano diverse <b>situazioni di colloquio</b> in funzione della situazione stessa. (C4/2L)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Con l'aiuto di esempi valutare le diverse situazioni di colloquio in funzione della situazione stessa.</li> </ul>	
<p>1.5.3 Dall'analisi dei reclami deducono <b>misure e provvedimenti</b> in funzione della situazione. (C4/2L)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analizzare le valutazioni pervenute (online / offline).</li> <li>• Dedurre misure e provvedimenti adatti alla situazione.</li> <li>• Riconoscere le azioni necessarie in base alle direttive aziendali.</li> </ul>	
<p>1.5.6 Spiegano il funzionamento, le opportunità e i rischi delle <b>piattaforme di valutazione</b> (come per esempio TripAdvisor, HolidayCheck). (C2/4L)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Formulare risposte efficaci dal punto di vista pubblicitario sulle piattaforme di valutazione.</li> <li>• Descrivere misure adatte alla situazione per valutazioni negative online.</li> </ul>	
<p><b>Forma di lavoro (forma sociale):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lavoro individuale</li> <li>• Lavoro di gruppo</li> <li>• Forma dialogica</li> </ul>	<p><b>Manuali d'insegnamento:</b>          WIGL</p>	<p><b>Metodo di verifica:</b>          Verifiche scritte</p>

## Comunicare con empatia 2

### Impiegata in comunicazione alberghiera AFC/Impiegato in comunicazione alberghiera AFC

**Competenze operative del piano di formazione: 2.1 / 2.2 / 3.1 / 3.2**

**Numero di lezioni: 75**

**Situazione:**

L'impiegato in comunicazione alberghiera Pierrot Michoud lavora alla réception e collabora con il suo superiore responsabile e chef de réception André Devaud. Ricevono un'e-mail con una richiesta d'offerta dell'associazione calcio XY. Fra un mese avrà luogo una partita con la locale squadra di calcio. L'organizzatore intende riservare venti delle quaranta camere complessive con pensione completa. Il superiore responsabile verifica con Pierrot la disponibilità consultando il sistema di riservazione. André Devaud spiega a Pierrot i principali punti da osservare quando arrivano simili richieste d'offerta: numero totale di persone, prezzo, gestione dell'offerta compresa la vendita incrociata (cross-selling), modulo di conferma per gruppi, procedure interne. Siccome si tratta di una richiesta d'offerta piuttosto consistente, André Devaud allestisce l'offerta e Pierrot prende appunti. Pierrot comprende l'utilità, la struttura, il contenuto e l'obiettivo di un'offerta.

Il superiore responsabile chiede a Pierrot di sbrigare i seguenti compiti:

- 1) Per il trasferimento di alcuni ospiti supplementari è necessario organizzare un piccolo bus-navetta di 10 posti. Il superiore incarica Pierrot di procurarsi telefonicamente due offerte presso due imprese di trasporto locali.
- 2) Pierrot deve allestire un promemoria interno per tutti i reparti come informazione preliminare per i rispettivi collaboratori.

Pierrot propone al superiore di pubblicare un post su facebook concernente l'evento. André Devaud ritiene buona l'idea, ma gli spiega che dapprima è necessario interpellare gli ospiti per il consenso e, a questo proposito, attira la sua attenzione sui diritti della personalità degli ospiti dell'albergo.

Prima di concludere la giornata lavorativa il superiore invita Pierrot a rileggere il menu del giorno successivo e di caricarlo sul sito web.

**Domande guida:**

- Come si presenta il processo relativo alle richieste d'offerta di ospiti e partner?
- Quali sono gli obiettivi e i contenuti di un'offerta?
- Quali sono i principali parametri decisionali quando si confrontano delle offerte?
- Nel ramo alberghiero quali apparecchiature tecniche sono utilizzate con particolare riguardo all'energia e alle risorse?
- Come sono redatti i documenti interni ed esterni in funzione dei destinatari?
- Come vengono archiviati i documenti digitali e quelli stampati?
- A che cosa bisogna prestare attenzione quando si pubblicano fotografie nei social media?
- In che modo i testi, le immagini e i grafici sono creati e rappresentati conformemente alla corporate identità CI / al corporate design CD?

**Obiettivi di valutazione (livelli di complessità/numero di lezioni):**

**Contenuto didattico:**

2.1.4 Descrivono gli obiettivi, il contenuto e la struttura di **un'offerta**. (C2/2L)

2.1.5 **Confrontano offerte** sulla base di parametri decisionali. (C4/2L)

- Spiegare il contenuto e la struttura di un'offerta.
- Stabilire che cosa comprende un'offerta e quali sono i contenuti più interessanti e accattivanti.
- Indicare la durata di validità e l'obbligatorietà delle offerte.
- Scegliere criteri a cui si deve prestare attenzione quando ci si procura un'offerta.
- Analizzare offerte ed essere in grado di prendere decisioni sulla base di criteri.
- Determinare il processo di gestione di un'offerta, come l'inserimento nel software dell'albergo (PMS), archiviazione, follow-up e annullamento dell'offerta.

2.2.1 Creano **testi, immagini e grafici** con l'aiuto di programmi di elaborazione testi, calcolazione e grafica. (C3/24L)

**Social media, motori di ricerca**

- Dimostrare le ragioni a favore dell'impiego dei social media da parte degli alberghi.
- Applicare le fasi della guest journey (viaggio dell'ospite online) e social media touchpoints.
- In base alle regole fondamentali formulare l'impiego dei social media.
- Utilizzare le principali piattaforme social media.
- Applicare correttamente il metodo di comunicazione storytelling ed elaborare un piano di redazione per sommi capi.
- Presentare l'impiego corretto del community management.

**E-mail, newsletter, lettere per invii in massa (stampa unione)**

- Applicare le principali funzioni del proprio programma di posta elettronica.
- Elaborare una cartoteca completa (gestione degli indirizzi) nella rubrica «contatti».
- Inserire una scadenza nel calendario e inviarla a un indirizzo prestabilito.
- Secondo direttive, tramite il proprio programma di posta elettronica allestire un'e-mail con:
  - indirizzo e-mail verificato
  - oggetto significativo
  - appellativo corretto e personale (signora / signor)
  - frase introduttiva, messaggio centrale e parte finale
  - netiquette corretta
  - sigla, firma
  - allegati in formato PDF
- Allestire una lettera con stampa unione:
  - sulla base di un documento Word esistente
  - con un file indirizzi (p. es. Excel)
- Presentare le tre condizioni legali da soddisfare per poter inviare legalmente mailing o newsletter in massa.
- Formulare 10 condizioni per ottenere una newsletter interessante (stampata oppure e-mail).

