

FORMAT UDA
classi 5P – 5O

UDA 1

TITOLO

Dalla comunicazione di massa ai Social media

CAMPO DI APPRENDIMENTO

La comunicazione e i diversi linguaggi/il marketing aziendale e l'uso dei Social

TRACCIA DEL PERCORSO

Scopo principale dell'UDA è quello di approfondire il nucleo fondamentale dedicato alla comunicazione e ai diversi linguaggi, in particolare alla comunicazione persuasiva, commerciale, promozionale strettamente legata al marketing aziendale, anche sul web, che vede l'utilizzo dei Social e dei nuovi Network per la promozione dei marchi aziendali e la gestione della clientela di riferimento.

Il percorso vuole mettere anche in evidenza l'evoluzione dei mezzi di comunicazioni nel tempo e della società di massa a cui i messaggi sono diretti, privilegiando quindi un taglio storico che analizzi non solo il ruolo della pubblicità commerciale ma anche quello della propaganda durante il Novecento.

Anche lo sport, fenomeno di massa per eccellenza, è stato analizzato come strumento di propaganda e come strumento di marketing territoriale per il turismo.

Gli insegnamenti d'indirizzo si sono concentrati sulla promozione aziendale, sui social media e sul social-marketing, tutti ambiti sviluppati anche nelle lingue straniere e, dal punto di vista tecnico, corredati di presentazioni multimediali per la promozione di prodotti/servizi.

L'insegnamento di matematica infine si è concentrato sulle teorie matematiche della comunicazione secondo Claude Shannon e sulle analisi quantitative dei social media.

INSEGNAMENTI e ASSI COINVOLTI

Asse storico-sociale, Asse dei linguaggi, Asse scientifico-tecnologico-professionale, Asse matematico.

In particolare i seguenti insegnamenti hanno trattato:

Italiano: Il Digital Storytelling; Forme e linguaggi della comunicazione, anche promozionale, nella loro evoluzione culturale e storica; Pubblicità commerciale e propaganda ideologica; Dalla famiglia patriarcale dei Malavoglia alla società liquida di Z. Bauman; D'Annunzio e l'editoria al servizio del vivere immaginifico; Marinetti "Il bombardamento di Adrianopoli"; Neorealismo e cinema neorealista; Pasolini, "Il folle slogan dei jeans Jesus": la Chiesa e il valore rivoluzionario della pubblicità" e "Contro i capelloni".

Storia: Società dei consumi, società di massa – la cartellonistica e la pubblicità sui giornali - i regimi totalitari e la propaganda – il boom economico e la pubblicità commerciale –

Visita al Museo del Novecento M9 a Mestre.

Educazione Civica: La Costituzione e la libertà di parola, di espressione e di stampa.

Diritto e economia: I contratti atipici e le nuove figure negoziali: leasing operativo e finanziario, sponsorizzazione; merchandising, marketing; i contratti informatici (housing, hosting, website, software, web marketing, consulenza SEO).

Approfondimento: la disciplina della comunicazione pubblicitaria.

l'Istituto dell'Autodisciplina Pubblicitaria e il Codice di Autodisciplina Pubblicitaria.

Inglese: Applying marketing strategies to advertising - Advertising media- Choosing the right media-The evolution of media- Theories in communication and culture analysis: McLuhan's 'The medium is the message' - Semiotics (F de Saussure) and Roland Barthes Mythologies - Myth and Persuasion - Design as commodity: Critique to consumerism and society - Propaganda strategies: how to interpret propaganda

Spagnolo: la publicidad y el marketing; prensa y propaganda bajo el franquismo.

Laboratorio: Infogram, Canva, Prezi, Genially, Google Site, pagina di Facebook, Social Tree.

Informatica: (in collaborazione con Matematica) concetto di metrica in matematica. Analisi delle reazioni ai post nei social media: costruzione di indicatori di analisi quantitativa.

