

RIEPILOGO SCHEDA DI CASO

RISULTATO ATTESO 1 - Definire l'offerta, i prezzi e le iniziative promozionali dei servizi di ristorazione, a partire dall'analisi dei dati di mercato e di redditività

CASI ESEMPLIFICATIVI:

Dimensione 1 - Analisi di mercato: **3 casi**

Dimensione 2 - Definizione dell'offerta ristorativa: **9 casi**

Dimensione 3 - Iniziative promozionali: **3 casi**

Dimensione 4 - Ottimizzazione dei profitti: **3 casi**

RISORSE A SUPPORTO DELLA VALUTAZIONE (RSV)

RISULTATO ATTESO 2 - Pianificare e programmare i flussi di lavoro e le attività, anche tenendo conto di situazioni contingenti, gestendo le risorse della struttura ristorativa

CASI ESEMPLIFICATIVI:

Dimensione 1 - Pianificazione dei flussi di lavoro: **4 casi**

Dimensione 2 - Gestione operativa del personale: **5 casi**

RISORSE A SUPPORTO DELLA VALUTAZIONE (RSV)

RISULTATO ATTESO 3 - Stabilire le politiche di customer satisfaction, a partire dall'individuazione dei fabbisogni della clientela, definendo strategie e modalità operative finalizzate a massimizzare la soddisfazione del cliente

CASI ESEMPLIFICATIVI:

Dimensione 1 - Politiche di customer satisfaction: **4 casi**

RISORSE A SUPPORTO DELLA VALUTAZIONE (RSV)

RISULTATO ATTESO 4 - Governare i processi di approvvigionamento e di manutenzione, con riferimento alle esigenze della struttura, gestendo i rapporti con i fornitori e con le società di manutenzione incaricate

CASI ESEMPLIFICATIVI:

Dimensione 1 - Organizzazione dell'approvvigionamento: **7 casi**

Dimensione 2 - Organizzazione della manutenzione: **5 casi**

RISORSE A SUPPORTO DELLA VALUTAZIONE (RSV)

SCHEDA DI CASO

RISULTATO ATTESO 1 - Definire l'offerta, i prezzi e le iniziative promozionali dei servizi di ristorazione, a partire dall'analisi dei dati di mercato e di redditività

1 - ANALISI DI MERCATO

Grado di complessità 3

1.3 NUOVA APERTURA

Individuare la migliore locazione, il tipo di bisogno del contesto di riferimento, l'esistenza di un potenziale bacino di utenti e la ciclicità della domanda, al fine di aprire una nuova struttura ristorativa e utilizzando anche strumenti di geomarketing

Grado di complessità 2

1.2 RIPOSIZIONAMENTO OFFERTA

Individuare gli elementi per elaborare una strategia di riposizionamento della propria offerta ristorativa attraverso lo studio delle nuove tendenze che coinvolgono il contesto e il target di riferimento

Grado di complessità 1

1.1 MANTENIMENTO VANTAGGIO COMPETITIVO

Individuare gli elementi utili a mantenere il proprio vantaggio competitivo esaminando le strategie della concorrenza, le nuove tendenze gastronomiche e l'evoluzione delle esigenze dei consumatori

2 - DEFINIZIONE DELL'OFFERTA RISTORATIVA

Grado di complessità 3

2.3 RISTORAZIONE GOURMET

Definire un'offerta per una ristorazione di alto livello rivolta ad un target di clientela esigente rispetto al tipo di proposta culinaria e di servizio a fronte di una fascia di prezzo elevata

Grado di complessità 2

2.2 NUOVI FORMAT RISTORATIVI

Definire un'offerta relativa a nuovi format o nuovi concept di locali (es. risto-disco, risto-show, risto-shop) integrando la parte relativa all'aspetto gastronomico con quella relativa alle diverse forme di

