

Percorso ITS "Management del turismo enogastronomico sostenibile"

Sede programmata **Manfredonia (FG)**

Biennio 2025-2027

Declinazione territoriale: figura nazionale "9.1.2 Tecnico superiore per lo sviluppo dei processi di gestione dell'offerta delle filiere turistiche e culturali"

		I anno		
UF	Denominazione	Descrizione sintetica	Durata	
1	Lingua inglese per un'accoglienza d'eccellenza nei contesti ristorativi e dell'ospitalità diffusa	<i>Competenze linguistiche specifiche per accogliere e interagire con clienti internazionali nel contesto dell'ospitalità e della ristorazione. Si lavora su vocabolario tecnico, conversazione, comprensione e scrittura, simulando situazioni professionali reali.</i>	60	
2	Lingua tedesca per la valorizzazione dell'enogastronomia e del turismo esperienziale sostenibile	<i>Competenze nella lingua tedesca per contesti turistici ed enogastronomici. Si approfondiscono vocaboli settoriali, espressioni idiomatiche e tecniche comunicative per promuovere esperienze legate al territorio.</i>	50	
3	Introduzione alle tecnologie abilitanti e all'intelligenza artificiale	<i>Panoramica sulle principali tecnologie digitali che stanno trasformando il settore turistico e agroalimentare, con un focus sull'intelligenza artificiale e le sue applicazioni nel marketing, nella gestione dell'ospitalità e nell'analisi dei dati. Machine learning, automazione intelligente, chatbot, sistemi di raccomandazione e soluzioni di realtà aumentata, valutandone l'impatto sull'esperienza del cliente, sull'efficienza gestionale e sulla sostenibilità dei servizi.</i>	30	
4	Storia della gastronomia	<i>Evoluzione della gastronomia dalle origini ai giorni nostri, con particolare attenzione alle tradizioni culinarie italiane e pugliesi. Analizza i legami tra cibo, società e cultura, mettendo in luce come la cucina abbia riflesso i cambiamenti storici, economici e sociali. Vengono approfonditi temi come la nascita della ristorazione moderna, la codificazione delle ricette, le influenze culturali nei piatti tipici, e il valore identitario dell'enogastronomia nel turismo</i>	20	

		contemporaneo.	
5	Economia e gestione delle imprese turistiche e ristorative	<i>Basi dell'economia d'impresa con applicazione al settore turistico e della ristorazione. Si affrontano modelli organizzativi, gestione delle risorse e strategie di sviluppo sostenibile.</i>	30
6	Standard di sicurezza, igiene e qualità (HACCP) per un'accoglienza consapevole e sostenibile	<i>Principali standard di igiene e sicurezza nei settori turistico-ricettivo e ristorativo. Viene analizzata la normativa vigente e le buone pratiche per garantire ambienti salubri e servizi di qualità, compresa la normativa HACCP</i>	20
7	Marketing e strategie promozionali per la valorizzazione dell'offerta enogastronomica	<i>Tecniche e gli strumenti di marketing specifici per la promozione dell'offerta enogastronomica, con focus su branding territoriale, posizionamento di prodotto, targetizzazione e comunicazione emozionale.</i>	30
8	Normativa alimentare e strumenti di tutela per la valorizzazione delle produzioni tipiche locali. Cenni di diritto del turismo	<i>Quadro normativo italiano ed europeo in materia di sicurezza alimentare, con focus sulle certificazioni, DOP, IGP e strumenti di valorizzazione delle produzioni locali (DE.CO). Diritto del turismo, con riferimento alle norme che regolano l'organizzazione dell'offerta turistica</i>	20
9	Prodotti e cucina tipica regionale	<i>Patrimonio agroalimentare e culinario delle diverse regioni italiane, con particolare attenzione alla Puglia, analizzando l'origine, la stagionalità, le tecniche tradizionali e l'evoluzione contemporanea dei piatti tipici.</i>	20
10	Hospitality e Food & Beverage Management: organizzazione delle risorse umane e contrattualistica applicata	<i>Gestione dei servizi turistici in strutture d'ospitalità e ristorative. Si affrontano aspetti organizzativi, gestione del personale, normativa contrattuale.</i>	30
11	Tecniche di degustazione e valutazione sensoriale 1	<i>Principali tecniche di degustazione e analisi sensoriale applicate a prodotti tipici come vino, olio extravergine, formaggi e altri alimenti identitari. Si approfondiscono i criteri organolettici, le modalità di valutazione professionale, la terminologia tecnica e le metodologie comparative</i>	20
12	Nuove frontiere del turismo enogastronomico: format esperienziali, unconventional food e ospitalità sostenibile	<i>Trasformazioni recenti del turismo enogastronomico e dell'ospitalità contemporanea, con particolare attenzione all'evoluzione dei format esperienziali legati al cibo e al territorio. Si analizzano le tendenze del cosiddetto unconventional food (cucine</i>	20

