

Simulazione di seconda prova scritta per l'Esame di Stato 2025 nell'Istituto professionale indirizzo “Enogastronomia e ospitalità alberghiera”

Articolazione “Accoglienza turistica”

di Lucia Evangelisti e Paola Malandra

La prova richiede al candidato/a, da un lato, capacità di analisi, di scelta e di soluzione con riferimento alle filiere dell'Indirizzo; dall'altro, il conseguimento delle competenze professionali cui sono correlati i nuclei tematici fondamentali.

La prova potrà, pertanto, essere strutturata secondo una delle seguenti tipologie:

- **TIPOLOGIA A** Analisi ed elaborazione di una tematica relativa al percorso professionale, anche sulla base di documenti, tabelle e dati.
- **TIPOLOGIA B** Analisi e soluzione di problematiche in un contesto operativo riguardante l'area professionale (caso aziendale).
- **TIPOLOGIA C** Individuazione e descrizione analitica delle fasi e delle modalità di realizzazione di un prodotto o di un servizio.
- **TIPOLOGIA D** Elaborazione delle linee essenziali di un progetto finalizzato alla promozione del territorio e/o all'innovazione delle filiere di indirizzo.

La traccia sarà predisposta, nella modalità di seguito specificata, in modo da proporre temi, situazioni problematiche, progetti ecc. che consentano, in modo integrato, di accertare le conoscenze, le abilità e le competenze attese in esito all'indirizzo e quelle caratterizzanti lo specifico percorso.

La parte nazionale della prova indicherà la tipologia e il/i nucleo/i tematico/i fondamentale/i d'indirizzo cui la prova dovrà fare riferimento. La Commissione d'esame declinerà le indicazioni ministeriali in relazione allo specifico percorso formativo attivato dall'istituzione scolastica, con riguardo al codice ATECO di riferimento, in coerenza con le specificità del Piano dell'offerta formativa e della dotazione tecnologica e laboratoriale d'istituto.

La durata della prova è prevista di 6 ore, se trattasi solo di un elaborato scritto; fino a un massimo di 12 ore, se sia prevista una prova scritta con integrazione laboratoriale.

In quest'ultimo caso, ferma restando l'unicità della prova, la Commissione d'esame, tenuto conto delle dotazioni logistiche e delle esigenze organizzative dell'Istituto, può riservarsi la possibilità di far svolgere la prova in due giorni per una eventuale integrazione di tipo laboratoriale, fornendo ai candidati le specifiche consegne all'inizio di ciascuna giornata d'esame. Pertanto, la Commissione può disporre la durata della prova scritta in 4 ore, tenuto presente che per l'integrazione laboratoriale del giorno successivo, al fine di garantire l'esecuzione individuale e la presenza dell'intera Commissione, si debba adottare un modello organizzativo “per turni” della durata massima di 8 ore.

Nuclei tematici fondamentali d'indirizzo correlati alle competenze

1. Predisposizione di prodotti e/o servizi che abbiano come riferimento i bisogni, le attese e i profili dietetici e/o culturali del cliente, focalizzandosi, in particolare, sugli stili di alimentazione, sui contesti culturali e sui modelli di ospitalità.

