

5.2.2.2.3 - Addetti al banco nei servizi di ristorazione

Le professioni comprese in questa unità provvedono a servire dai banconi vivande, alimenti e bevande agli avventori di mense, fast-food, tavole calde ed esercizi assimilati; confezionano cibi precotti o crudi a base di vegetali, carni o altri prodotti; curano la conservazione degli alimenti e sovrintendono all'igiene dei luoghi e delle attrezzature.

Evoluzione del ruolo professionale nel settore Turismo

Nel medio termine saranno sempre più coinvolti nel monitoraggio della percezione della qualità complessiva della prestazione aziendale.

Compiti innovati

- effettuare il monitoraggio della qualità (valore percepito) della prestazione aziendale e suggerire i relativi correttivi.

Compiti nuovi

- utilizzare sempre più diffusamente e quotidianamente gli strumenti tecnologici, quali ad es. palmari per le ordinazioni, POS per pagamenti, ecc.

A fronte delle innovazioni e delle novità che si prevede saranno introdotte nell'esercizio della professione, l'intero sistema di competenze subirà dei cambiamenti. In particolare sono 15 le competenze individuate come caratterizzanti il Turismo nel medio periodo. Queste potranno rivelarsi molto importanti, mediamente importanti, scarsamente importanti o non influenti rispetto all'esercizio del ruolo professionale. Lo schema che segue riepiloga in forma sinottica il quadro delle 15 competenze indicando la rilevanza o meno, per ognuna di esse, per l'unità professionale degli Addetti al banco nei servizi di ristorazione.

5.2.2.2.3 - Addetti al banco nei servizi di ristorazione

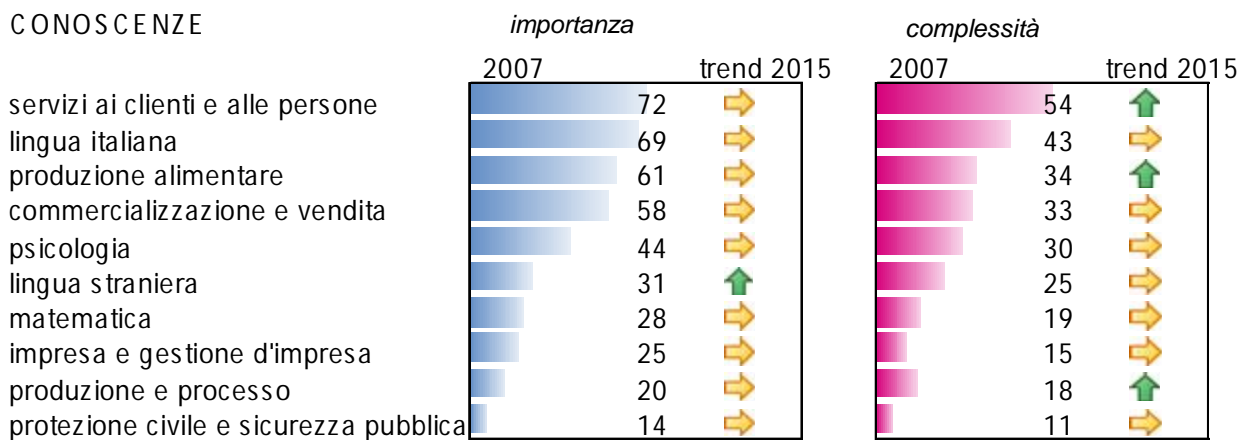
C
O
M
P
E
T
E
N
Z
E

1	Essere in grado di definire le strategie e gli obiettivi della comunicazione via web ai diversi mercati e consumatori finali	X	
2	Essere in grado di scegliere i linguaggi e i contenuti della comunicazione per la presentazione dei prodotti sul web	X	
3	Essere in grado di definire e attuare le modalità di contatto dei segmenti target attraverso il web (e di gestire i rapporti via web con gli utenti del sito aziendale e con gli utenti dei blog)	X	
4	Essere in grado di monitorare tendenze, individuare cambiamenti ed evoluzioni nei gusti del pubblico che utilizza la rete e definire "valori" della qualità per diversi segmenti – target	X	
5	Essere in grado di declinare le tendenze di cambiamento in ipotesi di prodotto turistico e di nuovi servizi e costruire offerte e pacchetti di offerte ingegnerizzando il packaging e i possibili punti di assemblaggio da parte dei clienti	X	
6	Essere in grado di valutare l'apporto dei fornitori alla creazione del valore aziendale (analisi della supply chain)	X	
7	Essere in grado di definire le norme e le modalità di funzionamento per favorire la creazione e sviluppo di sistemi integrati territoriali per le produzioni turistiche	X	
8	Essere in grado di effettuare analisi territoriali per la individuazione degli elementi a potenziale sviluppo turistico	X	
9	Essere in grado di monitorare la formazione della percezione della qualità da parte dei clienti nei diversi momenti del ciclo produttivo	A	
10	Essere in grado di applicare le tecniche di revenue management e di definire il sistema per ottimizzare i rendimenti aziendali	X	
11	Essere in grado di costruire sistemi gestionali di controllo per il monitoraggio delle modalità di creazione dei flussi di costo e ricavo	X	
12	Essere in grado di effettuare l'analisi organizzativa aziendale per la ripartizione e la delega di compiti e obiettivi	X	
13	Essere in grado di formare i propri collaboratori anche durante lo svolgimento delle attività lavorative	C	
14	Essere in grado di rendere flessibile la propria organizzazione aziendale per essere pronta a recepire nuovi prodotti e attivare/modificare i propri processi	C	
15	Essere in grado di progettare l'andamento dei flussi di costo e di ricavo a sostegno delle attività aziendali e per la realizzazione di prodotti "coerenti"	X	