		<i>emergenti, fusion, street food gourmet, plant-based, ecc.) come leva per attrarre nuovi target e costruire esperienze memorabili e sostenibili.</i>	
13	Comunicazione turistica, gastronomica e nutrizionale	<i>Tecniche di narrazione applicate alla cultura del cibo e del territorio, l'utilizzo dei registri linguistici più efficaci in contesti turistici e promozionali, e la comunicazione dei valori legati alla nutrizione e alla salute</i>	20
14	Food imaging e produzione audiovisiva per la valorizzazione enogastronomica	<i>Tecniche fotografiche e video per raccontare e promuovere il patrimonio enogastronomico, con particolare attenzione alla composizione visiva, alla luce, al colore e alla narrazione per immagini</i>	20
15	Tecniche avanzate di accoglienza e gestione professionale del front e back office. Sistemi gestionali digitali per l'amministrazione delle strutture ricettive e ristorative	<i>Tecniche di accoglienza, gestione delle relazioni con i clienti, procedure di check-in/out, gestione delle prenotazioni e comunicazione efficace in front office. Utilizzo di software specifici per la gestione operativa, la prenotazione, la contabilità e l'organizzazione dei servizi nelle imprese dell'ospitalità.</i>	40
16	Contabilità, budgeting e tecniche di pricing per il comparto dell'ospitalità e della ristorazione	<i>Strumenti base della contabilità aziendale e alla definizione dei budget nei contesti turistici. Si esplora il concetto di pricing per servizi di ospitalità e ristorazione.</i>	20
17	Comunicazione efficace, negoziazione strategica e public speaking per professionisti del turismo	<i>Comunicazione efficace, tecniche di negoziazione e public speaking in contesti professionali. Viene dato spazio alla gestione delle relazioni e alla persuasione.</i>	20
18	Geografia del turismo enogastronomico: pianificazione e programmazione turistica	<i>Distribuzione geografica delle principali destinazioni enogastronomiche italiane ed europee, con attenzione alle risorse territoriali, ai paesaggi culturali del cibo e alle filiere produttive locali. Strumenti per la pianificazione e la programmazione turistica, con focus su destinazioni emergenti, analisi della domanda, attrattori enogastronomici e criteri di sostenibilità</i>	20

19	Laboratorio sulle eccellenze enogastronomiche pugliesi: vini, oli, formaggi, salumi e nuovi prodotti identitari	<i>Percorso immersivo nella conoscenza e valorizzazione delle eccellenze enogastronomiche pugliesi, tra tradizione e innovazione. Caratteristiche organolettiche, i territori di produzione, tecniche di degustazione e potenzialità narrative di prodotti simbolo come vino, olio, formaggi, salumi, birra artigianale e caffè. Il laboratorio promuove lo storytelling identitario e la progettazione di esperienze turistiche legate al gusto, integrando criteri di sostenibilità, qualità, tracciabilità e promozione dei "nuovi" prodotti tipici locali</i>	30
20	Visite guidate		20
	Totale aula		540
	Stage		360
	Totale		900

Il anno			
UF	Denominazione	Descrizione sintetica	Durata
1	Lingua inglese per la narrazione digitale e la promozione dell'esperienza turistica	<i>Uso avanzato della lingua inglese per la costruzione di contenuti narrativi e promozionali digitali legati all'esperienza turistica. Include attività di scrittura creativa, presentazione, e gestione delle recensioni e comunicazioni online, con simulazioni di interazione con ospiti internazionali.</i>	60
2	Lingua tedesca per l'ospitalità enogastronomica e la comunicazione interculturale	<i>Competenze comunicative in lingua tedesca per contesti enogastronomici, con attenzione agli aspetti interculturali, all'accoglienza e alla promozione dell'identità territoriale attraverso la lingua.</i>	50
3	Food cost, menu engineering e wine list applicati alle attività ristorative	<i>Strumenti operativi per la progettazione e la gestione economica dell'offerta ristorativa. Si approfondiscono le logiche del food cost, le tecniche di menu engineering per l'ottimizzazione del margine e dell'efficienza di cucina, e la costruzione di una wine list coerente con l'identità dell'impresa e i target di clientela</i>	30