	<p><b>Corporate Identity CI / Corporate Design CD</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Applicare le diverse possibilità di post sponsorizzati (con opportunità e rischi).</li> <li>• Formulare e spiegare i seguenti concetti:             <ul style="list-style-type: none"> <li>- corporate identity / corporate design</li> <li>- diritti d'autore / conseguenze della violazione dei diritti d'autore</li> <li>- diritti di utilizzo (<i>in relazione con 2.2.3</i>)</li> <li>- copyright</li> <li>- licenze per immagini e fotografie</li> <li>- creative common (organizzazione di pubblica utilità)</li> <li>- protezione della personalità (ospiti)</li> </ul> </li> </ul> <p><b>Tecnica fotografica</b> Eseguire le basi della tecnica fotografica (fotografie per piattaforme dei social media, consigli e suggerimenti).</p>
<p>2.2.3 Attuano le regole legali in materia di <b>diritti di usufrutto delle fonti</b> (diritti d'autore). (C3/L1)</p>	<p><i>In combinazione con 2.2.1</i></p>
<p>2.2.5 Creano e realizzano <b>supporti d'informazione</b>. (C3/12L)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aggiornare e curare media elettronici con:             <ul style="list-style-type: none"> <li>- contenuti</li> <li>- immagini</li> <li>- grafici</li> </ul> </li> <li>• Creare supporti digitali d'informazione sulla base di esempi semplici.</li> <li>• Applicare le regole per creare supporti digitali d'informazione.</li> </ul>
<p>3.1.3 Descrivono l'acquisto di <b>materiale d'ufficio</b> tenendo conto di criteri ecologici. (C2/2L)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Spiegare il processo per ordinazione di materiale d'ufficio.</li> <li>• Descrivere le misure di ecologia dell'ufficio nel campo degli acquisti.</li> <li>• Spiegare i principali marchi (label) nel campo dei materiali e delle apparecchiature d'ufficio.</li> </ul>

<p>3.1.6 Assicurano dati e informazioni di ospiti, partner e collaboratori con gli attuali <b>sistemi di sicurezza dei dati</b>. (C3/2L)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Indicare quali sono i dati e le informazioni concernenti ospiti e partner che si possono raccogliere.</li> <li>• Dimostrare dieci informazioni e dati che sono raccolti dagli ospiti, dai partner e dai collaboratori; indicare pure il motivo di tale raccolta.</li> </ul>
<p>3.1.7 <b>Mettono a disposizione dei reparti i dati</b> in una forma appropriata (tabella, diagramma, rappresentazione grafica). (C3/2L)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presentare forme di rappresentazione grafica per dati e informazioni.</li> <li>• Scoprire quale forma di rappresentazione è pertinente e quando.</li> </ul>
<p>3.2.1 Descrivono il processo relativo alle <b>richieste presentate da ospiti e partner</b>. (C2/2L).</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Illustrare le singole fasi esecutive di una richiesta d'offerta di ospiti e partner.</li> </ul>
<p>3.2.2 Preparano <b>documenti interni ed esterni</b> in modo chiaro, attraente e conforme alle regole tipografiche. (C3/4L)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Creare documenti esterni in modo creativo e senza errori.</li> <li>• Redigere la corrispondenza in funzione dei destinatari e secondo le regole.</li> <li>• Presentare agli ospiti altre prestazioni di servizio (cross-selling).</li> <li>• Creare un postscriptum e spiegarne l'importanza per l'azienda.</li> <li>• Spiegare il significato della "linea di lettura" indicando pure il suo percorso.</li> </ul>
<p>3.2.3 <b>Redigono</b> in una lingua commerciale moderna <b>documenti interni ed esterni</b> tenendo conto dei destinatari e degli interessi economico-aziendali. (C3/18L)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Allestire e redigere i seguenti documenti interni ed esterni in funzione dei destinatari:             <ul style="list-style-type: none"> <li>- risposta a richieste d'offerta / offerte</li> <li>- testi per offerte individuali</li> <li>- solleciti di pagamento</li> <li>- risposta scritta a un reclamo</li> <li>- semplici esempi di certificati di lavoro</li> <li>- congratulazioni e biglietti di benvenuto</li> </ul> </li> </ul>
<p>3.2.4 Utilizzano diversi <b>sistemi di archiviazione</b> (digitali e cartacei). (C3/2L)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Utilizzare diversi sistemi di archiviazione (digitali / cartacei) -&gt; Come archiviare gli ospiti in ordine alfabetico, secondo la data d'arrivo, secondo la data di partenza ecc.</li> </ul>

<p>3.2.8 Utilizzano diverse <b>apparecchiature tecniche nel settore alberghiero</b> tenendo conto dell'efficienza energetica e delle risorse. (C3/2L)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Utilizzare a regola d'arte un impianto di rilevazione incendi.</li> </ul>	
<p><b>Forma di lavoro (forma sociale):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lavoro individuale</li> <li>• Lavoro di gruppo</li> <li>• Forma dialogica</li> </ul>	<p><b>Manuali d'insegnamento:</b></p> <p>WIGL</p>	<p><b>Metodo di verifica:</b></p> <p>Verifiche scritte Lavoro di progetto</p>

## Eseguire calcolazioni in modo mirato

### Impiegata in comunicazione alberghiera AFC/Impiegato in comunicazione alberghiera AFC

**Competenze operative del piano di formazione: 3.3 / 3.5**

**Numero di lezioni: 64**

**Situazione:**

L'impiegato in comunicazione alberghiera Peter Loosli lavora nella direzione del suo albergo; la sua superiore responsabile Monika Widmer lo incarica di allestire le fatture per i pernottamenti dei collaboratori della ditta Spektrum, ditta che gestisce accessori per seminari.

Una volta all'anno, per quattro giorni, i collaboratori della ditta Spektrum soggiornano nell'albergo e Peter deve allestire la rispettiva fattura. Per farlo, si riferisce a un modello presente nel sistema, controlla i giustificativi dei pernottamenti, riporta e registra i dati aggiornati. Fa verificare la fattura alla sua superiore responsabile e, dopo l'ok, la stampa e la spedisce.

Dopo aver emesso e spedito la fattura, salva una copia elettronica e dopo circa due settimane verifica se è stata saldata. Registra il pagamento nel sistema e archivia elettronicamente i giustificativi.

Presso la ditta Spektrum l'albergo procede a regolari ordinazioni di materiale per le sale dei seminari. Peter prende in consegna la merce ordinata questo mese, la controlla, la sistema nel magazzino del materiale e verifica la fattura. Infine, Peter contabilizza la fattura registrandola nei rispettivi conti.

**Domande guida:**

- In che modo si può controllare e garantire la solvibilità?
- In che modo sono preparati i documenti per sapere in ogni momento dove si trovano (finanziariamente)?
- In che modo si deve lavorare per poter conoscere e rispettare le scadenze?
- In che modo si può garantire che siano sempre a disposizione mezzi finanziari a sufficienza?

