

ISTRUZIONE PROFESSIONALE - SERVIZI COMMERCIALI

DECLINAZIONE DEL CURRICOLO PER LA CLASSE QUINTA - INSEGNAMENTO D'INDIRIZZO TECNICHE DI COMUNICAZIONE

| COMPETENZE                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | NUCLEI TEMATICI<br>Decreto 164/22<br>(QdR – servizi Commerciali)                                                                                                                                                              | CONTENUTI SPECIFICI                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | UDA/<br>tematiche<br>multidisciplinari              |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|
| <p>AREA GENERALE 2: Utilizzare il patrimonio lessicale ed espressivo della lingua italiana secondo le esigenze comunicative nei vari contesti: sociali, culturali, scientifici, economici, tecnologici e professionali</p> <p>AREA GENERALE 7:<br/>Individuare e utilizzare le moderne forme di comunicazione visiva e multimediale, anche con riferimento alle strategie espressive e agli strumenti tecnici della comunicazione in rete</p> <p>AREA D'INDIRIZZO 5:<br/>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</p> | <p><b>1. Analisi delle forme e dei modi della comunicazione aziendale finalizzata alla valorizzazione dell'immagine e della reputazione dell'azienda anche mediante l'utilizzo di sistemi di comunicazione integrata.</b></p> | <p><b>La comunicazione di massa</b><br/><b>Gli effetti dei media sulla collettività</b><br/><b>Le tipologie di prodotti pubblicitari: gli spazi e gli annunci pubblicitari su carta stampata, la pubblicità in televisione e al cinema, il sito web, la pubblicità radiofonica</b><br/><b>Dai mass media ai new media:evoluzione storica</b><br/><b>Grandi cartellonisti triestini al servizio della pubblicità; Metlicovitz e Dudovich</b></p> <p><b>Le dinamiche sociali, il Team work: l'efficacia del team, le tappe evolutive del team, l'intelligenza collettiva, efficacia ed efficienza del team.</b></p> <p><b>Il fattore umano in azienda: il Taylorismo e Fordismo, Elton Mayo e la scuola delle relazioni umane, la scala dei bisogni di A. Maslow, le teorie motivazionali sulla soddisfazione lavorativa di F. Herzberg.</b></p> | <p>Dalla comunicazione di massa ai social media</p> |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                          |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>anche degli aspetti visivi della comunicazione.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                          |
| <p>AREA GENERALE 7:<br/>Individuare e utilizzare le moderne forme di comunicazione visiva e multimediale, anche con riferimento alle strategie espressive e agli strumenti tecnici della comunicazione in rete</p> <p>AREA GENERALE 8:<br/>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.</p> <p>AREA D'INDIRIZZO 2:<br/>Collaborare alla realizzazione di azioni di marketing strategico ed operativo, all'analisi dei mercati, alla valutazione di campagne informative, pubblicitarie e promozionali del brand</p> | <p><b>2. Definizione e progettazione dei percorsi e delle azioni per il raggiungimento degli obiettivi aziendali utilizzando tecnologie adeguate.</b></p> | <p><b>P. Kotler: le finalità e strumenti delle Public relation e del Digital PR</b><br/> <b>L'immagine aziendale</b><br/> <b>La mission e la vision aziendale</b><br/> <b>Caratteristiche del brand e del logo</b><br/> <b>Il marketing territoriale</b></p> <p><b>Linguaggio e strategie di marketing, Guerrilla marketing, Viral marketing</b></p> <p><b>Il linguaggio visivo nella comunicazione, aspetti grafici e visivi nella comunicazione digitale: utilizzo di Canva, Infogram, Prezi</b></p> | <p><b>Dalla comunicazione di massa ai social media</b></p> <p><b>Climate fiction: dallo sviluppo sostenibile dell'Agenda 2030 ai mondi distopici</b></p> |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                            |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|
| <p>aziendale adeguate alla mission e alla policy aziendale, avvalendosi dei linguaggi più innovativi e anche degli aspetti visivi della comunicazione.</p> <p>AREA D'INDIRIZZO 5:<br/>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.</p> |                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                            |
| <p>AREA GENERALE 8:<br/>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.</p>                                                                                                                                                                                                                                          | <p><b>5. Progettazione, realizzazione e gestione delle azioni per la fidelizzazione della clientela anche mediante l'utilizzo di tecnologie adeguate alla tipologia aziendale.</b></p> | <p><b>Il Toyotismo e la customer satisfaction</b><br/><b>I vettori della comunicazione aziendale</b><br/><b>La comunicazione aziendale Above the line - Below the line</b><br/><b>La piramide della notorietà di Aaker</b></p> <p><b>La segmentazione del mercato, targeting e identikit del cliente ideale</b></p> | <p><b>Dalla comunicazione di massa ai social media</b></p> |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |  |  |  |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|
| <p>AREA D'INDIRIZZO 4:<br/>         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</p> |  |  |  |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|

|                                                                                                 |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|
| LIBRO DI TESTO ADOTTATO                                                                         |
| G. Colli - F. Ferro, PUNTO.COM Tecniche di comunicazione dei servizi commerciali, vol. B, CLITT |

|                                                                                                                                                                                                                          |                                            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------|
| METODOLOGIE                                                                                                                                                                                                              | AMBIENTI DI APPRENDIMENTO                  |
| Lezione frontale e partecipata<br>Cooperative learning<br>Flipped Classroom<br>Problem solving<br>Debate e discussione guidata<br>Digital Storytelling<br>Attività laboratoriale sulle fonti<br>Didattica delle immagini | Aula scolastica<br>Laboratorio informatico |

|                                                     |                                                                       |
|-----------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|
| STRUMENTI                                           | VERIFICHE                                                             |
| Computer o tablet<br>Libri di testo<br>Videolezioni | Prove scritte<br>Verifiche formative orali<br>Prove multidisciplinari |

Audiovisivi  
Risorse online  
Piattaforme per la didattica digitale

Presentazioni multimediali