

ISTRUZIONE PROFESSIONALE - SERVIZI COMMERCIALI – WEB COMMUNITY

DECLINAZIONE DEL CURRICOLO PER LA CLASSE 5P - INSEGNAMENTO INFORMATICA/TIC

COMPETENZE D'INDIRIZZO PROFESSIONALE SERVIZI COMMERCIALI - WEB COMMUNITY	COMPETENZA INTERMEDIA CLASSE QUINTA	NUCLEI TEMATICI/ARGOMENTI	CONTENUTI SPECIFICI	UDA/tematiche multidisciplinari
<p>AREA DI INDIRIZZO 1 Interagire nei sistemi aziendali riconoscendone i diversi modelli organizzativi, le diverse forme giuridiche con cui viene svolta l'attività e le modalità di trasmissione dei flussi informativi, collaborando alla stesura di documenti aziendali di rilevanza interna ed esterna e all'esecuzione degli adempimenti civilistici e fiscali ricorrenti.</p> <p>AREA DI INDIRIZZO 2 Curare l'applicazione, l'adattamento e l'implementazione dei sistemi informativi aziendali, contribuendo a semplici personalizzazioni degli applicativi informatici e degli spazi di archiviazione aziendale, a supporto dei processi amministrativi, logistici e commerciali, tenendo conto delle norme, degli strumenti e dei processi che garantiscono il trattamento dei dati e la loro protezione</p>	<p>Riconoscere i vari aspetti della gestione dell'azienda formulando esempi e ipotesi operative. Utilizzare le reti e gli strumenti informatici nelle attività di trasmissione e rilevazione dei flussi.</p> <p>Utilizzare Internet consapevolmente in riferimento alle reti di computer. Personalizzazione dei software applicativi e del web, in un contesto a difficoltà crescente. Ideare e gestire siti web, pagine e semplici canali social per le aziende.</p>	<p>INBOUND MARKETING STRATEGIA FUNNEL: USO DEI SOCIAL</p> <p>ELABORAZIONE DI IMMAGINI</p> <p>INBOUND MARKETING STRATEGIA FUNNEL: USO DEI SOCIAL</p>	<p>Internet e intranet, web e social network per la condivisione di conoscenze, documenti e risorse aziendali. La gestione dell'azienda. I linguaggi visivi della comunicazione. Elaborazione di immagini, con i principali software, adattandole alle esigenze dell'azienda..</p> <p>Tecnologie informatiche per la gestione dei processi di amministrazione, logistica, commerciali e di comunicazione. Personalizzazione dei software applicativi. Pubblicazione di materiali su piattaforme di condivisione</p>	<p>Progetto innovativo filiera</p>

<p>in condizioni di sicurezza e riservatezza.</p> <p>AREA DI INDIRIZZO 3 Collaborare alle attività di pianificazione, programmazione, rendicontazione, rappresentazione e comunicazione dei risultati della gestione, contribuendo alla valutazione dell'impatto economico e finanziario dei processi gestionali.</p> <p>AREA DI 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.</p> <p>AREA DI INDIRIZZO 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</p>	<p>Utilizzare gli strumenti informatici e i più comuni software per la redazione, rielaborazione e analisi del bilancio, budget e business plan.</p> <p>Partecipare alla promozione e comunicazione dell'immagine aziendale con prodotti multimediali. Applicare tecniche di</p>	<p>FOGLI ELETTRONICI</p> <p>INBOUND MARKETING STRATEGIA FUNNEL: USO DEI SOCIAL</p>	<p>social e gestione di profili e spazi condivisi per l'azienda. Sviluppo di siti web.</p> <p>Il bilancio d'esercizio: redazione, rielaborazione e analisi. il budget, il business plan, con strumenti informatici.</p> <p>Promozione e comunicazione dell'immagine aziendale attraverso prodotti multimediali. Presentazioni, video e digital storytelling</p>	
---	--	--	---	--

<p>anche degli aspetti visivi della comunicazione</p> <p>AREA DI INDIRIZZO 6 Collaborare nel miglioramento delle condizioni di igiene, sicurezza e di salvaguardia ambientale, prevenendo eventuali situazioni di rischio</p>	<p>fidelizzazione della clientela con strumenti tecnologici e informatici. Gestire i rapporti con i clienti attraverso i social. Applicare tecniche di marketing non convenzionale ai servizi/prodotti nel web. Promuovere l'e-commerce.</p> <p>Scegliere le strategie della comunicazione e di vendita, adeguandole alla realtà aziendale e al settore produttivo di riferimento. Gestire il marchio aziendale sul web. Utilizzare i social per la comunicazione aziendale e per la promozione di prodotti o servizi.</p> <p>Individuare le modalità di gestione di un sito in riferimento al</p>	<p>INBOUND MARKETING STRATEGIA FUNNEL: USO DEI SOCIAL</p> <p>DIGITAL STORYTELLING</p> <p>SEO: RICERCA KEYWORD PER POSIZIONAMENTO OTTIMALE SU MOTORI DI RICERCA</p> <p>COSTRUZIONE SITI WB CON GSITES</p>	<p>come strumenti di marketing digitale. Strumenti tecnologici e informatici per la fidelizzazione della clientela. Tecniche di web marketing non convenzionale in riferimento agli strumenti social utili alle aziende. Il social quale mezzo per attrarre il cliente ai portali e-commerce.</p> <p>Il manifesto della comunicazione non ostile nella politica. Prodotti multimediali di promozione aziendale. Il Digital storytelling. Diverse strategie di marketing, in particolare della vendita di prodotti e servizi. Social media e social network per la promozione di prodotti o servizi.</p>	
--	--	--	---	--

	trattamento dei dati personali degli utenti visitatori.		Creazione, organizzazione e gestione di un sito garantendo la sicurezza e corretta gestione dei dati degli utenti visitatori.	
--	---	--	---	--

LIBRO DI TESTO ADOTTATO
- P. CAMAGLI – R.NIKOLASSY, Infocomm, vol. U, Hoepli

METODOLOGIE	AMBIENTI DI APPRENDIMENTO
Lezione frontale e partecipata Cooperative learning Ricerca-azione Problem solving Digital Storytelling Attività laboratoriale sulle fonti	Laboratorio informatico

STRUMENTI	VERIFICHE
Computer Libri di testo Audiovisivi Risorse online Piattaforme per la didattica digitale	Presentazioni multimediali Costruzione infografiche

STRUMENTI NECESSARI PER LA SECONDA PROVA D'ESAME	CONDIZIONI DI UTILIZZO
Per lo svolgimento della seconda prova di esame è necessario l'utilizzo di applicativi in cloud per poter sviluppare il compito assegnato, in quanto tale modalità è stata abitualmente utilizzata durante il percorso di studi	1) Si possono utilizzare i dispositivi forniti dalla scuola connessi a una sottorete creata per l'occasione, con autenticazione del candidato e conseguente tracciamento di tutte le sue interazioni in rete; 2) la connessione deve essere attivata all'inizio della prova e disattivata allo scadere delle ore di lavoro; 3) è fatto assoluto divieto di utilizzo di dispositivi personali e di condivisione della rete personale tramite hotspot.