Obiettivi di valutazione (livelli di complessità/numero di lezioni):	Contenuto didattico:
<p>3.3.2 <b>Allestiscono una semplice contabilità a partita doppia</b> (Bilancio e Conto economico a più stadi) in campo alberghiero. (C3/32L)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Utilizzano e applicano il conteggio del salario e gli oneri sociali. (AVS, AI, IPG, AD, AINP, LPP)</li> <li>• Determinano e registrano le perdite su crediti (Delcredere).</li> <li>• Calcolano e registrano ammortamenti diretti e indiretti.</li> <li>• Determinano i ratei e i risconti attivi e passivi (sospesi attivi e passivi).</li> <li>• Conoscono le particolarità di una società anonima e di una ditta individuale e registrano l'utile o la perdita annuale.</li> <li>• Determinano la chiusura annuale di una società anonima (distribuzione del profitto) e di una ditta individuale.</li> </ul>
<p>3.3.7 Effettuano la <b>calcolazione di offerte o proposte</b> nell'albergo. (C4/4L)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Applicano lo schema di calcolo e determinano il prezzo di costi, il ricavo netto e il prezzo lordo di vendita.</li> <li>• Calcolano diverse offerte nell'albergo e si applicano lo schema di calcolo.</li> </ul>
<p>3.3.8 Calcolano il punto morto (<b>break-even-point</b>) per diverse offerte o proposte nell'albergo. (C4/12L)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Calcolano il punto morto per i diversi servizi e offerte di un'azienda alberghiera.</li> </ul>
<p>3.5.2 <b>Calcolano diversi indici.</b> Per esempio:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• occupazione delle camere</li> <li>• numero di persone che frequentano il ristorante</li> <li>• valori concernenti le vendite</li> </ul> <p>(C3/2L)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Calcolano gli indici seguenti per i dipartimenti corrispondenti.</li> </ul>
<p>3.5.3 <b>Interpretano gli indici.</b> Per esempio:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• occupazione delle camere</li> <li>• numero di persone che frequentano il ristorante</li> <li>• valori concernenti le vendite</li> </ul> <p>(C4/6L)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interpretano gli indici seguenti per i dipartimenti corrispondenti.</li> </ul>

<p>3.5.4 Sviluppano <b>misure volte a migliorare gli indici dell'azienda.</b> (C5/8L)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sviluppano misure volte a migliorare gli indici dell'azienda. Cross-selling (vendita di prodotti complementari e supplementari) Yield management (gestione dei ricavi o della redditività)</li> </ul>	
<p><b>Forma di lavoro (forma sociale):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Plenum</li> <li>Lavoro individuale</li> <li>Lavoro di gruppo</li> </ul>	<p><b>Manuali d'insegnamento:</b></p> <p>WIGL</p>	<p><b>Metodo di verifica:</b></p> <p>Verifiche scritte</p>

## Eseguire lavori amministrativi 1

### Impiegata in comunicazione alberghiera AFC/Impiegato in comunicazione alberghiera AFC

**Competenze operative del piano di formazione: 2.3 / 3.1**

**Numero di lezioni: 25**

**Situazione:**

L'impiegata in comunicazione alberghiera Sarah Winter lavora nel back-office dell'albergo\*\*\*\* «Blauer Bären»: è addetta al reparto riserve. Da un po' di tempo l'albergo è confrontato con feedback negativi da parte degli ospiti, inoltre i collaboratori si lamentano per la carente informazione nell'azienda.

La superiore responsabile incarica Sarah Winter di verificare il processo di feedback degli ospiti e rielaborare integralmente tale processo. Finora i feedback degli ospiti erano accolti personalmente al momento del check-out e trasmessi ai superiori con l'aggiunta di eventuali annotazioni. Sarah Winter esamina varie ipotesi per rilevare il grado di soddisfazione degli ospiti e decide di introdurre un questionario scritto. Mentre allestisce questo strumento, fa qualche riflessione sulle domande da inserire nel questionario e sulla loro forma migliore (domande aperte o chiuse). Si occupa pure della scala di valutazione e della rispettiva simbologia.

Sarah invierà il questionario anche agli ospiti abituali e verifica i rispettivi dati registrati nel sistema. Si accorge subito che i dati non sono attendibili e provvede a correggerli. Durante la verifica esamina pure il processo amministrativo per raccogliere i moduli da registrare e apporta dei miglioramenti al processo.

I collaboratori sono informati di questa novità. Affinché l'informazione raggiunga tutti i collaboratori dell'albergo, Sarah Winter esamina il flusso d'informazioni nell'azienda ed effettua un'analisi / un confronto fra situazione standard e situazione effettiva. In generale constata che nell'azienda si utilizzano in modo insufficiente le liste di controllo e che parecchie informazioni vanno perse in seguito a riunioni non svolte. Propone alla sua superiore responsabile di organizzare ogni mattina un incontro operativo affinché i responsabili dei vari reparti possano discutere la situazione giornaliera nell'albergo.

**Domande guida:**

- In che modo verifichiamo il grado di soddisfazione degli ospiti?
- Come gestiamo i dati e le informazioni di ospiti, partner e collaboratori?
- Quali strumenti conosciamo durante le varie fasi dei processi amministrativi?
- Come è la procedura in caso di reclamo e a che cosa devo prestare attenzione quando fornisco un feedback?

Obiettivi di valutazione (livelli di complessità/numero di lezioni):	Contenuto didattico:
2.3.1 Allestiscono uno <b>strumento</b> appropriato (p. es. questionario oppure vademecum telefonico) per rilevare la <b>soddisfazione degli ospiti</b> nei confronti di un prodotto o di un servizio. (C3/8L)	Misurare il grado di soddisfazione degli ospiti <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dimostrare i possibili strumenti per rilevare il grado di soddisfazione degli ospiti (questionario, sondaggio online, inchiesta orale ...).</li> <li>• Allestire un questionario scritto con domande appropriate.</li> <li>• Elaborare varie possibilità per valutare risultati e analisi.</li> </ul>
3.1.4 <b>Registrano dati e informazioni</b> di ospiti, partner e collaboratori. (C3/8L)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Registrare riserve di gruppi.</li> <li>• Nella cartoteca degli ospiti registrare dati e informazioni concernenti richieste speciali.</li> <li>• Registrare dati concernenti le ditte.</li> </ul>
3.1.5 <b>Gestiscono dati e informazioni</b> di ospiti, partner e collaboratori con l'aiuto di CRM (gestione delle relazioni con i clienti), software per alberghi e programma per risorse umane (HR). (C3/7L)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestire i dati per riserve di gruppi.</li> <li>• Nella cartoteca degli ospiti gestire dati e informazioni concernenti richieste speciali.</li> <li>• Gestire dati concernenti le ditte.</li> <li>• Elaborare dati e informazioni tramite CRM (gestione delle relazioni con la clientela), software per alberghi e programmi per risorse umane ed esercitarli praticamente con l'aiuto di esempi.</li> </ul>
3.1.9 In caso di richieste applicano le <b>fasi del processo amministrativo</b> avvalendosi di mezzi ausiliari. Per esempio: <ul style="list-style-type: none"> <li>• registrare e documentare la richiesta</li> <li>• verificare la richiesta, accertare le capacità disponibili sulla base delle scadenze e delle prenotazioni</li> <li>• utilizzare liste di controllo</li> <li>• confermare la richiesta e spiegare il flusso interno delle informazioni con l'aiuto di strumenti appropriati</li> </ul> (C3/2L)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Registrare e documentare una richiesta d'offerta.</li> <li>• Sulla base delle richieste d'offerta determinare le capacità con l'aiuto di scadenze e liste di riserve.</li> <li>• Utilizzare liste di controllo.</li> <li>• Confermare una richiesta d'offerta e, con l'aiuto di strumenti appropriati, dimostrare il flusso interno delle informazioni.</li> </ul>