ADA.23.01.01 - DEFINIZIONE E GESTIONE DELL'OFFERTA DEI SERVIZI DI RISTORAZIONE

intrattenimento che ne caratterizzano il posizionamento competitivo sul mercato

2.2 SERVIZI AGGIUNTIVI

Definire un'offerta comprendente servizi aggiuntivi di ristorazione (es. catering, banqueting, convenzioni) che si aggiungono alla propria offerta standard

2.2 RISTORAZIONE ALBERGHIERA TOP

Definire l'offerta relativa a strutture alberghiere di fascia alta, dove possono anche essere previsti servizi ristorativi collegati ad attività congressuali

2.2 RISTORAZIONE COLLETTIVA

Definire l'offerta per servizi di ristorazione collettiva (es. mense aziendali, scolastiche, ospedaliere) nel rispetto delle normative che regolano lo specifico settore

Grado di complessità 1

2.1 RISTORAZIONE VELOCE

Definire un'offerta tesa a garantire la velocità di somministrazione dei pasti ad un target di clienti orientato all'aspetto funzionale del cibo (es. bistrò, fast food)

2.1 RISTORAZIONE TRADIZIONALE

Definire un'offerta per un servizio di ristorazione tradizionale avendo cura di definire una proposta complessiva (es. livello culinario, fascia di prezzo, standard di servizio) in linea con il proprio target di riferimento, la tipologia del locale (es. trattoria, ristorante, agriturismo) e il contesto territoriale

2.1 RISTORAZIONE ALBERGHIERA

Definire un'offerta standard per gli ospiti della struttura alberghiera, eventualmente accompagnata da un servizio aperto ad avventori esterni (es. hotel 3*)

2.1 RISTORAZIONE SELF-SERVICE

Definire un'offerta che preveda un servizio a self-service con cibo di qualità per clienti abituali che ne usufruiscono nella pausa pranzo di lavoro (es. ristò)

3 - INIZIATIVE PROMOZIONALI

Grado di complessità 3

3.3 BRAND BUILDING

Sviluppare iniziative promozionali collegate a strategie di brand building (es. costituzione di circuiti

ADA.23.01.01 - DEFINIZIONE E GESTIONE DELL'OFFERTA DEI SERVIZI DI RISTORAZIONE

di imprese) tese a fidelizzare la clientela attraverso la riconoscibilità di un marchio

Grado di complessità 2

3.2 SOCIAL MEDIA MARKETING

Promuovere l'offerta attraverso strumenti di social media marketing (es. sito, newsletter, Facebook) mantenendo vivo nel tempo l'interesse della clientela

Grado di complessità 1

3.1 PROMOZIONE DIRETTA

Realizzare attività di promozione diretta in struttura (es. presentazione di nuovi prodotti, eventi) o presso enti (es. agenzie turistiche) per fidelizzare e/o aumentare la clientela

4 - OTTIMIZZAZIONE DEI PROFITTI

Grado di complessità 3

4.3 GESTIONE INFORMATIZZATA

Utilizzare software di revenue management in grado di supportare le decisioni tese ad ottimizzare i profitti sulla base di dati storici e previsionali

Grado di complessità 2

4.2 STRATEGIE DI OTTIMIZZAZIONE

Elaborare strategie per ottimizzare i profitti agendo sia sulla riduzione dei costi che sull'aumento dei ricavi sfruttando al meglio le risorse a disposizione e le opportunità offerte dal mercato

Grado di complessità 1

4.1 MONITORAGGIO

Registrare, a partire dalla definizione di un sistema di indicatori di redditività dei diversi centri di costo aziendali, i dati funzionali alla stesura di report periodici che evidenzino le situazioni virtuose e le eventuali criticità

SCHEDA RISORSE A SUPPORTO DELLA VALUTAZIONE DEL RISULTATO ATTESO 1

RISORSE FISICHE ED INFORMATIVE TIPICHE (IN INPUT E/O PROCESS ALLE ATTIVITÀ)

- Contesto di riferimento descritto in termini quali-quantitativi: (i) ciclicità della domanda; (ii) nuove tendenze gastronomiche; (iii) caratteristiche della concorrenza; (iv) evoluzione delle esigenze dei consumatori
- Visione e missione aziendale
- Tipologia di forma ristorativa e standard di servizio
- Indicatori di redditività dei diversi centri di costo aziendali

