

ISTRUZIONE PROFESSIONALE - SERVIZI COMMERCIALI - WEB COMMUNITY

DECLINAZIONE DEL CURRICOLO PER LA CLASSE 50 - 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>Riconoscere i vari aspetti della gestione dell'azienda formulando esempi e ipotesi operative. Utilizzare le reti e gli strumenti informatici</p>	<p>INBOUND MARKETING STRATEGIA FUNNEL</p> <p>INFOGRAM</p>	<p>Internet, web e social network per la condivisione di conoscenze, documenti e risorse aziendali. La gestione dell'azienda. Elaborazione di immagini, adattandole alle esigenze dell'azienda..</p>	<p>Dalla comunicazione di massa ai social media</p>
<p>AREA DI INDIRIZZO 2 Curare l'applicazione, l'adattamento e l'implementazione dei sistemi informativi aziendali, contribuendo a semplici personalizzazioni degli applicativi</p>	<p>Utilizzare Internet consapevolmente in riferimento alle reti di computer. Uso di software in cloud e del web. Ideare e gestire siti web, pagine e semplici canali social per le aziende.</p>	<p>INBOUND MARKETING STRATEGIA FUNNEL</p> <p>INFOGRAM</p> <p>GSITES</p>	<p>Tecnologie informatiche per la gestione dei processi commerciali e di comunicazione. Uso di software in cloud Pubblicazione di materiali su piattaforme di condivisione social. Sviluppo di siti web con GSites.</p>	<p>Dalla comunicazione di massa ai social media</p>

<p>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 in condizioni di sicurezza e riservatezza.</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</p>	<p>Partecipare alla promozione e comunicazione dell'immagine aziendale con prodotti multimediali. clientela con strumenti tecnologici e informatici. Gestire i rapporti con i clienti attraverso i social.</p> <p>Scegliere le strategie della comunicazione e di</p>	<p>INBOUND MARKETING STRATEGIA FUNNEL</p> <p>INFOGRAM</p> <p>INBOUND</p>	<p>Promozione e comunicazione dell'immagine aziendale attraverso prodotti multimediali. Presentazioni, video e digital storytelling come strumenti di marketing digitale.</p> <p>Prodotti multimediali di promozione aziendale. Il Digital storytelling. Diverse</p>	<p>Dalla comunicazione di massa ai social media</p> <p>Dalla comunicazione di massa ai social media</p>
--	---	---	--	---

<p>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>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>MARKETING STRATEGIA FUNNEL</p> <p>SEO: RICERCA KEYWORD PER POSIZIONAMENTO OTTIMALE SU MOTORI DI RICERCA</p>	<p>strategie di marketing, in particolare della vendita di prodotti e servizi. Social media per la promozione di prodotti o servizi.</p>	
---	---	--	--	--

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

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

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

STRUMENTI NECESSARI PER LA SECONDA PROVA D'ESAME	CONDIZIONI DI UTILIZZO
<p>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</p>	<ol style="list-style-type: none">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.