Matematica: Scala di misura logaritmica; i grafi, diretti ed aciclici e di tipo markoviano; simulare eventi casuali con rdrv.io; misurare l'informazione per mezzo della probabilità: l'entropia; il grafico dell'entropia e le sue proprietà (positività, simmetria, concavità e punto di massimo).

Scienze motorie: Lo sport come fenomeno di massa, lo sport come strumento di propaganda, lo sport e la comunicazione di massa, lo sport come strumento di marketing territoriale per il turismo.

Tecniche di comunicazione: La comunicazione di massa, gli effetti dei media sulla collettività, gli obiettivi della pubblicità ieri e oggi, le caratteristiche dei principali media (stampa, radio, televisione), i new media e le nuove forme di promozione e pubblicità. Le pubbliche relazioni, la comunicazione aziendale, linguaggio e strategie del Marketing.

Tecniche professionali dei servizi commerciali: Marketing, Business plan, Marketing plan, Social media marketing, il marketing non convenzionale.

COMPITO DI REALTÀ

Promozione utilizzando i social media (fb, Instagram ecc.)

CONSEGNA AGLI STUDENTI

Crea la promozione di una azienda e dei suoi prodotti/servizi attraverso una pagina social aziendale, dopo aver effettuato una ricerca sulle modalità di comunicazione dei competitors, aver individuato il target di riferimento e ipotizzato i costi. La pagina social deve promuovere anche in lingua straniera l'azienda e/o i suoi prodotti/servizi.

DURATA E PERIODO (n. ore e periodo dell'anno)

120 h - I e II quadrimestre

COMPETENZE DA PROMUOVERE E VALUTARE

(Traguardo di competenze classe Quinta)

AREA GENERALE

1. Saper valutare fatti e orientare i propri comportamenti personali, sociali e professionali per costruire un progetto di vita orientato allo sviluppo
2. Gestire forme di interazione orale, monologica e dialogica, secondo specifici scopi comunicativi. Comprendere e interpretare tipi e generi testuali, letterari e non letterari, contestualizzandoli nei diversi periodi culturali. Utilizzare differenti tecniche compositive per scrivere testi con finalità e scopi professionali diversi utilizzando anche risorse multimodali. Utilizzare il patrimonio lessicale ed espressivo e le strutture della lingua italiana secondo le esigenze comunicative nei vari contesti (sociali, culturali, scientifici, economici, tecnologici e professionali).

4. Stabilire collegamenti tra le tradizioni culturali locali, nazionali e internazionali, sia in una prospettiva interculturale sia ai fini della mobilità di studio e di lavoro, individuando possibili traguardi di sviluppo personale e professionale.
5. Utilizzare la lingua straniera, nell'ambito di argomenti di interesse generale e di attualità, per comprendere in modo globale e analitico testi orali e scritti abbastanza complessi di diversa tipologia e genere; per produrre testi orali e scritti, chiari e dettagliati, di diversa tipologia e genere utilizzando un registro adeguato; per interagire in conversazioni e partecipare a discussioni, utilizzando un registro adeguato. Utilizzare i linguaggi settoriali degli ambiti professionali di appartenenza per comprendere in modo globale e analitico testi orali e scritti abbastanza complessi di diversa tipologia e genere; per produrre testi orali e scritti, chiari e dettagliati, di diversa tipologia e genere utilizzando il lessico specifico e un registro adeguato; per interagire in conversazioni e partecipare a discussioni utilizzando il lessico specifico e un registro adeguato.
7. Utilizzare le reti e gli strumenti informatici nelle attività di studio e di lavoro e scegliere le forme di comunicazione visiva e multimediale maggiormente adatte all'area professionale di riferimento per produrre testi complessi, sia in italiano sia in lingua straniera.
8. Utilizzare le reti e gli strumenti informatici in modalità avanzata in situazioni di lavoro relative al settore di riferimento, adeguando i propri comportamenti al contesto organizzativo e professionale anche nella prospettiva dell'apprendimento permanente.
10. Utilizzare concetti e modelli relativi all'organizzazione aziendale, alla produzione di beni e servizi e all'evoluzione del mercato del lavoro per affrontare casi pratici relativi all'area professionale di riferimento.
12. Utilizzare in modo flessibile i concetti e gli strumenti fondamentali dell'asse culturale matematico per affrontare e risolvere problemi non completamente strutturati, riferiti a situazioni applicative relative al settore di riferimento, individuando strategie risolutive ottimali, anche utilizzando strumenti e applicazioni informatiche avanzate.