2. Pianificazione e gestione di prodotti e/o di servizi, con particolare riguardo ai seguenti ambiti: identificazione delle risorse, valutazione dei mutamenti delle tendenze di acquisto e di consumo, controllo della qualità, ottimizzazione dei risultati, efficienza aziendale e sostenibilità ambientale.
3. Programmazione e attivazione degli interventi di messa in sicurezza nella lavorazione di prodotti e/o nell'allestimento di servizi: dalle procedure dei piani di autocontrollo all'implementazione della prevenzione dei rischi sul luogo di lavoro, alla connessione tra sicurezza, qualità e privacy.
4. Cultura della "Qualità totale" dei prodotti e/o dei servizi: come si esprime e si realizza nella valorizzazione delle tipicità e nell'integrazione con il territorio, nei marchi di qualità, nella digitalizzazione dei processi e nel sostegno all'innovazione.
5. Valorizzazione del "made in Italy", come area integrata tra individuazione dei prodotti di qualità, organizzazione ottimale dei processi produttivi e/o dei servizi, adozione di efficaci strategie di comunicazione e di commercializzazione.
6. Sviluppo delle attività e delle figure professionali tra tradizione e innovazione: diffusione della cultura di una sana e corretta alimentazione; introduzione di nuovi alimenti e/o di nuove tipologie di servizi; nuove tendenze del turismo e nuovi modelli di gestione aziendale.
7. Lettura e promozione del territorio, dalla corretta rilevazione delle sue risorse alla selezione di eventi rappresentativi delle sue specificità; adozione di tecniche efficaci per la pubblicizzazione degli eventi; valorizzazione di prodotti e servizi, che interconnettono ambiti culturali e professionali.
8. Ospitalità, intesa come spazio comunicativo del "customer care"; identificazione del target della clientela e offerta di prodotti e servizi per la soddisfazione e la fidelizzazione della clientela.

Obiettivi della prova

- Individuare le tematiche e/o le problematiche di riferimento nel testo proposto o nella situazione operativa descritta o nel progetto assegnato.
- Elaborare, in maniera motivata e articolata, proposte funzionali alla trattazione della tematica o alla soluzione del caso o alla costruzione del progetto.
- Utilizzare strumenti teorici e/o operativi nello sviluppo dell'elaborato o nella realizzazione e promozione di prodotti e/o servizi, formulando anche proposte innovative.
- Saper argomentare e collegare conoscenze e abilità nell'elaborazione di tematiche o nella realizzazione e presentazione di prodotti e servizi, fornendo le motivazioni delle scelte operate.
- Possedere adeguate e corrette conoscenze della strumentazione tecnologica, dei quadri storico –culturali e di quelli normativi di riferimento delle filiere, ove questi siano richiesti.

ESEMPIO DI PROVA DI TIPOLOGIA C

Individuazione e descrizione analitica delle fasi e delle modalità di realizzazione di un prodotto o di un servizio con riferimento ai seguenti Nuclei tematici fondamentali d'indirizzo correlati alle competenze:

1. Predisposizione di prodotti e/o servizi che abbiano come riferimento i bisogni, le attese e i profili dietetici e/o culturali del cliente, focalizzandosi, in particolare, sugli stili di alimentazione, sui contesti culturali e sui modelli di ospitalità.
2. Pianificazione e gestione di prodotti e/o di servizi, con particolare riguardo ai seguenti ambiti: identificazione delle risorse, valutazione dei mutamenti delle tendenze di acquisto e di consumo, controllo della qualità, ottimizzazione dei risultati, efficienza aziendale e sostenibilità ambientale.
8. Ospitalità, intesa come spazio comunicativo del "customer care"; identificazione del target della clientela e offerta di prodotti e servizi per la soddisfazione e la fidelizzazione della clientela.

Potenziamento dell'area congressuale di un hotel

L'Hotel Congress Garden di Ravenna, categoria * * * *, è una struttura ricettiva dotata di 160 camere, due ristoranti, di cui uno ubicato sul roof-top garden, due bar, una piscina coperta e un piccolo centro benessere ad uso esclusivo della clientela dell'Hotel.

Nell'ultimo anno è stata realizzata la ristrutturazione completa dell'edificio ed è stata potenziata l'area congressuale con due nuove sale convegni da 40 e 100 posti che vanno ad aggiungersi a quella già presente, capace di ospitare fino a 250 persone.

Al fine di rilanciare la struttura e incrementare l'occupazione delle camere anche durante i periodi di minore affluenza, la direzione dell'Hotel ha proposto un'importante campagna di marketing sia a livello nazionale che all'estero, attraverso tutti i canali disponibili online e offline.

Per quanto concerne in particolare il settore MICE, sono stati presi contatti diretti con gli operatori del settore per verificare la possibilità di intavolare nuovi progetti e iniziative.

