

Comunicare con empatia 1

Impiegata in comunicazione alberghiera AFC/Impiegato in comunicazione alberghiera AFC

Competenze operative del piano di formazione: 2.1 / 2.2 / 3.3 / 3.4	Numero di lezioni: 68
Situazione: Yves Wyss si trova nel terzo anno di formazione come impiegato in comunicazione alberghiera. Deve sottoporre al suo superiore Daniel Ochsner una proposta per il veglione di San Silvestro. La proposta contiene quanto segue: • determinazione del target di riferimento • allestimento del pacchetto compreso il prezzo (con e senza pernottamento) • discussione su cena di gala e champagne con capo cucina e chef de service • definizione dei supporti pubblicitari • determinazione dei canali di comunicazione Mentre Yves parla con i responsabili di reparto, apprende che un collaboratore del servizio ha inoltrato le dimissioni. Di conseguenza si deve cercare un sostituto affinché il team sia di nuovo al completo per la fine dell'anno. Yves ha la possibilità di allestire, in collaborazione con il suo superiore, un'inserzione per reclutare un collaboratore. Dopo aver allestito il programma per il veglione di San Silvestro, Yves lo discute con Daniel Ochsner. Dopo alcuni adattamenti Vincenzo può sviluppare i supporti pubblicitari e successivamente comunicare l'evento tramite i canali specifici.	
Domande guida: • Quali sono i principali contenuti per l'organizzazione di un evento? • Quali canali di comunicazione si possono utilizzare in questo caso? • Quali sono i contenuti appropriati dei rispettivi canali di comunicazione? • A quali supporti d'informazione viene data la preferenza e per quale evento?	

Obiettivi di valutazione (livelli di complessità/numero di lezioni):	Contenuto didattico:
2.1.2 Valutano le tendenze sulla base di un catalogo delle opportunità e dei rischi. (C6/4L)	• Per le relative tendenze valutano il catalogo delle opportunità e dei rischi.
2.1.3 Sviluppano prodotti per offerte o proposte selezionate oppure le adattano. (C5/4L)	• Elaborano alternative supplementari appropriate per le offerte esistenti. • Compongono offerte di collaborazione dell'azienda.
2.2.1 Creano testi, immagini e grafici con l'aiuto di programmi di elaborazione testi, calcolo e grafica. (C3/24L)	• Pianificano un evento per un'azienda. • Determinano i corrispondenti canali di comunicazione. • Creano i testi, le immagini e i grafici appropriati per i rispettivi canali di comunicazione. • Svolgono la comunicazione per l'evento selezionato.
2.2.4 Descrivono forme e gruppi target per supporti d'informazione . Per esempio: • media cartacei o di stampa • media digitali (C2/2L)	(In collegamento con l'obiettivo di valutazione 2.2.1) • Determinano i supporti d'informazione appropriati (digitali / cartacei) per i corrispondenti gruppi target dell'evento.
2.2.5 Creano e realizzano supporti d'informazione . (C3/12L)	• Allestiscono i supporti d'informazione per l'evento selezionato.
3.3.7 Effettuano la calcolazione di offerte o proposte nell'albergo. (C4/10L)	• Conoscono i cinque passaggi del calcolo dei prezzi. • Calcolano i diversi prezzi delle offerte, dei pacchetti e dei servizi di un'azienda alberghiera.

3.4.1 Descrivono gli elementi basilari della gestione delle risorse umane HRM. (C2/12L)	• Calcolano i principi relativi alla retribuzione del personale (conteggio dello stipendio) (2L) • Giustificano la procedura di valutazione del personale (colloquio con i collaboratori, accordo sugli obiettivi) (2L) • Interpretano la conduzione del personale sulla base delle tecniche di gestione e gli stili di conduzione (2L) • Illustrano le possibilità di sviluppo del personale (formazione continua, portfolio) (2L) • Eseguono la procedura concernente le dimissioni/la partenza di un collaboratore (2L) • Approfondiscono le conoscenze di gestione delle risorse umane con l'aiuto di esempi pratici (2L)	
Forma di lavoro (forma sociale): • Plenum • Lavoro di gruppo • Lavoro a coppie • Lavoro individuale	Manuali d'insegnamento: WIGL	Metodo di verifica: Test orali / scritti sulle competenze Giochi di ruolo secondo i livelli tassonomici C1, C2, C3, C4

Comunicare con empatia 2

Impiegata in comunicazione alberghiera AFC/Impiegato in comunicazione alberghiera AFC