<b>Forma di lavoro (forma sociale):</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Lavoro individuale</li><li>• Lavoro di gruppo</li><li>• Forma dialogica</li></ul>	<b>Manuali d'insegnamento:</b> WIGL	<b>Metodo di verifica:</b> Verifiche scritte Giochi di ruolo
---	--	--

## Eseguire lavori amministrativi 2

### Impiegata in comunicazione alberghiera AFC/Impiegato in comunicazione alberghiera AFC

**Competenze operative del piano di formazione: 2.1 / 2.2**

**Numero di lezioni: 16**

**Situazione:**

L'impiegato in comunicazione alberghiera Nando Casty lavora nell'ufficio di direzione dell'albergo\*\*\*\* «Bellerive». Siccome Nando si interessa di marketing e nella scuola professionale è previsto un lavoro di approfondimento su questo tema, la sua superiore responsabile ha deciso di assegnargli un incarico: per l'imminente apertura della stagione, l'azienda intende organizzare un evento denominato «spring-break».

Nando deve svolgere i seguenti compiti:

- definire i segmenti di ospiti
- elaborare idee per l'evento (compreso l'allestimento del pacchetto con vitto e pernottamento)
- determinare i supporti d'informazione

In collaborazione con la direzione Nando definisce i segmenti di ospiti e in seguito allestisce un pacchetto corrispondente.

Ora si tratta di riflettere sul modo di comunicare l'evento e su quali supporti d'informazione utilizzare. Prima di decidere i supporti d'informazione ottimali, Nando analizza quelli che meglio si adattano ai segmenti di ospiti definiti in precedenza. Alla sua superiore responsabile propone di utilizzare i seguenti supporti d'informazione:

- un volantino stampato
- pubblicazione di un'inserzione in una rivista adatta
- e-mail a tutti gli ospiti abituali e ai gruppi di interesse

La superiore responsabile di Nando è d'accordo con la proposta. Per ciascun supporto d'informazione Nando cerca la forma ottimale per rappresentare i contenuti e cerca pure una persona che possa aiutarlo nell'esecuzione. E gli stesso realizza una bozza e la invia alla grafica esterna – che supporta il lavoro dell'azienda – per l'esecuzione finale. Dopo aver configurato tutti i supporti d'informazione pianificati e dopo aver ottenuto il via libera dall'azienda, provvede alla spedizione rispettivamente alla pubblicazione dell'inserzione.

Dopo aver eseguito i compiti assegnati, Nando ne riceve uno supplementare: come programma quadro la direzione dell'albergo intende organizzare e svolgere una relazione sul tema «Tendenze nel ramo alberghiero». Per approfondire le tendenze appropriate disponibili, Nando Casty fa delle ricerche in riviste specializzate e piattaforme. Riassume tutte le informazioni trovate e le consegna alla direttrice affinché possa prepararsi in modo ottimale alla relazione.

Ora non ci sono più ostacoli alla pianificazione e all'esecuzione definitive dell'evento, durante il quale anche Nando sarà impegnato. Attende con impazienza e con piacere questo momento.

**Domande guida:**

- Quali supporti d'informazione sono i più appropriati per i segmenti di ospiti definiti?
- Quali sono le basi dei bisogni degli ospiti e delle preferenze di valori?
- Quali tendenze si riscontrano attualmente nel ramo alberghiero e nella società?

Obiettivi di valutazione (livelli di complessità/numero di lezioni):	Contenuto didattico:
2.1.1 Descrivono i <b>bisogni e le preferenze di valori per segmenti di ospiti</b> , le particolarità di aziende alberghiere tipiche nonché le tendenze sia nel ramo professionale sia nella società. (C2/4L)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Trasferire il modello della piramide dei bisogni (Maslow) ai bisogni di un ospite che pernotta nell'albergo.</li> <li>• Descrivere i diversi tipi di aziende sulla base delle loro caratteristiche tipiche.</li> <li>• Riconoscere e definire gruppi target pertinenti per l'azienda.</li> <li>• Determinare i diversi segmenti di ospiti del loro albergo e descriverne i bisogni specifici.</li> <li>• Spiegare il concetto di marketing-mix e descrivere il nesso con i gruppi target.</li> </ul>
2.1.2 Valutano le <b>tendenze</b> sulla base di un catalogo della opportunità e dei rischi. (C6/4L)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Valutare le attuali tendenze nel ramo e nella società (digitalizzazione, evoluzione tecnica, ospiti del nuovo millennio, sostenibilità, wellness / well-aging, food waste, internazionalizzazione ...).</li> <li>• Confrontare e rappresentare opportunità e rischi di diverse tendenze.</li> <li>• Valutare le tendenze sulla base delle loro opportunità e dei loro rischi.</li> </ul>

<p>2.1.3 Sviluppano <b>prodotti per offerte o proposte selezionate</b> oppure le adattano. (C5/4L)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Concepire un pacchetto per un evento speciale: alloggio e vitto, inoltre entrata: tener conto del cosiddetto «punto morto».</li> <li>• Creare diverse opzioni / possibilità per il prodotto sviluppato.</li> </ul>	
<p>2.2.4 Descrivono <b>forme e gruppi target per supporti d'informazione.</b> Per esempio:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• media cartacei o di stampa</li> <li>• media digitali</li> </ul> <p>(C2/4L)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Descrivere forme, gruppi target e impiego pertinente dei seguenti supporti d'informazione: <ul style="list-style-type: none"> <li>- carta delle pietanze e bevande, annuncio o avviso esposto nell'ascensore, volantino, prospetti, giornale dell'albergo, supporti d'informazione digitali (newsletter ecc.)</li> <li>- social media</li> </ul> </li> <li>• Conoscere i rispettivi gruppi target dei supporti d'informazione (promuovere il pensiero «crossmediale»).</li> <li>• Illustrare i supporti d'informazione per i gruppi target corrispondenti (fra l'altro la cosiddetta comunicazione «crossmediale»).</li> <li>• Conoscere l'impiego dei mezzi pubblicitari in funzione della situazione e dei gruppi target.</li> <li>• Elencare i supporti d'informazione come i media cartacei, i media digitali, i social media, i principali supporti verbali e di altro genere.</li> <li>• Descrivere il gruppo target per i corrispondenti supporti d'informazione.</li> <li>• Spiegare l'impiego dei corrispondenti supporti d'informazione (sono i più adatti per trasmettere quale messaggio?).</li> </ul>	
<p><b>Forma di lavoro (forma sociale):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lavoro individuale</li> <li>• Lavoro di gruppo</li> <li>• Forma dialogica</li> </ul>	<p><b>Manuali d'insegnamento:</b> WIGL</p>	<p><b>Metodo di verifica:</b> Verifiche scritte Giochi di ruolo</p>

## Lingue straniere: inglese

### Impiegata in comunicazione alberghiera AFC/Impiegato in comunicazione alberghiera AFC

Competenze operative del piano di formazione: 1.7 / 3.7

Numero di lezioni: 52

**Situazione:**

Melissa Buri svolge il turno mattutino di lavoro presso la réception. Fra i suoi compiti c'è l'archiviazione della corrispondenza, rispondere alle e-mail e alle telefonate in arrivo, accogliere e gestire prenotazioni.