AREA D'INDIRIZZO

4. Collaborare, nell'area della funzione commerciale, alla realizzazione delle azioni di fidelizzazione della clientela, anche tenendo conto delle tendenze artistiche e culturali locali, nazionali e internazionali, contribuendo alla gestione dei rapporti con i fornitori e i clienti, anche internazionali, secondo principi di sostenibilità economico-sociale legati alle relazioni commerciali.
5. Collaborare alla realizzazione di azioni di marketing strategico ed operativo, all'analisi dei mercati, alla valutazione di campagne informative, pubblicitarie e promozionali del brand aziendale adeguate alla mission e alla policy aziendale, avvalendosi dei linguaggi più innovativi e anche degli aspetti visivi della comunicazione.

GRIGLIA DI VALUTAZIONE (VALUTAZIONE FORMATIVA IN CUI SI VALUTA PROCESSO E PRODOTTO + AUTOVALUTAZIONE) A LIVELLI: INIZIALE, BASE, INTERMEDIO, AVANZATO

UDA 2

TITOLO

Climate fiction: dallo sviluppo sostenibile dell'Agenda 2030 ai mondi distopici generati dai cambiamenti climatici.

CAMPO DI APPRENDIMENTO

Sviluppo sostenibile/Agenda 2030/lotta ai cambiamenti climatici.

TRACCIA DEL PERCORSO

L'UDA ha l'obiettivo di affrontare in maniera multidisciplinare il concetto di sostenibilità e di sviluppo sostenibile, nonché di focalizzarsi sull'emergenza ambientale, problema molto sentito dagli studenti. Il percorso prende avvio dal ruolo storico dell'ONU e dall'importanza dell'Agenda 2030 e di alcuni obiettivi specifici, sottolineandone il carattere comune ovvero la tutela dei diritti umani, indagandone poi i risultati conseguiti nel mondo.

La tematica ecologica e ambientale ha visto un approfondimento letterario, in parte anche in lingua straniera, sul rapporto fra letteratura ed ecologia e sulla letteratura distopica, in particolare quella legata ai cambiamenti climatici.

Gli insegnamenti d'indirizzo si sono concentrati, in particolare, sulla sostenibilità economica, sull'economia Green e sui marchi ecologici, sul Green marketing e sul mercato equosolidale, argomenti trattati anche in lingua straniera.

In preparazione anche alla seconda prova dell'Esame di Stato, sono state analizzate numerose filiere del territorio, relativamente alle quali gli studenti hanno realizzato delle presentazioni multimediali e proposto delle innovazioni sostenibili, corredate da ricerche e analisi di dati confluiti anche in infografiche.

INSEGNAMENTI e ASSI COINVOLTI

Asse storico-sociale, Asse dei linguaggi, Asse scientifico-tecnologico-professionale, Asse matematico.

In particolare i seguenti insegnamenti hanno trattato:

Italiano: "Una catastrofe inaudita", da "La coscienza di Zeno"; Italo Calvino, "Le città invisibili"; Pasolini: "La questione ambientale e la ricerca della bellezza antica"

Educazione civica: La Costituzione e l'art.9; l'ONU e l'agenda 2030; Diritti umani.

Diritto e economia: La responsabilità sociale dell'impresa. Shareholders e stakeholders.
Certificazioni: Ecolabel. Gli strumenti dell'impresa responsabile.