Competenze operative del piano di formazione: 1.1 / 1.4	Numero di lezioni: 24
Situazione: L'anno prossimo Martina Huber e Daniel Meier intendono sposarsi e oggi sono ancora alla ricerca di un albergo appropriato. Olivier, persona in formazione come impiegato in comunicazione alberghiera del terzo anno di tirocinio, ha l'opportunità di mostrare alla coppia la struttura alberghiera e di presentarle le proposte dell'albergo. Durante il percorso è accompagnato dalla responsabile della formazione. Olivier illustra le diverse possibilità di disporre le sedie nelle sale, il programma quadro e presenta le proposte di menù. Durante il colloquio di consulenza Olivier affronta in modo mirato le richieste degli ospiti attirando la loro attenzione sulle specialità della casa. La suite per la luna di miele viene proposta alle coppie di sposi a un prezzo conveniente. Martina Huber e Daniel Meier ne sono molto entusiasti e fanno una prenotazione provvisoria per il loro evento. Siccome si tratta di una grande festa di nozze con numerosi ospiti, Olivier ne discute con i responsabili di reparto e in seguito avvia i flussi delle informazioni (preriservazione delle camere e della sala nel sistema informatico). Prima di lasciare l'albergo al termine della giornata lavorativa, Olivier scambia le proprie impressioni sul colloquio odierno con la sua responsabile della formazione. Nella documentazione dell'apprendimento annota sia i punti positivi sia le proposte di miglioramento formulate dalla sua responsabile della formazione.	
Domande guida: • Quali vantaggi o benefici derivano dall'impiego dello storytelling? • Quali sono i possibili contenuti dello storytelling? • In che modo si può approfittare delle situazioni comunicative tipiche e come si possono dedurre misure o provvedimenti? • Quali criteri si possono prendere in considerazione per un colloquio?	

Obiettivi di valutazione (livelli di complessità/numero di lezioni):	Contenuto didattico:	
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)	• Rappresentano una panoramica delle forme di colloquio (consulenza, vendita, feedback, reclamo). • Spiegano i singoli colloqui sulla base dei seguenti criteri: - verbale, non verbale, paraverbale - contesto del colloquio - atmosfera - regole / struttura / comportamento	
1.1.4 Analizzano situazioni di comunicazione tipiche della vita lavorativa quotidiana. (C4/4L)	• Analizzano situazioni comunicative tipiche nella realtà lavorativa quotidiana.	
1.1.5 Partendo da situazioni di comunicazione tipiche deducono proposte di miglioramento. (C4/4L)	• Dalle situazioni comunicative tipiche deducono proposte di miglioramento.	
1.4.6 Descrivono le diverse fasi del colloquio di consulenza e vendita. (C2/4L)	• Indicano il motivo dell'acquisto. • Spiegano la tecnica di porre domande appropriata per i rispettivi tipi di ospiti. • Nel colloquio di vendita impiegano attivamente l'argomentazione relativa a utilità e benefici.	
1.4.7 Descrivono le offerte o proposte dell'azienda. (C2/4L)	• Descrivono le possibilità dello storytelling per un'azienda. • Presentano possibili contenuti dello storytelling.	
Forma di lavoro (forma sociale): • Plenum • Lavoro di gruppo • Lavoro a coppie • Lavoro individuale	Manuali d'insegnamento: WIGL	Metodo di verifica: Test orali / scritti sulle competenze Giochi di ruolo secondo i livelli tassonomici C1, C2, C3, C4