Mr. Smith, che parla inglese, prenota telefonicamente per la settimana prossima un pranzo di 30 persone per festeggiare il giubileo aziendale. In seguito, vorrebbe effettuare una breve presentazione. Melissa definisce i seguenti punti: disponibilità, numero di persone, idea per il menu, disposizione delle sedie, aspetti tecnici e richieste speciali.

Durante la riunione quotidiana con il capo cucina e la responsabile della ristorazione Melissa comunica le esigenze di base del cliente e discute lo svolgimento dell'evento previsto.

Il pomeriggio scrive la conferma in inglese a Mr. Smith con una breve presentazione dell'azienda, i principali dati della prenotazione, le proposte di menu e le richieste speciali del cliente.

Il giorno d'arrivo di Mr. Smith Melissa sta lavorando con la persona in formazione del 1° anno di tirocinio. Apparecchiano per l'evento, ripetono il vocabolario relativo alla cucina e all'economia domestica e preparano una bowl per l'aperitivo.

Gli ospiti arrivano poco dopo le ore 11.00. Melissa li accoglie e serve loro l'aperitivo. Il pranzo è servito alle ore 12.15.

Alle ore 15:30 Melissa accomiata e saluta Mr. Smith e i suoi ospiti. Chiede loro se sono stati soddisfatti dell'accoglienza e del trattamento ricevuto.

Anche se l'evento è stato un successo, Melissa è piuttosto sconvolta per la grande quantità di resti di cibo nei piatti. Decide di scrivere in inglese un articolo per la newsletter interna sul seguente tema «Problematica e proposte di soluzione per lo spreco alimentare (food waste)».

<p><b>Domande guida:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Quali sono le corrette forme comportamentali con gli ospiti: all'accoglienza, quando si pongono domande, al momento del commiato?</li> <li>• Quali proposte di menu posso raccomandare all'ospite?</li> <li>• Quali testi (articoli di giornale, Internet, siti web di alberghi) sono importanti per i miei ospiti?</li> <li>• Sono in grado di riferire su avvenimenti utilizzando le forme verbali al passato?</li> <li>• Sono in grado di servire gli ospiti nel ristorante?</li> <li>• Sono in grado di presentare in dettaglio la mia azienda?</li> <li>• In che modo posso fornire informazioni su bisogni ed esigenze dei clienti?</li> <li>• In che modo redigo lettere commerciali con particolare attenzione alle regole di protocollo?</li> <li>• Quali temi grammaticali utilizzo per una breve presentazione (opuscolo, conferma di ricevimento) e semplici testi del 1° anno di tirocinio (approfondimento)?</li> </ul>	
<p><b>Obiettivi di valutazione (livelli di complessità/numero di lezioni):</b></p>	<p><b>Contenuto didattico:</b></p>
<p>1.7.1 Applicano le principali <b>convenzioni di cortesia</b> in inglese. Per esempio:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• diverse forme e formule per rivolgersi a persone</li> <li>• formule corrette di ringraziamento e saluto</li> </ul> <p>(C3/6L)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Accogliere ospiti e gruppi di ospiti in albergo e nel ristorante.</li> <li>• Utilizzare forme comportamentali, porre correttamente le domande e congedare in modo corretto gli ospiti.</li> <li>• Esprimere la propria opinione.</li> <li>• Sviluppare proposte.</li> </ul>
<p>1.7.2 <b>Svolgono colloqui</b> e comprendono <b>documenti audio autentici</b> in inglese e ne riferiscono i contenuti (general, dettagliati) sia nella prima lingua nazionale sia in inglese. (C3/6L)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Accogliere prenotazioni in modo autonomo e gestirle (giochi di ruolo, documenti audio).</li> <li>• Servire la clientela nel ristorante.</li> </ul>
<p>1.7.3 Comprendono i principali <b>contenuti di testi</b> redatti in inglese e sono in grado di riferirli. (C3/6L)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comprendere testi di una certa lunghezza e complessità concernenti il campo gastronomico (articoli di giornale, articoli da Internet, siti web di alberghi ecc.).</li> <li>• Ricavarne informazioni e rielaborarle.</li> </ul>
<p>1.7.4 Comprendono il <b>contenuto di colloqui</b> e ne trasmettono oralmente il senso in inglese. (C3/6L)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Essere in grado di riferire su avvenimenti.</li> <li>• Comprendere dialoghi.</li> <li>• Riferire su avvenimenti utilizzando forme verbali al passato.</li> </ul>

<p>1.7.5 Durante i colloqui in inglese utilizzano i <b>termini specifici della professione e la morfologia di base.</b> (C3/6L)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ampliare il proprio vocabolario specifico (cucina, servizio, economia domestica).</li> <li>• Condurre colloqui utilizzando forme verbali al passato.</li> <li>• Utilizzare la sintassi corretta (frasi relative) e gli articoli (indicazioni relative alla quantità ecc.).</li> </ul>	
<p>1.7.6 Durante il <b>colloquio</b> in inglese utilizzano le proprie conoscenze di <b>prodotti e servizi dell'azienda</b> in funzione dell'interlocutore e con finalità promozionali. (C3/6L)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presentare in dettaglio la propria azienda.</li> <li>• Effettuare traduzioni di menu.</li> <li>• Riferire in merito ad attività quotidiane.</li> <li>• Elencare e denominare i compiti nelle aziende.</li> <li>• Dare informazioni sui bisogni fondamentali dei clienti.</li> </ul>	
<p>3.7.1 Allestiscono in inglese <b>semplici testi orientati alla pratica professionale.</b> (C3/8L)</p>	<p><b>Approfondimento del 1° anno di tirocinio</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Redigere testi semplici e brevi presentazioni (opuscolo, conferma di ricevimento) con particolare attenzione agli aspetti grammaticali.</li> </ul>	
<p>3.7.2 <b>Redigono</b> in inglese <b>semplici testi</b> concernenti l'ambito lavorativo (p. es. comunicazioni, e-mail, lettere di carattere formale) tenendo conto dell'ortografia, della forma e della corretta morfosintassi. (C3/4L)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Redigere lettere commerciali con particolare attenzione alle regole di protocollo.</li> </ul>	
<p>3.7.3 <b>Riproducono</b> dalla prima lingua nazionale all'inglese <b>il senso di semplici testi</b> concernenti l'ambito lavorativo. (C3/4L)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Riassumere per sommi capi articoli di una certa lunghezza e complessità.</li> <li>• Mettere per iscritto e valutare opinioni.</li> </ul>	
<p><b>Forma di lavoro (forma sociale):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Plenum</li> <li>• Lavoro di gruppo</li> <li>• Lavoro a coppie</li> <li>• Lavoro individuale</li> </ul>	<p><b>Manuali d'insegnamento:</b> In base alle raccomandazioni e al livello della sede scolastica</p>	<p><b>Metodo di verifica:</b> Test orali / scritti per verificare le competenze Giochi di ruolo ai livelli C1, C2, C3 <i>Osservazione: nelle lingue straniere i campi di competenze operative 1 e 3 sono combinati. Tenerne conto al momento di assegnare la nota.</i></p>