Inglese: Green marketing: what challenges are we facing as consumers; George Orwell: 1984, dystopic novel.

Spagnolo: la Agenda 2030; la economía solidaria; la Mentira verde, cadena de suministro.

Laboratorio: Canva, Prezi.

Informatica: Genially Infogram.

Matematica: il report dei dati Istat in preparazione dell'Agenda 2030; strumenti statistici di previsione dei dati: i modelli di regressione; ricerca dei dati grezzi originari; analisi dei dati con il foglio elettronico.

Tecniche di comunicazione: Il linguaggio visivo nella comunicazione, aspetti grafici e visivi nella comunicazione digitale.

Tecniche professionali dei servizi commerciali: Marchi ecologici (Ecolabel e certificazione B-Corp) ed economia sostenibile, prodotti bio e equosolidali, indagini di mercato. Bilancio di sostenibilità, società Benefit, Dichiarazione non finanziaria. Filiere sostenibili sul territorio.

COMPITO DI REALTÀ

Infografica su stime e previsioni del cambiamento climatico in Italia.

CONSEGNA AGLI STUDENTI

Dopo aver analizzato i dati grezzi e/o i grafici climatici, realizza un'infografica che illustri i risultati emersi.

DURATA E PERIODO (n. ore e periodo dell'anno)

80 h - Il quadrimestre

COMPETENZE DA PROMUOVERE E VALUTARE

(Traguardo di competenze classe Quinta)

AREA GENERALE

1) Saper valutare fatti e orientare i propri comportamenti personali, sociali e professionali per costruire un progetto di vita orientato allo sviluppo

2) Gestire forme di interazione orale, monologica e dialogica, secondo specifici scopi comunicativi. Comprendere e interpretare tipi e generi testuali, letterari e non letterari, contestualizzandoli nei diversi periodi culturali. Utilizzare differenti tecniche compositive per scrivere testi con finalità e scopi professionali diversi utilizzando anche risorse multimodali. Utilizzare il patrimonio lessicale ed espressivo e le strutture della lingua italiana secondo le esigenze comunicative nei vari contesti (sociali, culturali, scientifici, economici, tecnologici e professionali).

3) Valutare soluzioni ecosostenibili nelle attività professionali di settore, dopo aver analizzato gli aspetti geografici, ecologici, territoriali dell'ambiente naturale ed antropico, le connessioni con le strutture demografiche, economiche, sociali, culturali e le trasformazioni intervenute nel corso del tempo.

5) Utilizzare la lingua straniera, nell'ambito di argomenti di interesse generale e di attualità, per comprendere in modo globale e analitico testi orali e scritti abbastanza complessi di diversa tipologia e genere; per produrre testi orali e scritti, chiari e dettagliati, di diversa tipologia e genere utilizzando un registro adeguato; per interagire in conversazioni e partecipare a discussioni, utilizzando un registro adeguato. Utilizzare i linguaggi settoriali degli ambiti professionali di appartenenza per comprendere in modo globale e analitico testi orali e scritti abbastanza complessi di diversa tipologia e genere; per produrre testi orali e scritti, chiari e dettagliati, di diversa tipologia e genere utilizzando il lessico specifico e un registro adeguato; per interagire in conversazioni e partecipare a discussioni utilizzando il lessico specifico e un registro adeguato.

6) Riconoscere e valutare, anche in una cornice storico-culturale, il valore e le potenzialità dei beni artistici e ambientali, inserendoli in una prospettiva di sviluppo professionale.

7) Utilizzare le reti e gli strumenti informatici nelle attività di studio e di lavoro e scegliere le forme di comunicazione visiva e multimediale maggiormente adatte all'area professionale di riferimento per produrre testi complessi, sia in italiano sia in lingua straniera.