TECNICHE TIPICHE DI REALIZZAZIONE/CONDUZIONE DELLE ATTIVITÀ

- Metodi e tecniche di analisi del mercato (per mantenimento vantaggio competitivo, per nuova apertura, per riposizionamento offerta)
- Metodi e tecniche di elaborazione dei dati
- Metodi e tecniche di definizione di offerta di un servizio di ristorazione: (i) ristorazione self-service; (ii) ristorazione veloce; (iii) ristorazione tradizionale; (iv) ristorazione collettiva; (v) ristorazione alberghiera; (vi) servizi di ristorazione aggiuntivi (es. catering, banqueting, ecc.); (vii) nuovi format di ristorazione o nuovi concept di locali (es. risto-disco, risto-show, risto-shop); (viii) alta ristorazione (ristorazione gourmet)
- Tecniche di pricing
- Tecniche di revenue management
- Metodi e tecniche di sviluppo di un piano di comunicazione e promozionale

OUTPUT TIPICI DELLE ATTIVITÀ

- Dati rilevati dall'analisi del mercato elaborato
- Strategie promozionali (promozione diretta, brand building, social media marketing) elaborate e realizzate
- Offerta e standard di servizio elaborate
- Prezzi e strategie di ottimizzazione dei profitti definiti

INDICAZIONI A SUPPORTO DELLA SCELTA DEL METODO VALUTATIVO E DELLA PREDISPOSIZIONE DELLE PROVE

ESTENSIONE SUGGERITA DI VARIETÀ PRESTAZIONALE

1. L'insieme delle tecniche di analisi del mercato
2. L'insieme delle tecniche di sviluppo di un'offerta di ristorazione per le diverse tipologie ristorative
3. L'insieme delle tecniche di revenue management

ADA.23.01.01 - DEFINIZIONE E GESTIONE DELL'OFFERTA DEI SERVIZI DI RISTORAZIONE

DISEGNO TIPO DELLA VALUTAZIONE

- 1.** Per la definizione dell'offerta: (i) Prova prestazionale: Analisi di uno studio di caso: a partire da un insieme di dati di mercato, definizione dell'offerta di ristorazione e dello standard di servizio di una tipologia di servizio di ristorazione
- 2.** Per la definizione delle strategie di prezzo: (i) Prova prestazionale: Analisi di caso: a partire da indicatori dei diversi centri di costo aziendali (dati) e dalla formulazione dell'offerta di cui alla prima prova prestazionale, individuazione dei prezzi da applicare; (ii) Colloquio tecnico relativo alle modalità di promozione di un servizio di ristorazione (canali, variabili da tenere in considerazione, target) partendo dall'offerta definita nella prova prestazionale

SCHEDA DI CASO

RISULTATO ATTESO 2 - Pianificare e programmare i flussi di lavoro e le attività, anche tenendo conto di situazioni contingenti, gestendo le risorse della struttura ristorativa

1 - PIANIFICAZIONE DEI FLUSSI DI LAVORO

Grado di complessità 2

1.2 FLUSSI ORDINARI IN STRUTTURE MEDIO GRANDI

Gestire la pianificazione ordinaria dei flussi di lavoro all'interno di strutture ristorative medio grandi, anche con una distribuzione su più sedi operative, la cui complessità ed articolazione richiede spesso l'utilizzo di sistemi informatizzati specifici

1.2 FLUSSI DI LAVORO STRAORDINARI

Rimodulare la pianificazione dei flussi di lavoro in relazione a momenti di attività straordinari (es. banqueting, catering) riorganizzando il personale in servizio anche sulla base delle caratteristiche del personale aggiuntivo reclutato per far fronte all'evenienza

1.2 GESTIONE DELLE CRITICITÀ

Rilevare, in presenza di criticità organizzative, evidenti o segnalate, il punto di origine all'interno del flusso produttivo e agire sulle cause al fine di ridurre/eliminare la loro incidenza rispetto al corretto funzionamento aziendale