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: 40
Situazione: Tom Shelby è incaricato dell'assistenza degli ospiti presso un albergo 3 stelle nella città di Lucerna. Attualmente si sta occupando dell'assistenza della comitiva «Northwest Hiking Tours» proveniente dagli Stati Uniti. Ha già redatto corrispondenza con la guida turistica del gruppo Mrs. Waind alla quale ha fornito informazioni telefoniche. Sono state inviate sia la lettera con l'offerta sia un'e-mail di conferma, inoltre Tom ha allegato delle informazioni sui prodotti e i servizi dell'albergo e su attività svolte nei dintorni. Durante il soggiorno il gruppo vuole vedere il più possibile e visitare luoghi e attrazioni. Per questo motivo Tom ha sottoposto le seguenti proposte a Mrs. Waind: dopo un'escursione sull'alpe c'è la possibilità di seguire lo «Swiss Alp Cheese Show». In seguito, la funivia riporta gli ospiti alla stazione a valle dove la comitiva è accolta con tre canzoni del gruppo Jodel Edelweiss. Il programma è completato con una raclette presso lo Swiss Chalet. Tom accompagnerà la comitiva durante tutta la giornata. Infine, quando il gruppo arriva all'albergo, Tom accoglie e saluta i membri della comitiva e Mrs. Waind. Informa il gruppo che il programma inizierà poco dopo. Nel frattempo, il portiere porta i bagagli nelle camere. I partecipanti partono per l'escursione e già dopo pochi minuti inizia a piovere. Gli ospiti non sono equipaggiati per la pioggia e cominciano a lamentarsi. Mrs. Waind telefona per procurarsi un taxi per tutto il gruppo. La comitiva viene trasferita presso un negozio di articoli sportivi per acquistare un ombrello o un indumento per la pioggia. La venditrice parla soltanto tedesco e quindi Tom deve tradurre tutto. Durante lo «Swiss Alp Cheese Show» gli ospiti guardano entusiasti, Tom spiega loro i diversi tipi di formaggio nonché i diversi prodotti artigianali dell'alpe. Ci sono riviste e pubblicazioni che Tom traduce oralmente in inglese. Egli insiste soprattutto sul valore attribuito alla sostenibilità. I prodotti sono fabbricati e venduti sul posto. Alle ore 16 tutti ritornano a valle con la funivia nella quale Tom spiega le diverse possibilità per escursioni presenti nella regione. A valle la comitiva viene accolta con tre «Swiss Song», cantata dal gruppo Jodel Edelweiss. Nel frattempo, è cessato di piovere e il gruppo affronta l'ultima tappa con arrivo al ristorante Swiss Chalet. Una signora dimentica di comunicare che non mangia formaggio. Tom si accerta del numero di persone che effettivamente non mangiano formaggio; in seguito, parla con il capo cucina e informa il gruppo che per queste quattro persone viene servito un buffet di insalate con carne alla griglia.	

Un taxi aspetta il gruppo e riporta gli ospiti all'albergo. Il gruppo si fa convincere da Tom per un cosiddetto «Nightcap» (ultimo drink prima di andare a dormire). In tutta calma Tom descrive i principali aspetti dell'albergo: ristorante, camere, wellness e attività del tempo libero. Tom ricorda inoltre che uno shopping tour nella città di Lucerna non deve assolutamente mancare, come pure non può mancare una visita al Museo dei trasporti. La giornata è conclusa e il gruppo pensa già a quale sarà il programma di domani.

Domande guida:

- Quali forme di testo si devono utilizzare quando si allestiscono lettere aziendali per offerte e di conferma?
- In che modo posso condurre colloqui concernenti il futuro e le sue opportunità con indicazioni temporali di una certa complessità?
- Quali testi importanti per gli ospiti (bisogni dei clienti) dovrei leggere e comprendere?
- Quali opuscoli, articoli di giornale, siti web mi aiutano ad approfondire le mie conoscenze culturali?
- Quali forme comportamentali mi servono per gestire reclami e richieste particolari?
- Quali soluzioni sono in grado di proporre?
- Quali documenti audio complessi devo comprendere per il mio lavoro (testi quotidiani di radio e televisione, Podcast ecc.)?

Obiettivi di valutazione (livelli di complessità/numero di lezioni):	Contenuto didattico:
1.7.1 Applicano le principali convenzioni di cortesia in inglese. Per esempio: • diverse forme e formule per rivolgersi a persone • formule corrette di ringraziamento e saluto (C3/4L)	• Nella gestione dei feedback degli ospiti e dei reclami applicano le principali convenzioni di cortesia in inglese. • Attuano e soddisfano le richieste particolari degli ospiti. • Sviluppano possibili risposte per i reclami e i feedback degli ospiti.
1.7.2 Svolgono colloqui e comprendono documenti audio autentici in inglese e ne riferiscono i contenuti (generalmente, dettagliati) sia nella prima lingua nazionale sia in inglese. (C3/4L)	• Conducono colloqui concernenti reclami e feedback. • Abbozzano giochi di ruolo con clienti particolarmente difficili. • Comprendono documenti audio complessi (testi quotidiani di radio e televisione, Podcast ecc.).
1.7.3 Comprendono i principali contenuti di testi redatti in inglese e sono in grado di riferirli. (C3/4L)	• Leggono e comprendono testi di carattere generale nell'ambito del proprio campo di attività (turismo, economia, società).