DOCUMENTO 1

Turismo, la scalata dell'Italia: prima in Europa per congressi ospitati

Firenze, 13 maggio 2024. Grande scalata per l'Italia che in soli cinque anni passa dal sesto al primo posto e raggiunge la vetta d'Europa per numero di congressi ospitati. Il nostro paese è la prima destinazione in Europa per congressi e convegni ospitati nell'anno 2023 secondo il report annuale di Icca (International Congress and Convention Association). Il traguardo raggiunto è una prima volta assoluta per l'Italia, ed è il risultato di anni di crescita del settore, di una scalata progressiva dalla sesta posizione delle annate 2018/19 alla seconda posizione del 2022 fino a raggiungere l'ambita prima posizione nel 2023.

Nelle classifiche pubblicate da Icca, l'Italia si classifica prima in Europa e seconda nel mondo, dietro solamente agli Stati Uniti. La nostra è l'unica nazione tra le prima in classifica che ha aumentato il numero dei congressi ospitati rispetto al 2022, tutte le altre hanno diminuito o mantenuto il numero dei propri congressi. Per conquistare la vetta della classifica europea, l'Italia ha superato la Spagna, che mantiene la seconda posizione davanti a Francia, Germania e Regno Unito.

L'Italia è il Paese che vanta il maggior numero di città nella top 100 mondiale, ben 7, una in più rispetto al 2023. Spicca il risultato di Roma al 7° posto, per la prima volta in top 10, con ben 40 congressi in più rispetto al 2023. 29° posto per Milano, 47° Bologna, 60° Firenze, 66° Napoli, 78° Torino, 84° Venezia, la new entry rispetto all'anno scorso. Queste città sono conosciute in tutto il mondo non solo per le loro bellezze artistiche e storiche, ma anche per il fortissimo tessuto universitario e scientifico che le rende un fulcro importante delle strategie messe in atto dal nostro paese come Italian Knowledge Leaders, insieme alla Crui-Conferenza dei Rettori delle Università Italiane.

“Questo è un risultato storico per il settore e per il paese – dice Carlotta Ferrari, presidente di Convention Bureau Italia. “Se abbiamo raggiunto questo traguardo è anche merito di strategie coordinate di alta qualità come il nostro Italian Knowledge Leaders – dicono da Convention Bureau Italia – il programma che valorizza le eccellenze italiane in ambito accademico, medico, culturale e scientifico, coinvolgendole nel mercato dei convegni internazionali. Con un progetto che abbina i poli accademici, scientifici e professionali alla presenza diffusa di convention bureau e infrastrutture idonee, siamo riusciti a contribuire all'aumento del potere di attrazione del nostro paese e il nostro è il paese europeo che più di ogni altro sta accrescendo la propria influenza all'interno delle associazioni internazionali: +86 board members rispetto al 2022. Incentivare la presenza di Knowledge Leaders italiani nelle associazioni aumenta il prestigio dell'Italia e porta grandi benefici economici, a partire dalla capacità di attrarre un numero sempre maggiore di congressi”.

“Per decenni, l'Italia ha osservato le nazioni concorrenti pianificare e implementare strategie a lungo termine per attrarre flussi turistici – dice Ferrari – con il settore congressuale che non faceva eccezione. Con l'avvento di Convention Bureau Italia dieci anni fa, si è scelto di valorizzare uno degli asset più significativi del nostro Paese: la capacità di offrire molteplici destinazioni ideali per ospitare congressi internazionali. L'approccio

collaborativo adottato ha permesso alle varie località di superare insieme le sfide, condividere le pratiche promozionali più efficaci e innalzare gli standard qualitativi dell'offerta congressuale”.