Grado di complessità 1

1.1 FLUSSI ORDINARI IN PICCOLE STRUTTURE

Pianificare i flussi di lavoro interni ed esterni, tenute in debita considerazione, da un lato, le peculiarità della propria offerta ristorativa e, dall'altro, la sostenibilità economica dell'esercizio, perseguendo obiettivi di efficacia ed efficienza attraverso la chiara assegnazione di ruoli e responsabilità al personale dei vari reparti (es. cucina, sala), costruendo team di lavoro equilibrati, esplicitando le modalità di relazione gerarchica, definendo l'orario di lavoro e le necessità di turnazione anche sulla base dei piani ferie e permessi complessivi

2 - GESTIONE OPERATIVA DEL PERSONALE

Grado di complessità 3

2.3 MOTIVAZIONE E INCENTIVAZIONE

ADA.23.01.01 - DEFINIZIONE E GESTIONE DELL'OFFERTA DEI SERVIZI DI RISTORAZIONE

Mettere in atto azioni finalizzate alla condivisione della vision aziendale tra tutti gli operatori della struttura ristorativa (es. incontri periodici di confronto, comunicazione dei risultati conseguiti), preoccupandosi di motivare tutto il personale e predisponendo adeguati piani di incentivazione e progressione di carriera

Grado di complessità 2

2.2 FORMAZIONE E ADDESTRAMENTO

Pianificare interventi di formazione e addestramento dei lavoratori previsti da normative specifiche del settore ristorativo ovvero finalizzati all'innalzamento, ottimizzazione delle performance lavorative del dipendente avendo cura di condividere con lo stesso la tipologia di interventi da seguire e le finalità in un'ottica di condivisione e reciproco vantaggio

Grado di complessità 1

2.1 DIMENSIONAMENTO

Individuare, nel rispetto delle strategie di posizionamento sul mercato e dei vincoli economici stabiliti, il numero, la tipologia e le caratteristiche delle professionalità necessarie a presidiare efficacemente i flussi di lavoro in modo da garantire la tipologia e la qualità del servizio ristorativo auspicato e atteso dalla clientela

2.1 SELEZIONE DEL PERSONALE

Provvedere all'individuazione e alla selezione del personale da inserire in azienda, valutandone direttamente, a seconda del profilo e del ruolo ricercato, esperienza pregressa, abilità tecnico professionali, attitudini, raccogliendo segnalazioni ed impressioni provenienti da soggetti conosciuti e stimati (canali diretti) ovvero attivando canali di ricerca indiretti tradizionali (es. CPI, inserzioni su giornali, banche dati) e innovativi (es. LinkedIn)

2.1 GESTIONE CONFLITTI

Osservare, cogliere e registrare situazioni palesemente conflittuali ovvero situazioni critiche latenti che vedono coinvolti i membri dello staff aziendale, avendo cura di mettere in atto strategie di risoluzione dei conflitti condivise (es. chiarimenti, riorganizzazioni interne) ovvero, in presenza di situazioni gravi, procedendo d'ufficio all'applicazione di sanzioni disciplinari previste dal regolamento interno

SCHEDA RISORSE A SUPPORTO DELLA VALUTAZIONE DEL RISULTATO ATTESO 2

RISORSE FISICHE ED INFORMATIVE TIPICHE (IN INPUT E/O PROCESS ALLE ATTIVITÀ)

- Dimensioni e tipologia di struttura di ristorazione
- Visione e missione aziendale
- Tipologia di offerta e standard di servizio
- Quantità e qualità di risorse impiegate
- Risorse e vincoli economici
- Software specifici

TECNICHE TIPICHE DI REALIZZAZIONE/CONDUZIONE DELLE ATTIVITÀ

- Metodi e tecniche di gestione delle risorse umane
- Metodi e tecniche di pianificazione dei flussi di lavoro

OUTPUT TIPICI DELLE ATTIVITÀ

- Risorse umane pianificate
- Personale gestito (a partire dalla selezione, alla formazione e addestramento e alla motivazione e incentivazione)
- Flussi di lavoro pianificati