1.7.4 Comprendono il contenuto di colloqui e ne trasmettono oralmente il senso in inglese. (C3/4L)	• Formulano possibili risposte per colloqui concernenti reclami e trasmettono il senso delle informazioni. • Classificano le richieste speciali degli ospiti tenendo conto delle specificità dell'azienda. • Descrivono problemi e richieste degli ospiti.	
1.7.5 Durante i colloqui in inglese utilizzano i termini specifici della professione e la morfosintassi di base . (C3/4L)	• Sviluppano ulteriormente il vocabolario professionale. • Conducono colloqui concernenti il futuro e le sue opportunità. • Formulano indicazioni temporali complesse.	
1.7.6 Durante il colloquio in inglese utilizzano le proprie conoscenze di prodotti e servizi dell'azienda in funzione dell'interlocutore e con finalità promozionali. (C3/4L)	• Sviluppano e approfondiscono le competenze linguistiche nel campo di attività. • Utilizzano le congiunzioni come parti del discorso.	
3.7.2 Redigono in inglese semplici testi concernenti l'ambito lavorativo (p. es. comunicazioni, e-mail, lettere di carattere formale) tenendo conto dell'ortografia, della forma e della corretta morfosintassi. (C3/8L)	• Allestiscono offerte, conferme e testi di corrispondenza rispettando le regole della grammatica e della sintassi.	
3.7.3 Riproducono dalla prima lingua nazionale all'inglese il senso di semplici testi concernenti l'ambito lavorativo. (C3/8L)	• Comprendono testi estranei al contesto professionale (turismo, economia, società). • Interpretano e trasferiscono i testi menzionati nella lingua di destinazione. • Approfondiscono le conoscenze culturali.	
Forma di lavoro (forma sociale): • Plenum • Lavoro di gruppo • Lavoro a coppie • Lavoro individuale	Manuali d'insegnamento: In base alle raccomandazioni e al livello della sede scolastica	Metodo di verifica: 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>

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: 40
Situazione: Questa mattina la persona in formazione Carin Bruni lavora nell'office dell'albergo. Riceve una telefonata dalla signora Suter di Lucerna, che parla solamente tedesco. La signora Suter e suo marito hanno già prenotato una camera doppia per il fine settimana. Oggi la signora Suter intende prenotare un'ulteriore camera doppia siccome una coppia di amici vorrebbe unirsi a loro. Carin vede che c'è ancora una camera doppia libera e prende nota dei dati per la prenotazione. In seguito, Carin Bruni risponde alle e-mail in arrivo, fra le quali trova una comunicazione della ditta Gebrüder Keller AG che intende prenotare una sala per un seminario. Carla Bruni vede che per la data indicata è ancora libera una sala. Siccome la sala è destinata a un numero di persone superiore a quello richiesto dalla ditta, il suo prezzo è maggiore. Per quella data la sala per seminari più piccola e quindi più conveniente è già occupata. Carin Bruni scrive una lettera in tedesco alla ditta in cui le sottopone un'offerta. L'albergo in cui Carin Bruni lavora come impiegata in comunicazione alberghiera in formazione vorrebbe rivolgersi agli ospiti provenienti dalla Svizzera tedesca tramite un'azione pubblicitaria. A questo scopo il responsabile di Carin Bruni ha redatto una lettera pubblicitaria che vorrebbe inviare a diversi media come testo di PR. Egli invita Carin a sviluppare un testo complementare in tedesco che descriva le camere, l'offerta per il tempo libero nell'albergo e nei dintorni, che presenti il ristorante con alcuni menù selezionati e i locali con la dotazione corrispondente a disposizione di gruppi e per seminari.	
Domande guida: • Quali forme di testo si devono utilizzare quando si allestiscono lettere aziendali per offerte e di conferma? • In che modo posso condurre colloqui sul futuro e le sue opportunità con indicazioni temporali di una certa complessità? • Quali testi importanti per gli ospiti (bisogni dei clienti) dovrei leggere e comprendere? • Quali opuscoli, articoli di giornale, siti web mi aiutano ad approfondire le mie conoscenze culturali? • Quali forme comportamentali mi servono per gestire richieste particolari? • Quali soluzioni sono in grado di proporre? • Quali documenti audio devo comprendere per il mio lavoro (testi quotidiani di radio e televisione, Podcast ecc.)?	