4	Big data, data analytics e profilazioni per il settore f&b	<i>Utilizzo dei big data e degli strumenti di data analytics per migliorare la gestione e le performance delle attività di food & beverage. Si analizzano tecniche di raccolta, elaborazione e interpretazione dei dati relativi ai comportamenti di consumo, alle preferenze dei clienti e alle performance operative. Particolare attenzione è dedicata alla profilazione degli utenti, all'ottimizzazione dei menu, alla personalizzazione dell'offerta e alla previsione della domanda, anche mediante l'utilizzo di strumenti digitali e soluzioni intelligenti.</i>	30
5	Revenue management e algoritmi predittivi per l'ottimizzazione dei ricavi	<i>Principi del revenue management applicati al turismo e alla ristorazione, con l'uso di strumenti predittivi, intelligenza artificiale e simulazioni di scenari per la massimizzazione dei ricavi.</i>	20
6	La destinazione turistica e l'experience per l'enogastronomia: storytelling opportunità, elementi di management	<i>Strategie di valorizzazione delle destinazioni turistiche attraverso l'offerta enogastronomica esperienziale. Si analizzano i fattori chiave che rendono competitivo un territorio dal punto di vista culinario, integrando elementi di branding, storytelling territoriale e gestione dell'esperienza turistica</i>	30
7	Marketing digitale, web e social media marketing per lo storytelling esperienziale dell'enogastronomia	<i>Competenze per la costruzione e promozione di brand enogastronomici attraverso il marketing digitale, lo storytelling territoriale e l'uso di strumenti multimediali e social media. Anche qui vengono valorizzate le strumentazioni fotografiche e video per il marketing</i>	30
8	Strategie di fidelizzazione e personalizzazione dei servizi turistici: CRM intelligente, problem solving e gestione della relazione con il cliente	<i>strumenti per la gestione avanzata della relazione con il cliente nel settore turistico ed enogastronomico, integrando CRM intelligente, tecniche di ascolto attivo, profilazione e customer journey mapping. Vengono trattate le strategie di personalizzazione dei servizi per aumentare il valore percepito dell'esperienza e migliorare la fidelizzazione. Si introducono inoltre tecniche di problem solving applicate al front e back office, alla gestione delle criticità e alla costruzione di relazioni efficaci e durature.</i>	30
9	Tour operating: progettazione pacchetti experience	<i>Fasi del tour operating, dal concept al pricing, dalle collaborazioni con fornitori alla calendarizzazione dei servizi, con particolare attenzione all'integrazione tra accoglienza, storytelling e fruizione autentica dei luoghi. Si analizzano esempi di pacchetti "tailor made",</i>	30

		<i>circuiti a tema, esperienze slow e strategie di distribuzione.</i>	
10	Storytelling multicanale e visual marketing per la valorizzazione territoriale e l'identità enogastronomica	<i>Tecniche di narrazione territoriale applicate alla promozione turistica e all'enogastronomia, attraverso strumenti di video marketing, fotografia, visual identity e contenuti crossmediali</i>	20
11	Tecniche di degustazione e analisi sensoriale 2	<i>Principali tecniche di degustazione e analisi sensoriale applicate a prodotti tipici come vino, olio extravergine, formaggi e altri alimenti identitari. Si approfondiscono i criteri organolettici, le modalità di valutazione professionale, la terminologia tecnica e le metodologie comparative</i>	30
12	Eventi del gusto e format esperienziali per la valorizzazione turistica del territorio	<i>Progettazione, organizzazione e promozione di eventi a tema enogastronomico, anche in sinergia con le comunità locali e gli stakeholders del territorio.</i>	40
13	Fundraising e project management nel turismo	<i>Principali fonti di finanziamento (pubbliche e private), le tecniche di fundraising e le modalità di accesso a bandi e incentivi. Attraverso il project management, si apprendono metodologie per la pianificazione, gestione, monitoraggio e rendicontazione di progetti complessi, anche in chiave sostenibile e partecipativa.</i>	30
14	Laboratorio creativo: organizzare un evento di food experience sostenibile	<i>Progettazione e realizzazione di un evento enogastronomico sostenibile. Dall'ideazione del concept all'organizzazione logistica, passando per il coinvolgimento degli stakeholder locali, la selezione dei prodotti a km 0 e la comunicazione dell'esperienza, il laboratorio sviluppa competenze creative e gestionali. Particolare attenzione è posta all'impatto ambientale, all'inclusività e alla valorizzazione del patrimonio agroalimentare del territorio. Gli studenti utilizzeranno strumentazioni fotografiche e video per l'evento</i>	30
15	Laboratorio startup: impresa enogastronomica sostenibile e innovazione territoriale	<i>Sviluppo di idee imprenditoriali innovative nel campo dell'enogastronomia sostenibile, con focus su business model, pitch e simulazioni reali.</i>	40
16	Project work		40

Totale aula		540
Stage		360
Totale		900

Totale Biennio	1.800
-----------------------	--------------