“Italian Knowledge Leaders è nato contestualmente alla crisi del Covid-19 – dice Tobia Salvadori, direttore di Convention Bureau Italia – e ha puntato sull'investimento nel capitale intellettuale italiano, una risorsa inestimabile e in continua espansione. Il progetto ha fornito alle destinazioni obiettivi chiari e misurabili, confrontabili annualmente sia a livello nazionale che internazionale. Grazie alla generazione di lead, Italian Knowledge Leaders ha dotato le località delle risorse necessarie per sviluppare nuove candidature e attrarre congressi. La strategia coordinata di Italian Knowledge Leaders ha dimostrato che i risultati tangibili sono alla portata di tutti quando si opera con sinergia. Un contributo decisivo è venuto poi dal Ministero del Turismo, che ha riconosciuto il valore del progetto e ne ha sostenuto lo sviluppo”.

“È anche importante sottolineare come l'approccio unitario e la visione condivisa abbiano permesso all'Italia di riscattarsi dalle difficoltà passate – dice Salvadori – posizionandosi come leader nell'industria congressuale globale. La capacità di adattarsi e innovare, mantenendo al contempo un legame saldo con il ricco patrimonio culturale e storico, ha reso l'Italia una meta irresistibile per il turismo congressuale e accademico, consolidando il suo ruolo di faro nel panorama internazionale”.

“Non dimentichiamoci che il turismo congressuale è un turismo di alta qualità – continua Salvadori – che porta grandi benefici all'Italia, sia materiali che immateriali, dall'occupazione alla promozione del territorio, dalla destagionalizzazione all'incremento del prestigio, dallo scambio di conoscenze e ricerca al networking e le possibilità di affari, tutte le statistiche dimostrano che il nostro è un turismo che fa bene al paese”.

“Risultati come questo non arrivano mai per caso: essi sono il frutto dell'impegno delle imprese e degli operatori, del gioco di squadra con il governo e il ministero e della rinnovata credibilità internazionale dell'Italia, che diviene meta sempre più ambita anche per i congressi internazionali. Come ministro, sono felice di aver sostenuto Italian Knowledge Leaders e di aver contribuito al raggiungimento di questo traguardo – commenta il ministro del Turismo Daniela Santanchè – Un traguardo che è la dimostrazione di come, attraverso strategie mirate e progetti innovativi, la nostra Nazione può crescere e risultare sempre più attrattiva, a 360 gradi. Ogni grande risultato porta con sé molta soddisfazione ma anche la motivazione, l'energia e il coraggio – che al governo Meloni non mancano di certo – necessari a sostenere il comparto verso una crescita costante, strutturale e intelligente che veda nel turismo congressuale un asset fondamentale dell'intera industria.”

Cos'è Convention Bureau Italia

L'ente privato nazionale di promozione turistica che opera nella Meeting Industry. Nato ufficialmente nel giugno 2014 dalla volontà delle principali associazioni di categoria – Federcongressi & Eventi, Associazione Italiana Confindustria Alberghi, Federturismo, Federalberghi, Confcommercio, ASSOHOTEL – Confesercenti – Convention Bureau Italia è ora un network che rappresenta oltre 3500 aziende italiane. Nei suoi 10 anni di attività ha lanciato progetti che sono divenuti punti di riferimento nelle strategie di promozione della destinazione Italia, quali: Italy at Hand, il principale evento b2b in Italia dedicato alla promozione internazionale, Italy for Weddings, la divisione che promuove il nostro Paese nel settore matrimoni di stranieri in Italia, Italian Knowledge Leaders.

Cos'è Italian Knowledge Leaders

È un progetto nato nel 2021 con lo scopo di coinvolgere e supportare la comunità accademica italiana nella sua ricerca di innovazione, professionalità e cultura. Il progetto mira a investire sulle professionalità in grado di attrarre i grandi congressi associativi nel proprio paese. In partnership con ENIT (Agenzia Nazionale del Turismo) e con la CRUI (Conferenza dei Rettori delle Università Italiane), Convention Bureau Italia coopera con gli Italian Knowledge Leaders per sensibilizzare e aiutare nel processo di candidatura di promozione delle Knowledge Destinations attraverso la creazione di tavoli di lavoro che riuniscono Knowledge Leaders, università, convention bureau locali e associazioni per aumentare il capitale socio-culturale italiano.