## Lingue straniere: seconda lingua nazionale

### Impiegata in comunicazione alberghiera AFC/Impiegato in comunicazione alberghiera AFC

**Competenze operative del piano di formazione: 1.6 / 3.6**

**Numero di lezioni: 52**

**Situazione:**

Recentemente è stata ospite dell'albergo la rappresentante di una rivista tedesco di gastronomia che ha appena pubblicato un articolo sul nostro albergo. Paolo Rossi, manager dell'albergo, incarica Carin Bruni di allestire un breve riassunto dell'articolo in italiano per il giornale interno dei collaboratori e di riassumerne i principali punti per la riunione della direzione aziendale. Gli aspetti positivi sono caricati sul sito web dell'albergo in italiano e tedesco. Anche alcuni ospiti hanno valutato l'albergo utilizzando diverse piattaforme di valutazione. Siccome ci sono stati anche ospiti di lingua tedesca, il signor Rossi invita Carin a preparare un volantino in lingua tedesco per le prossime settimane dedicate alla selvaggina.

Nel ristorante Carin si sta preparando al servizio serale. Con il responsabile del servizio, Daniele Gallo, esamina ancora una volta le prenotazioni pervenute. Arrivano gli ospiti dell'albergo, la signora e il signor Bucher di Zurigo per i quali Carin ha già riservato un bel tavolo in giardino. Ora Carin Bruni si occupa del servizio dei signori Bucher, porta loro la carta delle pietanze, chiede se desiderano un aperitivo e prende l'ordinazione. Mentre i signori Bucher scelgono il menu, Karin sottopone loro delle proposte e raccomanda le specialità della casa. La signora Bucher soffre di intolleranze alimentari e chiede se i menu possono essere modificati di conseguenza. Carin le promette di informarne tempestivamente il capo cucina.

A un altro tavolo Carin prende l'ordinazione del menu. Gli ospiti provenienti dalla Germania desiderano un vino che si abbinano bene al menu scelto. Carin Bruni raccomanda dei vini scegliendoli fra quelli che si trovano nella cantona del ristorante. Poco dopo compare il sommelier e comunica che il vino richiesto non è disponibile, perciò raccomanda un altro vino. Carin traduce il dialogo per gli ospiti e fa da mediatrice fra il sommelier e gli ospiti in modo che quest'ultimi trovino un vino adatto.

Verso le ore 22.00 Carin procede all'incasso presso gli ospiti presenti. Con la signora e il signor Bucher Carin discute le proposte di ciò che potrebbero scoprire l'indomani nei dintorni dell'albergo. Infine, Carin congeda gli ospiti augurando loro di trascorrere una gradevole notte.

Domande guida:	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Quali sono le forme comportamentali corrette con gli ospiti?</li> <li>• Quali proposte di menu posso raccomandare all'ospite?</li> <li>• Sono in grado di tradurre e reinterprete testi (articoli di giornale, Internet, siti web di alberghi)?</li> <li>• Quali temi grammaticali utilizzo per una breve presentazione (opuscolo, conferma di ricevimento) e semplici testi del 1° anno di tirocinio (approfondimento)?</li> <li>• Come gestisco gli ospiti nel ristorante (accoglienza, servizio, raccomandazioni...)?</li> <li>• Sono in grado di raccomandare un menu?</li> <li>• Di quali forme comportamentali ho bisogno per gestire reclami e persone con particolari pretese?</li> <li>• Come gestisco colloqui concernenti il futuro e le possibilità con indicazioni temporali di una certa complessità?</li> </ul>	
Obiettivi di valutazione (livelli di complessità/numero di lezioni):	Contenuto didattico:
1.6.1 Applicano le principali convenzioni di cortesia nella seconda lingua nazionale. (C3/6L)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Accogliere ospiti e gruppi di ospiti in albergo e nel ristorante.</li> <li>• Utilizzare forme comportamentali, porre correttamente le domande e congedare in modo corretto gli ospiti.</li> <li>• Formulano commiati, proposte e opinioni.</li> </ul>
1.6.2 <b>Svolgono colloqui</b> e comprendono <b>documenti audio autentici</b> nella seconda lingua nazionale e ne riferiscono i contenuti (general, dettagliati) sia nella prima sia nella seconda lingua nazionale. (C3/6L)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Accogliere e gestire prenotazioni in modo autonomo (giochi di ruolo, documenti audio).</li> <li>• Servire la clientela nel ristorante.</li> </ul>
1.6.3 Comprendono i principali <b>contenuti di testi</b> redatti nella seconda lingua nazionale e sono in grado di riferirli. (C3/6L)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comprendere testi di una certa lunghezza e complessità concernenti il campo gastronomico (articoli di giornale, articoli da Internet, siti web di alberghi ecc.).</li> <li>• Ricavarne informazioni e rielaborarle.</li> </ul>
1.6.4 Comprendono <b>il contenuto di colloqui</b> e ne trasmettono oralmente il senso nella seconda lingua nazionale. (C3/6L)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Essere in grado di riferire su avvenimenti, comprendere colloqui e riferire utilizzando forme verbali al passato.</li> </ul>

<p>1.6.5 Durante i colloqui nella seconda lingua nazionale utilizzano i <b>termini specifici della professione e la morfosintassi di base.</b> (C3/6L)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ampliare il proprio vocabolario specifico (cucina, servizio, economia domestica).</li> <li>• Condurre colloqui utilizzando forme verbali al passato.</li> <li>• Utilizzare la sintassi corretta (frasi relative).</li> <li>• Utilizzare gli articoli (indicazioni relative alla quantità ecc.).</li> </ul>	
<p>1.6.6 Durante il <b>colloquio</b> nella seconda lingua nazionale utilizzano le proprie conoscenze di <b>prodotti e servizi dell'azienda</b> in funzione dell'interlocutore e con finalità promozionali. (C3/6L)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presentare in dettaglio la propria azienda.</li> <li>• Comporre menu nella seconda lingua nazionale.</li> <li>• Riferire in merito ad attività quotidiane.</li> <li>• Elencare e denominare i compiti presenti nelle aziende.</li> <li>• Dare informazioni sui bisogni fondamentali dei clienti.</li> </ul>	
<p>3.6.1 Allestiscono nella seconda lingua nazionale <b>semplici testi orientati alla pratica professionale.</b> (C3/8L)</p>	<p><b>Approfondimento del 1° anno di tirocinio:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Redigere testi semplici e brevi presentazioni (opuscolo, conferma di ricevimento) con particolare attenzione agli aspetti grammaticali.</li> </ul>	
<p>3.6.2 <b>Redigono</b> nella seconda lingua nazionale <b>semplici testi</b> concernenti l'ambito lavorativo (p. es. comunicazioni, e-mail, lettere di carattere formale) tenendo conto dell'ortografia, della forma e della corretta morfosintassi. (C3/4L)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Redigere lettere commerciali con particolare attenzione alle regole di protocollo.</li> </ul>	
<p>3.6.3 <b>Riproducono</b> dalla prima alla seconda lingua nazionale <b>il senso di semplici testi</b> concernenti l'ambito lavorativo. (C3/4L)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Riassumere per sommi capi articoli di una certa lunghezza e complessità.</li> <li>• Mettere per iscritto e valutare opinioni.</li> </ul>	
<p><b>Forma di lavoro (forma sociale):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Plenum</li> <li>• Lavoro di gruppo</li> <li>• Lavoro a coppie</li> <li>• Lavoro individuale</li> </ul>	<p><b>Manuali d'insegnamento:</b> In base alle raccomandazioni e al livello della sede scolastica</p>	<p><b>Metodo di verifica:</b> Test orali / scritti per verificare le competenze Giochi di ruolo ai livelli C1, C2, C3 <i>Osservazione: nelle lingue straniere i campi di competenze operative 1 e 3 sono combinati. Tenerne conto al momento di assegnare la nota.</i></p>