8) Utilizzare le reti e gli strumenti informatici in modalità avanzata in situazioni di lavoro relative al settore di riferimento, adeguando i propri comportamenti al contesto organizzativo e professionale anche nella prospettiva dell'apprendimento permanente.

9) Agire l'espressività corporea ed esercitare la pratica sportiva in modo anche responsabilmente creativo, così che i relativi propri comportamenti personali, sociali e professionali siano parte di un progetto di vita orientato allo sviluppo culturale, sociale ed economico di sé e della propria comunità.

11) Padroneggiare, in autonomia, l'uso di strumenti tecnologici con particolare attenzione alla sicurezza e alla tutela della salute nei luoghi di vita e di lavoro, alla tutela della persona, dell'ambiente e del territorio.

12) Utilizzare in modo flessibile i concetti e gli strumenti fondamentali dell'asse culturale matematico per affrontare e risolvere problemi non completamente strutturati, riferiti a situazioni applicative relative al settore di riferimento, individuando strategie risolutive ottimali, anche utilizzando strumenti e applicazioni informatiche avanzate

AREA D'INDIRIZZO

2. Utilizzare responsabilmente le tecnologie informatiche a supporto della gestione digitale dei processi di amministrazione, logistici, commerciali e di comunicazione aziendali, anche attraverso adattamenti, riformulazioni e rielaborazioni di metodi, prassi e protocolli.

Utilizzare Internet consapevolmente in riferimento alle reti di computer e ai protocolli di rete.

Utilizzare i linguaggi informatici per la personalizzazione dei software applicativi e del web, in un contesto a difficoltà crescente.

4. Collaborare, nell'area della funzione commerciale, alla realizzazione delle azioni di fidelizzazione della clientela, anche tenendo conto delle tendenze artistiche e culturali locali, nazionali e internazionali, contribuendo alla gestione dei rapporti con i fornitori e i clienti, anche internazionali, secondo principi di sostenibilità economico-sociale legati alle relazioni commerciali.

6. Collaborare nel miglioramento delle condizioni di igiene, sicurezza e di salvaguardia ambientale, prevenendo eventuali situazioni di rischio.

7. Collaborare nella ricerca di soluzioni finanziarie e assicurative adeguate ed economicamente vantaggiose, tenendo conto delle dinamiche dei mercati di riferimento e dei macro-fenomeni economici nazionali e internazionali.

GRIGLIA DI VALUTAZIONE (VALUTAZIONE FORMATIVA IN CUI SI VALUTA PROCESSO E PRODOTTO + AUTOVALUTAZIONE) A LIVELLI: INIZIALE, BASE, INTERMEDIO AVANZATO

UDA 3

TITOLO

Una linea del tempo interattiva

CAMPO DI APPRENDIMENTO

La cultura, la storia, l'arte, l'economia, le scienze, le tecnologie, la società e lo sport nel XIX e XX secolo. Collegamento fra i vari insegnamenti in funzione del colloquio dell'Esame di Stato.

TRACCIA DEL PERCORSO

Scopo principale dell'UDA è quello di favorire collegamenti interdisciplinari in modo tale da promuovere competenze trasversali e multidisciplinari negli studenti. Competenze digitali.

INSEGNAMENTI COINVOLTI

Italiano: principali autori e opere italiane e straniere, trattati in Letteratura.

Storia: principali eventi, personaggi, scoperte, mutamenti avvenuti tra il 1861 e il 1992.

Educazione civica: tappe fondamentali nella definizione dei diritti umani.

Diritto e economia: Linea di sviluppo temporale dell'integrazione europea.

Inglese: From the evolution of media to modern day history: key events, theorists, authors and changes from the Industrial revolution to the 1990s.

Spagnolo: guerra civile spagnola, desaparecidos, Unión Europea.

Laboratorio: Padlet.

Informatica: Padlet.