Obiettivi di valutazione (livelli di complessità/numero di lezioni):	Contenuto didattico:
1.6.1 Applicano le principali convenzioni di cortesia nella seconda lingua nazionale. (C3/4L)	- Nella gestione dei feedback degli ospiti e dei reclami applicano le principali convenzioni di cortesia nella seconda lingua nazionale (tedesco). - Attuano e soddisfano le richieste particolari degli ospiti. - Sviluppano possibili risposte per i reclami e i feedback degli ospiti.
1.6.2 Svolgono colloqui e comprendono documenti audio autentici nella seconda lingua nazionale e ne riferiscono i contenuti (general, dettagliati) sia nella prima lingua nazionale sia nella seconda lingua nazionale. (C3/4L)	- Conducono colloqui concernenti reclami e feedback. - Abbozzano giochi di ruolo con clienti particolarmente difficili. - Comprendono documenti audio complessi (testi quotidiani di radio e televisione, Podcast ecc.).
1.6.3 Comprendono i principali contenuti di testi redatti nella seconda lingua nazionale e sono in grado di riferirli. (C3/4L)	Leggono e comprendono testi di carattere generale nell'ambito del proprio campo di attività (turismo, economia, società).
1.6.4 Comprendono il contenuto di colloqui e ne trasmettono oralmente il senso nella seconda lingua nazionale. (C3/4L)	- Formulano possibili risposte per colloqui concernenti reclami e trasmettono il senso delle informazioni. - Classificano le richieste speciali degli ospiti tenendo conto delle specificità dell'azienda. - Descrivono problemi e richieste degli ospiti.
1.6.5 Durante i colloqui nella seconda lingua nazionale utilizzano i termini specifici della professione e la morfosintassi di base . (C3/4L)	- Sviluppano ulteriormente il vocabolario professionale. - Conducono colloqui concernenti il futuro e le sue opportunità. - Formulano indicazioni temporali complesse.
1.6.6 Durante il colloquio nella seconda lingua nazionale utilizzano le proprie conoscenze di prodotti e servizi dell'azienda in funzione dell'interlocutore e con finalità promozionali. (C3/4L)	- Sviluppano e approfondiscono le competenze linguistiche nel campo di attività. - Utilizzano le congiunzioni come parti del discorso.

3.6.2 Redigono nella seconda lingua nazionale semplici testi concernenti l'ambito lavorativo (p. es. comunicazioni, e-mail, lettere di carattere formale) tenendo conto dell'ortografia, della forma e della corretta morfosintassi. (C3/8L)	• Allestiscono offerte, conferme e testi di corrispondenza rispettando le regole della grammatica e della sintassi.		
3.6.3 Riproducono dalla prima alla seconda lingua nazionale il senso di semplici testi concernenti l'ambito lavorativo. (C3/8L)	• Comprendono testi estranei al contesto professionale (turismo, economia, società). • Interpretano e trasferiscono i testi menzionati nella lingua di destinazione. • Approfondiscono le conoscenze culturali.		
Forma di lavoro (forma sociale): • Plenum • Lavoro di gruppo • Lavoro a coppie • Lavoro individuale	<table border="1"> <tr> <td data-bbox="1043 624 1464 828"> Manuali d'insegnamento: In base alle raccomandazioni e al livello della sede scolastica </td><td data-bbox="1464 624 2051 828"> Metodo di verifica: 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> </td></tr> </table>	Manuali d'insegnamento: In base alle raccomandazioni e al livello della sede scolastica	Metodo di verifica: 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>
Manuali d'insegnamento: In base alle raccomandazioni e al livello della sede scolastica	Metodo di verifica: 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>		

Organizzare in modo strutturato

Impiegata in comunicazione alberghiera AFC/Impiegato in comunicazione alberghiera AFC