## Organizzare in modo strutturato

### Impiegata in comunicazione alberghiera AFC/Impiegato in comunicazione alberghiera AFC

Competenze operative del piano di formazione: 1.2 / 1.4 / 4.3

Numero di lezioni: 34

#### Situazione 1: Ricerca di un'addetta/addetto alla réception della SPA!

L'albergo \*\*\*\* «Vitalpur» dispone di una nuova area wellness con piscina coperta e sauna. A partire dalla prossima stagione saranno proposti diversi trattamenti di bellezza e wellness. Per il reparto SPA viene assunta un'addetta/addetto alla réception. Martina Sommer, capo del personale, incarica Jasmin Berger, impiegata in comunicazione alberghiera, di definire il **profilo di requisiti per la descrizione della funzione**. Compiti della nuova funzione: accoglienza e commiato degli ospiti, registrazione di appuntamenti per trattamenti e assegnazione degli spazi, colloqui telefonici e di vendita, corrispondenza commerciale e fatturazione, organizzazione del settore dell'accoglienza, gestione dei reclami, supporto nell'allestimento del piano di servizio, redazione di offerte, buona collaborazione con la réception dell'albergo, ordinazione di prodotti e prospetti.

Jasmin Berger allestisce il profilo di requisiti per l'addetta/addetto alla réception della SPA e lo sottopone alla responsabile del personale.

#### Situazione 2: Quanto è meravigliosa la decorazione proposta!

La signora Leise, governante, incarica Jasmin Berger, impiegata in comunicazione alberghiera, di allestire una **pianificazione stagionale delle decorazioni** per l'intero anno. Dapprima deve allestire un **inventario** di tutto il materiale decorativo a disposizione nell'albergo. Dopo aver sistemato il materiale, inizia ad allestire la pianificazione stagionale facendo tuttavia in modo che il materiale decorativo **corrisponda alla stagione** e ai bisogni regionali e che sia **ecocompatibile**. Pianifica la decorazione stagionale per i seguenti settori: accoglienza degli ospiti, piani, camere dell'albergo, ristorante, sala per la colazione e sala accoglienza dell'area wellness. È importante che l'ospite possa vedere la decorazione nella sua globalità. Jasmin presenta la pianificazione stagionale della decorazione alla governante che si dimostra particolarmente sorpresa per le idee creative di Jasmin.

Per la pianificazione creativa annuale dell'albergo «Vitalpur», Jasmine Berger è stata incaricata dalla signora Leise di elaborare una proposta dettagliata di decorazione dei piani per il periodo attuale (estate). Al fine di mantenere un senso di unità, Jasmine suggerisce di estendere la proposta a tutte le aree dell'albergo. La signora Leise è d'accordo e così Jasmine prepara una proposta di decorazione dettagliata e concretamente attuabile per l'intero albergo «Vitalpur» sul tema «l'estate è tempo di vacanza».

<p><b>Domande guida:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Quale nuovo reparto viene inserito nell'organigramma con l'ampliamento della zona wellness?</li> <li>• Quali nuove funzioni o posti di lavoro vengono definiti?</li> <li>• Quali sono i requisiti richiesti all'addetta/addetto alla réception della SPA?</li> <li>• Quali materiali possono sostenere la realizzazione stagionale dell'ambiente?</li> <li>• Con quali misure noi e i nostri ospiti possiamo contribuire alla protezione dell'ambiente?</li> </ul>	
<p><b>Obiettivi di valutazione (livelli di complessità/numero di lezioni):</b></p>	<p><b>Contenuto didattico:</b></p>
<p>1.2.1 Descrivono l'<b>organizzazione strutturale</b> nel settore alberghiero. (C2/4L)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Imparare a conoscere l'organigramma.</li> <li>• Saper spiegare i seguenti concetti: organizzazione strutturale, congruenza fra compito, competenza e responsabilità.</li> <li>• Sulla base di esempi riconoscere e spiegare le informazioni contenute in un organigramma.</li> </ul>
<p>1.2.2 Rappresentano <b>diverse forme di organigramma, i loro vantaggi e svantaggi nonché le caratteristiche.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• forme organizzative (organizzazione gerarchica, organizzazione gerarchico-funzionale)</li> </ul> <p>(C3/4L)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Con l'aiuto di esempi descrivere le forme di organizzazione (organizzazione gerarchica, organizzazione gerarchico-funzionale con stati maggiori), i loro vantaggi e svantaggi nonché le caratteristiche.</li> <li>• Illustrare le forme di organizzazione (organizzazione per settori e organizzazione a matrice), i loro vantaggi e svantaggi nonché le caratteristiche per completarle e differenziarle.</li> <li>• Con l'aiuto di esempi pratici allestire e presentare forme di organizzazione.</li> </ul>
<p>1.2.3 Descrivono i diversi <b>profili di requisiti per funzioni o posti di lavoro.</b> (C2/4L)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Spiegare obiettivi e contenuto di un profilo di requisiti.</li> <li>• Sulla base dei gruppi di compiti assegnati alle funzioni dedurre i corrispondenti profili di requisiti.</li> </ul>
<p>1.2.6 Descrivono <b>gli obiettivi, il contenuto e l'impiego</b> dei seguenti strumenti:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• mansionario</li> <li>• descrizione della funzione o del posto di lavoro</li> <li>• diagramma delle funzioni</li> </ul> <p>(C2/4L)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Spiegare obiettivi, contenuto e impiego degli strumenti (mansionario, descrizione della funzione e diagramma funzionale).</li> </ul>