Cos'è Icca

L'International Congress and Convention Association, è la principale associazione internazionale che raggruppa operatori del segmento congressuale. Ogni anno pubblica il proprio “Icca Statistics Report”, la classifica delle nazioni e città che ospitano congressi e che rappresenta il principale punto di riferimento su scala mondiale delle performance delle destinazioni.

Fonte: ministeroturismo.gov.it

DOCUMENTO 2

ITALIA: Business, made beautiful

ENIT SPA e il Ministero del Turismo all'IBTM: l'Italia al centro del mondo MICE

ENIT SPA, assieme al Ministero del Turismo, partecipano a IBTM, una delle principali fiere internazionali dedicate al settore MICE. Con la sua bellezza senza tempo e la varietà di destinazioni, l'Italia rappresenta una delle mete preferite per il turismo congressuale, un settore che per il Paese è tra i più rilevanti e strategici. Nello stand di Barcellona saranno presenti assieme ad ENIT SPA 11 regioni, 2 città (Roma e Milano) e 24 operatori.

Il MICE in Italia: una posizione di leadership

Il MICE italiano continua a confermare la sua posizione di rilievo a livello mondiale. Nel 2023, l'Italia è stata protagonista di 553 meeting internazionali, mantenendo il primo posto in Europa e il secondo a livello mondiale, subito dopo gli Stati Uniti (690 meeting). Tra le città italiane, Roma si colloca al 7° posto con 119 incontri, seguita da Milano al 29° con 60 eventi (Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati ICCA).

Turismo MICE: investimenti e prospettive future

Dallo studio in corso con l'Università Cattolica sul valore economico della Meeting Industry emerge chiaramente il peso crescente del settore in termini di investimenti. Il 77,3% delle 450 sedi intervistate ha effettuato o ha in programma di effettuare nel 2024 almeno un tipo di investimento. In particolare, i centri congressi (85,7%), le dimore storiche non alberghiere (85,0%), gli spazi non convenzionali (83,3%), le sedi fieristico-congressuali (82,4%) e gli alberghi con sale meeting (79,0%) sono i più propensi a investire nel futuro. Gli investimenti più significativi nel 2023 hanno riguardato la riqualificazione degli spazi (57,7%), la formazione del personale (52,1%), l'implementazione delle dotazioni audio-video (46,6%) e la promozione e comunicazione (42,0%).

Prospettive del mercato MICE per il 2024

Le prospettive per il 2024 si confermano positive: il 43,8% delle sedi prevede un aumento del numero di eventi, mentre il 50,2% si aspetta una crescita del fatturato. Per quanto riguarda le tariffe, il 59,9% delle strutture ritiene che rimarranno inalterate. Inoltre, il 18,0% delle sedi prevede una crescita nel numero di addetti specificamente dedicati agli eventi, mentre il 77,0% stima che l'occupazione rimarrà stabile. Gli alberghi con sale meeting sono quelli che prevedono la maggior crescita di fatturato (60,2%), seguiti dalle dimore storiche non alberghiere (50,0%).

Le location più affascinanti che stavate cercando sono qui, in Italia

Dalle Alpi al Mediterraneo, l'Italia offre una gamma straordinaria di possibilità per organizzare congressi, convention o viaggi incentive: edifici moderni, ville, castelli e dimore storiche si uniscono a un elevato standard qualitativo e a tutti i comfort necessari per rispondere alle molteplici esigenze dei clienti. La varietà delle location e la possibilità di proporre itinerari unici permettono di offrire esperienze congressuali e incentive senza pari, che sempre più spesso includono destinazioni fuori dai circuiti tradizionali, come borghi, castelli e paesaggi incantevoli che competono con le grandi città d'arte.