Matematica: Ada Lovelace ed il concetto di programma, Karl Gauss e l'invenzione del relais, Guglielmo Marconi e la comunicazione wireless, Vilfredo Pareto e la legge 20-80, Konrad Zuse ed Alan Turing inventano il computer, Federico Faggin i microprocessori e gli schermi touch, Tim Berners-Lee e la prima pagina web.

COMPITO DI REALTÀ

Linea del tempo interattiva con padlet

CONSEGNA AGLI STUDENTI

Crea una **linea del tempo interattiva** in modo da collegare eventi/personaggi/opere legati a ambiti diversi: Storia, Letteratura, Economia, Società, Lingua, Scienze e Tecnologie, Sport.

DURATA E PERIODO (n. ore e periodo dell'anno)

200h - I - II quadrimestre

COMPETENZE DA PROMUOVERE E VALUTARE

(Traguardo di competenze classe Quinta)

AREA GENERALE

1. Saper valutare fatti e orientare i propri comportamenti personali, sociali e professionali per costruire un progetto di vita orientato allo sviluppo culturale, sociale ed economico di sé e della propria comunità.
2. Utilizzare differenti tecniche compositive per scrivere testi con finalità e scopi professionali diversi utilizzando anche risorse multimodali. Utilizzare il patrimonio lessicale ed espressivo e le strutture della lingua italiana secondo le esigenze comunicative nei vari contesti (sociali, culturali, scientifici, economici, tecnologici e professionali).
3. Analizzare gli aspetti geografici, ecologici, territoriali dell'ambiente naturale ed antropico, le connessioni con le strutture demografiche, economiche, sociali, culturali e le trasformazioni intervenute nel corso del tempo.
4. Stabilire collegamenti tra le tradizioni culturali locali, nazionali e internazionali, sia in una prospettiva interculturale sia ai fini della mobilità di studio e di lavoro, individuando possibili traguardi di sviluppo personale e professionale.
5. Utilizzare la lingua straniera, nell'ambito di argomenti di interesse generale e di attualità, per comprendere in modo globale e analitico testi orali e scritti abbastanza complessi di diversa tipologia e genere; per produrre testi orali e scritti, chiari e dettagliati, di diversa tipologia e genere utilizzando un registro adeguato; per interagire in conversazioni e partecipare a discussioni, utilizzando un registro adeguato.

Utilizzare i linguaggi settoriali degli ambiti professionali di appartenenza per comprendere in modo globale e analitico testi orali e scritti abbastanza complessi di diversa tipologia e genere; per produrre testi orali e scritti, chiari e dettagliati, di diversa tipologia e genere utilizzando il lessico specifico e un registro adeguato; per interagire in conversazioni e partecipare a discussioni utilizzando il lessico specifico e un registro adeguato.

6. Riconoscere e valutare, anche in una cornice storico-culturale, il valore e le potenzialità dei beni artistici e ambientali, inserendoli in una prospettiva di sviluppo professionale.
7. Utilizzare le reti e gli strumenti informatici nelle attività di studio e di lavoro e scegliere le forme di comunicazione visiva e multimediale maggiormente adatte all'area professionale di riferimento per produrre testi complessi, sia in italiano sia in lingua straniera.
8. Utilizzare le reti e gli strumenti informatici in modalità avanzata in situazioni di lavoro relative al settore di riferimento, adeguando i propri comportamenti al contesto organizzativo e professionale anche nella prospettiva dell'apprendimento permanente.
- 12) Utilizzare in modo flessibile i concetti e gli strumenti fondamentali dell'asse culturale matematico per affrontare e risolvere problemi non completamente strutturati, riferiti a situazioni applicative relative al settore di riferimento, individuando strategie risolutive ottimali, anche utilizzando strumenti e applicazioni informatiche avanzate.

GRIGLIA DI VALUTAZIONE (VALUTAZIONE FORMATIVA IN CUI SI VALUTA PROCESSO E PRODOTTO + AUTOVALUTAZIONE) A LIVELLI: INIZIALE, BASE, INTERMEDIO AVANZATO