INDICAZIONI A SUPPORTO DELLA SCELTA DEL METODO VALUTATIVO E DELLA PREDISPOSIZIONE DELLE PROVE

ESTENSIONE SUGGERITA DI VARIETÀ PRESTAZIONALE

1. L'insieme delle tecniche di gestione delle risorse umane
2. L'insieme delle tecniche di pianificazione dei flussi di lavoro (ordinari e straordinari per le diverse tipologie e dimensioni degli esercizi di ristorazione)

DISEGNO TIPO DELLA VALUTAZIONE

1. Prova prestazionale: Analisi di uno studio di caso: a partire da una tipologia di esercizio di ristorazione (di dimensione medio-piccola o grande, e di servizio offerto), definizione delle risorse umane necessarie e pianificazione dei flussi di lavoro
2. Colloquio tecnico relativo a modalità di gestione operativa del personale in caso di una criticità data

SCHEDA DI CASO

RISULTATO ATTESO 3 - Stabilire le politiche di customer satisfaction, a partire dall'individuazione dei fabbisogni della clientela, definendo strategie e modalità operative finalizzate a massimizzare la soddisfazione del cliente

1 - POLITICHE DI CUSTOMER SATISFACTION

Grado di complessità 2

1.2 RILEVAZIONE INDIRECTA

Monitorare il livello di soddisfazione della clientela attraverso l'analisi delle recensioni presenti su portali web dedicati (es. TripAdvisor) o su pubblicazioni di settore (es. guide turistiche), curando la fase di socializzazione dei dati rilevati all'interno della struttura ristorativa

Grado di complessità 1

1.1 DEFINIZIONE INDICATORI

Caratterizzare, sulla base della tipologia del servizio ristorativo offerto, le aspettative della clientela e definire un sistema di indicatori in grado di monitorarne la soddisfazione dettagliando le modalità operative di rilevazione (es. questionario per strutture alberghiere, relazionale per trattoria)

1.1 RILEVAZIONE DIRETTA

Sensibilizzare, a partire dal sistema di indicatori definito, il personale a diretto contatto con la clientela (es. camerieri, maître) alla rilevazione di ogni elemento che possa fornire utili indicazioni sul livello di soddisfazione del servizio erogato, attivando, se possibile, immediate azioni correttive direttamente con la clientela (es. sostituzione prodotti, applicazione di sconti sul conto finale)

1.1 PIANO DI MIGLIORAMENTO

Definire un piano operativo di miglioramento, sulla base dei risultati dell'analisi dei dati comunque rilevati, teso a ridurre/eliminare le criticità riscontrate coinvolgendo tutte le componenti della struttura che, con diversi livelli di responsabilità, incidono sulla soddisfazione della clientela

SCHEDA RISORSE A SUPPORTO DELLA VALUTAZIONE DEL RISULTATO ATTESO 3

RISORSE FISICHE ED INFORMATIVE TIPICHE (IN INPUT E/O PROCESS ALLE ATTIVITÀ)

- Tipologia e standard di servizio offerto
- Tipologia e caratteristiche della clientela di riferimento
- Questionari cartacei e form on line finalizzati all'acquisizione del grado di soddisfazione del cliente e all'acquisizione dei dati dello stesso
- Dati social media (recensioni presenti su portali web dedicati, es. TripAdvisor)
- Recensioni su guide turistiche

TECNICHE TIPICHE DI REALIZZAZIONE/CONDUZIONE DELLE ATTIVITÀ

- Metodi e tecniche di definizione di indicatori di rilevazione della customer satisfaction
- Metodi e tecniche di elaborazione dei dati rilevati
- Metodi e tecniche di sviluppo di un piano di azioni correttive e miglioramento

OUTPUT TIPICI DELLE ATTIVITÀ

- Indicatori di customer satisfaction rilevati
- Dati elaborati
- Piani di miglioramento sviluppati