Innovazione e qualità: il sistema congressuale italiano

La continua innovazione e la specializzazione dei servizi rendono l'Italia una meta altamente competitiva e affidabile per l'organizzazione di eventi. I centri congressi italiani godono di una cornice architettonico-paesaggistica unica, che si fonde con il nostro straordinario patrimonio artistico e culturale per offrire un'esperienza di lavoro e viaggio davvero suggestiva. Questa combinazione rende l'Italia leader nel mercato MICE internazionale, supportata da un costante incremento di eventi e congressi con una crescente partecipazione internazionale e una durata media prolungata.

Bleisure: la chiave di volta del turismo MICE

Sempre più spesso, i viaggi di lavoro si trasformano in occasioni per vivere il territorio. Il fenomeno bleisure (business + leisure) è una tendenza che arricchisce l'esperienza MICE, offrendo ai partecipanti la possibilità di scoprire le meraviglie italiane anche fuori dall'orario di lavoro. ENIT SPA, assieme alle regioni, presenta alcune

delle migliori esperienze di bleisure per chi vuole unire il piacere del viaggio al business, rendendo ogni congresso o evento un'occasione unica per scoprire l'Italia in tutta la sua bellezza.

Fonte: enit.it

QUESITI

Quesito 1

Con riferimento alla comprensione dei testi introduttivi, utile a fornire informazione e stimoli alla riflessione, il candidato risponda alle seguenti questioni:

1. In che cosa consiste il programma “Italian Knowledge Leaders”?
2. Quali benefici porta il turismo congressuale nell'economia del nostro Paese?
3. Che cosa s'intende per turismo “Bleisure”?

Quesito 2

Con riferimento alla padronanza delle conoscenze relative ai nuclei tematici fondamentali di riferimento, il candidato risponda ai seguenti quesiti:

1. Quali sono e come operano i principali professionisti del settore MICE?
2. Quali sono gli elementi essenziali da considerare nell'organizzazione dell'accoglienza degli ospiti di un evento congressuale?
3. Descriva quali sono le principali tipologie di location per un evento e le relative caratteristiche.

Quesito 3

Con riferimento alla padronanza delle competenze tecnico-professionali espresse nella rilevazione delle problematiche e nell'elaborazione di adeguate soluzioni, il candidato ipotizzi di essere stato incaricato dal direttore dell'Hotel Congress Garden di Ravenna di occuparsi dell'organizzazione dell'evento della Ditta Zellini di Mantova, specializzata nella produzione e commercializzare di profumi. Il general manager della ditta Zellini vuole organizzare un evento per presentare una nuova fragranza per la prossima stagione. Il convegno avrà la durata di tre giorni e si prevede la partecipazione di circa 200 agenti della rete vendite europea.

I servizi richiesti sono: sistemazione alberghiera, servizi ristorativi durante il soggiorno (pasti, coffee break, buffet, ecc.), un pomeriggio dedicato alla scoperta del territorio e serata di gala finale.

Il candidato sviluppi il progetto dell'evento definendo tutte le fasi necessarie all'organizzazione e gestione del convegno, descrivendo:

1. le operazioni preliminari da effettuare prima dell'inizio dell'evento;
2. le operazioni riguardanti l'accoglienza e l'assistenza durante l'evento;
3. le operazioni da espletare una volta terminato il convegno.

Griglia di valutazione per l'attribuzione dei punteggi

Indicatore <i>(correlato agli obiettivi della prova)</i>	Punteggio massimo
Comprensione del testo introduttivo o del caso professionale proposto o dei dati del contesto operativo	3
Padronanza delle conoscenze relative ai nuclei tematici fondamentali di riferimento, utilizzate con coerenza e adeguata argomentazione	6
Padronanza delle competenze tecnico - professionali espresse nella rilevazione delle problematiche e nell'elaborazione di adeguate soluzioni o di sviluppi tematici con opportuni collegamenti concettuali e operativi	8
Correttezza morfosintattica e padronanza del linguaggio specifico di pertinenza del settore professionale	3

Griglia di valutazione della seconda prova scritta elaborata dalla Commissione
Indicatori (ministeriali) e Descrittori (della Commissione)