Competenze operative del piano di formazione: 1.2 / 4.4	Numero di lezioni: 38
Situazione: La carriera parallela alla professione: i collaboratori – coloro che ascoltano e pensano – gli ambasciatori Il soggiorno diventa un'avventura e un'esperienza straordinaria Situazione 1: Garantire, sviluppare e vivere la qualità «Siamo un'oasi di wellness con lo sguardo proiettato verso il futuro!» Si tratta del nostro nuovo principio guida integrato nelle linee direttive (missione aziendale). Jasmin Meier, impiegata in comunicazione alberghiera, lavora attualmente nel backoffice per la direzione del suo albergo «Sonne». L'azienda alberghiera viene ampliata e sarà classificata come albergo quattro stelle. La struttura comprende 60 letti e deve essere completata con 30 camere del benessere. Inoltre, per gli ospiti è a disposizione un'area wellness di 2000 m². Una sala per seminari, con arredamento ed equipaggiamento nuovi, completa l'offerta come punto d'incontro per numerosi eventi di formazione continua. I lavori di costruzione termineranno il mese prossimo e le prime prenotazioni sono già pervenute. Con l'estensione dell'offerta nascono nuove procedure di lavoro e nuovi processi. L'azienda è stata premiata con il marchio di qualità di Svizzera Turismo. Jasmin Meier è incaricata dalla sua responsabile signora Fuchs di verificare l'attuale catena di servizi e proporre eventuali cambiamenti. Inoltre, deve allestire le nuove catene di servizi per i nuovi gruppi target «wellness» e «seminario». Dopo aver sviluppato le catene di servizi, Jasmin definisce gli standard di qualità e le rispettive misure per raggiungere gli standard qualitativi definiti. Per essere buona, la qualità deve essere vissuta. Per questo motivo Jasmin Meier è incaricata di sottoporre proposte su come si possono ottenere collaboratori impegnati per attuare questi principi. Jasmin Meier sottopone alla sua responsabile i risultati ottenuti. Situazione 2: Qualità dietro le quinte Le nuove procedure sono assicurate non soltanto per un effetto ottico sugli ospiti con l'aiuto di catene di servizi, ma anche dal punto di vista della direzione. Jasmin Meier riceve l'incarico di allestire delle liste di controllo dei nuovi processi per i collaboratori allo scopo di garantire la qualità in collaborazione con i responsabili dei reparti economia domestica, wellness, seminari / conferenze / manifestazioni. Jasmin prende le liste di controllo esistenti, verifica la possibilità di apportare dei cambiamenti e, per i settori wellness e seminari, allestisce nuove liste di controllo. Jasmin Meier allestisce pure una lista di controllo per la discussione di seminari, conferenze e congressi.	

Domande guida: • In che modo possiamo sviluppare ulteriormente la nostra qualità? • In che modo possiamo fare sì che i nostri collaboratori vivano i nuovi valori?	
Obiettivi di valutazione (livelli di complessità/numero di lezioni):	Contenuto didattico:
1.2.1 Descrivono l' organizzazione strutturale nel settore alberghiero. (C2/4L)	• Spiegano lo sviluppo storico del turismo. • Descrivono l'importanza del turismo per l'economia svizzera. • Illustrano l'organizzazione del settore alberghiero e della gastronomia.
4.4.1 Spiegano l' importanza dei seguenti concetti: • linee direttive o linee guida • principi aziendali • cultura aziendale • politica aziendale • immagine dell'azienda (C2/12L)	• Descrivono la politica imprenditoriale e le linee guida con l'aiuto di esempi pratici. • Interpretano l'importanza e l'utilità della cultura aziendale.
4.4.3 Descrivono i diversi sistemi di qualità dell'albergo, la loro importanza e utilità. (C2/8L)	• Spiegano i sistemi di classificazione degli alberghi adottati da HotellerieSuisse, GastroSuisse e Hotelstars Union. • Riconoscono le categorie di base e le categorie di specializzazione di HotellerieSuisse come simboli e ne descrivono le caratteristiche. • Illustrano e spiegano altri marchi di qualità.
4.4.4 Dalle conoscenze ricavate dai sistemi di qualità degli alberghi deducono misure o provvedimenti mirati. (C4/14L)	• Confrontano gli strumenti per verificare la qualità e scelgono il sistema di qualità appropriato per un'azienda predefinita. • Sulla base dell'analisi della gestione della qualità determinano misure e provvedimenti (p.es. la parte principale dell'obiettivo di valutazione / mystery oppure un sondaggio fra gli ospiti: biancheria da letto sempre stropicciata: che fare per risolvere l'inconveniente?) • Descrivono le caratteristiche dello sviluppo e della garanzia della qualità.

Forma di lavoro (forma sociale): • Lavoro individuale • Lavoro a coppie • Discussione nel plenum • Lavori di gruppo	Manuali d'insegnamento: WIGL	Metodo di verifica: Studio di casi per allestire catene di servizio specifiche degli ospiti con deduzione di misure o provvedimenti concreti Studi di casi per allestire liste di controllo Presentare studi di casi Presentare le organizzazioni dell'industria ricettiva e i loro benefici per le aziende alberghiere.
--	---	--