INDICAZIONI A SUPPORTO DELLA SCELTA DEL METODO VALUTATIVO E DELLA PREDISPOSIZIONE DELLE PROVE

ESTENSIONE SUGGERITA DI VARIETÀ PRESTAZIONALE

1. L'insieme delle tecniche di rilevazione, analisi e interpretazione della customer satisfaction

DISEGNO TIPO DELLA VALUTAZIONE

1. Prova prestazionale: Analisi di caso: a partire da un insieme di dati relativi al grado di soddisfazione di un numero cospicuo di clienti: elaborazione dei dati; presentazione dei risultati
2. Colloquio tecnico relativo a definizione di azioni di miglioramento del servizio, sulla base di quanto emerso dai risultati della prova prestazionale

SCHEDA DI CASO

RISULTATO ATTESO 4 - Governare i processi di approvvigionamento e di manutenzione, con riferimento alle esigenze della struttura, gestendo i rapporti con i fornitori e con le società di manutenzione incaricate

1 - ORGANIZZAZIONE DELL'APPROVVIGIONAMENTO

Grado di complessità 3

1.3 GESTIONE ACQUISTO DI ATTREZZATURE

Gestire, a partire dalle esigenze della struttura relative all'ampliamento o rinnovo delle attrezzature, la fase di contrattazione con uno o più fornitori relativa all'acquisto del prodotto che meglio soddisfa i vincoli tecnici ed economici prestabiliti con i diretti utilizzatori e con la proprietà

Grado di complessità 2

1.2 STIMA PREVISIONALE BISOGNI

Effettuare, nel caso di avvio di una nuova struttura ristorativa o di una modifica/aggiunta dei servizi offerti (es. offerta servizio catering), una stima previsionale dei bisogni a breve e medio termine in modo funzionale alla ricerca di fornitori in grado di supportare l'iniziativa

1.2 VALUTAZIONE FORNITORI

Impostare un sistema valutazione della qualità dei singoli fornitori basato su indicatori osservabili e attendibili, definendo in particolare le modalità di tracciabilità e registrazione degli stessi ai vari livelli della struttura ristorativa

1.2 CONTRATTI A CONDIZIONI SPECIALI

Definire contratti di fornitura a condizioni speciali con particolare riferimento al diritto di accettazione della merce con riserva e al contenuto della sezione relativa alle penali (es. per mancato rispetto dei tempi)

Grado di complessità 1

1.1 ANALISI BISOGNI

Definire, a partire dallo storico dei dati sull'impiego di materie prime e materiali di consumo, il fabbisogno su base periodica (es. giornaliera, settimanale, mensile) necessario per il funzionamento della struttura ristorativa in relazione alle previsioni di lavoro

1.1 RICERCA FORNITORI

ADA.23.01.01 - DEFINIZIONE E GESTIONE DELL'OFFERTA DEI SERVIZI DI RISTORAZIONE

Effettuare la ricerca di nuovi fornitori in grado di soddisfare nuove esigenze d'acquisto (es. nuove materie prime per nuove ricette) o di garantire migliori condizioni contrattuali (es. rapporto qualità prezzo, termini di consegna e pagamento) rispetto a quelli attualmente utilizzati

1.1 CONTRATTI STANDARD DI FORNITURA

Definire contratti standard di fornitura a ordine ripetuto completi della elencazione delle tipologie merceologiche trattate, del listino prezzi, chiuso o aperto, e degli impegni reciproci sui tempi di ordine e consegna

2 - ORGANIZZAZIONE DELLA MANUTENZIONE

Grado di complessità 3

2.3 CONTRATTI DI PRONTO INTERVENTO

Definire contratti di pronto intervento per garantire il ripristino della funzionalità di attrezzature malfunzionanti in tempi ridotti e certi a condizioni favorevoli

Grado di complessità 2

2.2 CONTRATTI DI MANUTENZIONE

Definire contratti di manutenzione continuativa della struttura ristorativa che prevedano ad esempio verifiche periodiche della funzionalità delle attrezzature e accordi per la sostituzione di componenti usurabili (es. guarnizioni, filtri)