<p>1.2.7 Spiegano gli obiettivi e la struttura delle seguenti <b>pianificazioni</b>. Per esempio:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• liste di prenotazione</li> <li>• pianificazione delle offerte o proposte</li> <li>• pianificazione dei collaboratori</li> <li>• pianificazione dei tempi e dello svolgimento dei processi</li> <li>• liste di controllo / autocontrolli</li> </ul> <p>(C2/8L)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Spiegare obiettivi e struttura delle pianificazioni (p. es. liste delle prenotazioni, pianificazione dell'offerta, pianificazione dei collaboratori, pianificazione dei tempi e delle procedure, liste di controllo / autocontrolli) (<i>vedi anche pianificazione delle decorazioni 1.4.12</i>).</li> <li>• Conoscere la differenza fra pianificazione a lungo, medio e breve termine.</li> <li>• Elencare i vantaggi derivanti dall'utilizzo delle pianificazioni.</li> <li>• Elencare importanza e utilità delle liste di controllo. Confrontare esempi della pratica professionale. (<i>Osservazione: allestimento, utilizzo e sviluppo di liste di controllo nel 3° anno di tirocinio: obiettivo di valutazione 4.4.3 con situazione d'apprendimento</i>)</li> </ul>
<p>1.4.11 Spiegano l'<b>importanza dell'ambiente</b> per gli ospiti e per l'azienda. (C2/2L)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1.4.11 / 1.4.13 Conoscere e descrivere le basi per creare e organizzare gli spazi e le possibilità di creare un ambiente p. es. zona circostante, oggetti d'arredamento, piante, luce, decorazioni, brusio di fondo / effetti sonori, odori, profumi, colori, acqua, fuoco. (4L)</li> </ul>
<p>1.4.12 Spiegano le <b>possibilità d'impiego dell'ambiente e gli effetti auspicati</b>. (C2/2L)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menzionare effetti e conseguenze delle possibilità di creazione e organizzazione dell'ambiente.</li> <li>• Allestire una pianificazione stagionale delle decorazioni.</li> </ul>
<p>1.4.13 Descrivono le <b>possibilità per creare e organizzare un ambiente</b>, che evidenzia i valori e gli obiettivi di un'azienda di carattere regionale. Per esempio:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• dintorni, zona circostante</li> <li>• arredamento, funzionalità</li> <li>• decorazione</li> </ul> <p>(C2/2L)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Vedi obiettivo di valutazione 1.4.11</i></li> </ul>

<p>4.3.3 Dalle disposizioni e dagli standard legali deducono <b>misure volte a proteggere l'ambiente nel ramo alberghiero.</b> (C4/4L)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dedurre misure volte a proteggere l'ambiente.</li> </ul>	
<p><b>Forma di lavoro (forma sociale):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lavoro individuale</li> <li>• Lavoro di gruppo</li> <li>• Forma dialogica</li> </ul>	<p><b>Manuali d'insegnamento:</b> WIGL</p>	<p><b>Metodo di verifica:</b> Verifiche scritte Giochi di ruolo</p>

## Pianificare in modo efficiente

### Impiegata in comunicazione alberghiera AFC/Impiegato in comunicazione alberghiera AFC

Competenze operative del piano di formazione: 3.2 / 3.4

Numero di lezioni: 18

#### Situazione:

Lo spirito di gruppo necessita di un perfezionamento continuo! Un team che sa conoscersi e apprezzarsi rappresenta la miglior base per una buona qualità del lavoro e ospiti soddisfatti.

La direttrice Martina Kurz ha incaricato l'impiegata in comunicazione alberghiera Melissa Weiss di organizzare una gita per il personale dell'albergo\*\*\*\* «Ambassador». Lo sporthotel Ambassador occupa 14 collaboratori, 5 dei quali fanno parte del team soltanto da alcune settimane.

La gita aziendale ha come obiettivo la «formazione del team». Melissa Weiss riceve ulteriori informazioni (direttive temporali e finanziarie) per organizzare la gita aziendale: durata massima della gita 8 ore, preventivo di spesa CHF 2'000.00. Per il trasporto è a disposizione il bus dell'albergo. Siccome la gita si svolge con qualsiasi tempo, Melissa deve allestire una variante in caso di bel tempo e una variante in caso di brutto tempo. In ogni caso dev'essere rispettata e garantita la sicurezza.

Melissa Weiss si informa sulle offerte a disposizione nella regione; si informa pure online su altri operatori. Nota che ci sono operatori specializzati che svolgono sul posto dei corsi e seminari dedicati alle **formazioni di un team**. L'offerta è molto variata e con le denominazioni più disparate: teamwork nell'oscurità, seminario dedicato al sorriso, costruzione di una zattera in riva al lago alpino, mystery room a Interlaken e molto altro. Melissa Weiss elabora entrambe le varianti. Prepara un **preventivo di spesa** e una dettagliata **pianificazione operativa**. Inoltre, descrive in dettaglio lo svolgimento e l'obiettivo della giornata; decide che al termine della giornata si dovranno riassumere i risultati e le conoscenze acquisite. Il team elabora e formula tre regole d'oro che in futuro influenzeranno positivamente il lavoro del team. Affinché ogni collaboratore sia percepito e notato anche come individuo, Melissa allestisce un **formulario per feedback** con il quale ogni collaboratore può comunicare il suo riscontro personale sulla giornata dedicata alla formazione di un team. Melissa presenta i risultati alla direttrice che è assolutamente entusiasta del programma creativo elaborato.

#### Domande guida:

- Come motiviamo i nostri collaboratori?
- In che modo possiamo influenzare positivamente lo spirito di gruppo?
- Quali punti si devono considerare quando si organizza un evento interno?

Obiettivi di valutazione (livelli di complessità/numero di lezioni):	Contenuto didattico:	
<p>3.2.5 <b>Pianificano eventi interni.</b> Per esempio:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>riunioni di quadri aziendali</li> <li>gita annuale dei collaboratori (C3/10L)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pianificare un evento interno (idea, pianificazione, preventivo di spesa, invito o convocazione).</li> <li>Pianificare e allestire una presentazione per la direzione aziendale (idea, pianificazione, destinazione ecc.).</li> <li>Preparare un formulario per feedback (allestire un formulario per la gita aziendale: come è stata la gita ecc.).</li> </ul>	
<p>3.4.1 Descrivono gli <b>elementi basilari della gestione delle risorse umane (HRM)</b>. (C2/8L)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Illustrare i compiti amministrativi di gestione del personale al momento dell'arrivo e della partenza di collaboratori.</li> <li>Descrivere struttura e contenuto di un dossier del collaboratore.</li> <li>Con l'aiuto di esempi descrivere i principali elementi della fase per introdurre un nuovo collaboratore.</li> <li>Determinare almeno cinque compiti ricorrenti nella gestione del personale e strumenti attuativi appropriati.</li> <li>Illustrare le interazioni fra assistenza del personale e motivazione / lavoro del team.</li> </ul>	
<p><b>Forma di lavoro (forma sociale):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Plenum</li> <li>Lavoro individuale</li> <li>Lavoro di gruppo</li> </ul>	<p><b>Manuali d'insegnamento:</b> WIGL</p>	<p><b>Metodo di verifica:</b> Presentazione di proposte concrete di miglioramento per un buon lavoro di gruppo Documentazione «Giornata di formazione del team» Presentazione «Giornata di formazione del team»</p>