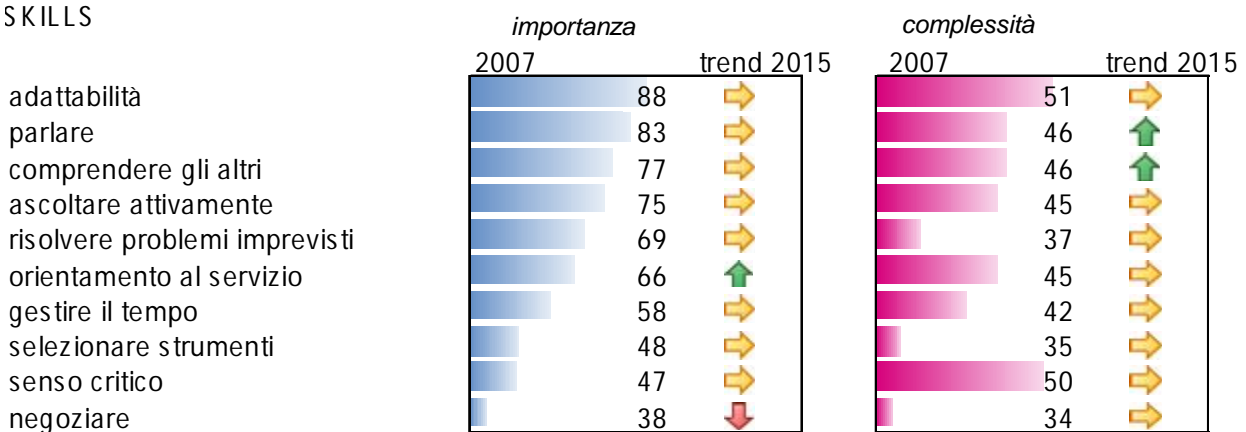
A	molto importante
B	mediante importante
C	scarsamente importante
X	non influente rispetto al ruolo

Tendenze del cambiamento rispetto alla rappresentazione attuale della Unità Professionale^(*)

CONOSCENZE



SKILLS



<i>Legenda</i>	
Crescita	↑
Stabilità	→
Declino	↓

^(*) Ci si riferisce agli esiti della prima edizione della indagine campionaria sulle professioni condotta da Isfol e Istat terminata nel 2007. I risultati sono disponibili sul sito <http://fabbisogni.isfol.it>. Dei 10 descrittori utilizzati per indagare la struttura professionale, nell'ambito della anticipazione dei fabbisogni professionali sono stati selezionati come benchmark gli esiti rilevati rispetto a Conoscenze e Skill in quanto aree sensibili per gli interventi di formazione. Nel quadro dell'indagine le *conoscenze* - sono insiemi strutturati di informazioni, principi, pratiche e teorie necessari al corretto svolgimento della professione. Si acquisiscono attraverso percorsi formali (istruzione, formazione e addestramento professionale) e/o con l'esperienza; le *skills* - sono insiemi di procedure e processi cognitivi generali che determinano la capacità di eseguire bene i compiti connessi con la professione. Si tratta, in particolare, di processi appresi con il tempo e che consentono di trasferire efficacemente nel lavoro le conoscenze acquisite

L'*importanza* - è un valore percentuale risultante dalle valutazioni degli intervistati facenti parte della specifica UP, rispetto ad una scala valoriale su 5 livelli, da Non importante ad Assolutamente importante

La *complessità* - è un valore percentuale risultante dalle valutazioni degli intervistati facenti parte della specifica UP, rispetto ad una scala valoriale su 7 livelli con ancoraggi esemplificativi del livello di complessità crescente ed esemplificative delle conoscenze o skills che l'UP deve possedere

Indicazioni per il sistema dell'*education*

Il percorso formativo prevede l'acquisizione della qualifica professionale con la frequenza dei corsi di sala e bar negli istituti professionali alberghieri. Per migliorare la propria preparazione potrebbero essere opportuni dei corsi di tecnica delle vendite per migliorare le proprie capacità di approccio del cliente.