Grado di complessità 1

2.1 MANUTENZIONE PREVENTIVA

Pianificare gli interventi di manutenzione preventiva (ordinaria e straordinaria) definendo procedure, compiti, tempistiche e standard di risultato, al fine di assicurare il corretto e costante funzionamento della struttura ristorativa

2.1 MANUTENZIONE CORRETTIVA

Gestire, in caso di malfunzionamenti improvvisi di attrezzature, gli interventi correttivi attivando le società di manutenzione incaricate, fornendo supporto ai tecnici esterni e supervisionando il loro operato al fine di ripristinarne la completa funzionalità nel minor tempo possibile

2.1 REPORTISTICA

Registrare l'incidenza degli interventi manutentivi secondo criteri statistici funzionali alla presa di decisioni sulla necessità di programmare interventi migliorativi tesi a ridurre i costi e/o i disagi

ADA.23.01.01 - DEFINIZIONE E GESTIONE DELL'OFFERTA DEI SERVIZI DI RISTORAZIONE

produttivi

SCHEDA RISORSE A SUPPORTO DELLA VALUTAZIONE DEL RISULTATO ATTESO 4

RISORSE FISICHE ED INFORMATIVE TIPICHE (IN INPUT E/O PROCESS ALLE ATTIVITÀ)

- Tipologia e dimensioni struttura ristorativa
- Standard di servizio
- Bacino clienti (reale e potenziale)
- Stagionalità
- Storico dei dati sull'impiego di materie prime e materiali di consumo
- Parco fornitori
- Internet o altre fonti per la ricerca di nuovi fornitori
- Listini prezzi
- Risorse e vincoli economici
- Dispositivi, strumenti, attrezzature della struttura ricettiva
- Software specifici
- Registri e report

TECNICHE TIPICHE DI REALIZZAZIONE/CONDUZIONE DELLE ATTIVITÀ

- Metodi e tecniche di pianificazione degli approvvigionamenti (materie prime, attrezzature)
- Metodi e tecniche di valutazione dei fornitori e delle forniture
- Metodi e tecniche di contrattazione delle forniture
- Metodi e tecniche di monitoraggio manutenzione ordinaria e straordinaria

OUTPUT TIPICI DELLE ATTIVITÀ

- Piano degli approvvigionamenti definito
- Fornitori individuati
- Contratti di fornitura (standard, a condizioni speciali, di pronto intervento, ecc.) redatti
- Dispositivi, strumenti, attrezzature mantenuti

INDICAZIONI A SUPPORTO DELLA SCELTA DEL METODO VALUTATIVO E DELLA PREDISPOSIZIONE DELLE PROVE

ESTENSIONE SUGGERITA DI VARIETÀ PRESTAZIONALE

1. L'insieme delle tecniche di gestione degli approvvigionamenti e di contrattazione delle forniture

DISEGNO TIPO DELLA VALUTAZIONE

1. Prova prestazionale: Analisi di caso: a partire da un insieme di dati (tipologia e dimensioni struttura ricettiva, standard di servizio, bacino clienti, stagionalità, storico dei dati sull'impiego di

ADA.23.01.01 - DEFINIZIONE E GESTIONE DELL'OFFERTA DEI SERVIZI DI RISTORAZIONE

materie prime e materiali di consumo) definire un piano di approvvigionamenti di materie prime settimanale

2. Colloquio tecnico relativo a modalità di gestione di contrattazione di una fornitura di materie prime e di attrezzature

FONTI

Dammacco Salvatore, "Le imprese alberghiere", Ed. Maggioli Editore, 2016

Di Pietro Ilaria, "Il management dell'impresa alberghiera", Ed. Hoepli, 2016

Fierro Giuseppe, "Marketing e management delle imprese di ristorazione", Ed. Hoepli, 2015

Fierro Giuseppe, "Food & Beverage Management", Ed. Hoepli, 2006

D'Egidio Franco, "Il global service management (GSM)", Ed. Franco Angeli, 1993