INDICATORI	DESCRITTORI	P.TI	Valutazione
Utilizzo del patrimonio lessicale ed espressivo della lingua italiana secondo le esigenze comunicative del contesto professionale.	Utilizzo del patrimonio lessicale ed espressivo inadeguato e non appropriato.	1	
	Utilizzo del patrimonio lessicale ed espressivo complessivamente adeguato e non sempre appropriato.	2	
	Utilizzo del patrimonio lessicale ed espressivo appropriato ed efficace.	3	
	Utilizzo del patrimonio lessicale ed espressivo appropriato, ricco ed efficace.	4	
Utilizzo di una struttura logico espositiva coerente a quanto richiesto dalla tipologia di prova.	Non adeguato l'utilizzo di una struttura logico espositiva.	1	
	Nel complesso coerente e con qualche incongruenza, l'utilizzo di una struttura logico espositiva.	2	
	Coerente l'utilizzo di una struttura logico espositiva.	3	
Padronanza delle conoscenze relative ai nuclei tematici fondamentali di riferimento della prova.	Non comprende le richieste relative ai nuclei tematici oggetto della prova, non riconosce i concetti chiave e le informazioni essenziali, se non in modo parziale.	1	
	Commette qualche errore di interpretazione nello stabilire collegamenti tra le informazioni e nell'utilizzo delle rappresentazioni specifiche delle discipline d'indirizzo.	2	
	Analizza in modo essenziale la situazione, individuando e interpretando in parte i nuclei tematici e le informazioni.	3	
	Analizza in modo adeguato la situazione, individuando e interpretando correttamente i nuclei tematici e le informazioni	4	
	Analizza in modo chiaro la situazione, individuando e interpretando correttamente i nuclei tematici, le informazioni ed anche le relazioni tra queste.	5	
Ricorso agli aspetti delle competenze professionali specifiche utili a conseguire le finalità dell'elaborato.	Individua strategie di lavoro in modo non del tutto autonomo. Con difficoltà individua modelli pertinenti. Non coglie gli strumenti formali opportuni.	1	
	Individua strategie di lavoro poco efficaci, talora sviluppandole in modo poco coerente ed opportuno. Dimostra una semplice capacità nell'impostare le varie fasi del lavoro. Individua con difficoltà gli strumenti formali adeguati.	2	
	Individua strategie di lavoro poco efficaci, talora sviluppandole in modo poco coerente ed opportuno. Dimostra non sempre autonomo nell'impostare le varie fasi del lavoro. Individua con difficoltà gli strumenti formali adeguati.	3	
	Individua strategie di lavoro poco efficaci, talora sviluppandole in modo non sempre coerente ed opportuno. Dimostra una quasi sempre autonoma capacità nell'impostare le varie fasi del lavoro.	4	
	Sa individuare delle strategie risolutive, anche se non sempre le più adeguate ed efficienti. Dimostra di conoscere le procedure consuete e i modelli trattati in classe, ma li utilizza in modo non sempre adeguato.	5	
	Effettua, con padronanza collegamenti logici. Individua strategie di lavoro adeguate ed efficienti. Applica in modo corretto i modelli noti. Dimostra capacità nell'impostare le varie fasi di lavoro.	6	
	Effettua, con padronanza chiari collegamenti logici. Individua strategie di lavoro adeguate ed efficienti. Applica nel modo migliore i modelli noti. Dimostra capacità nell'impostare le varie fasi di lavoro in modo corretto ed autonomo. Individua ed utilizza con precisione gli strumenti formali opportuni.	7	
	Effettua, con padronanza chiari collegamenti logici. Individua strategie di lavoro adeguate ed efficienti. Applica nel modo migliore i modelli noti. Dimostra ottima capacità nell'impostare le varie fasi di lavoro in modo pertinente ed autonomo. Individua ed utilizza con cura e precisione gli strumenti formali opportuni.	8	
Punteggio massimo	20		
Punteggio totale assegnato			