

ISTRUZIONE PROFESSIONALE - SERVIZI COMMERCIALI

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

COMPETENZE D'INDIRIZZO Linee guida – allegato C (o Curricolo d'istituto – Competenze d'indirizzo)	NUCLEI TEMATICI Decreto 164/22 (QdR – servizi Commerciali)	CONTENUTI SPECIFICI	UDA/ tematiche multidisciplinari
<p>AREA D'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 anche degli aspetti visivi della comunicazione.</p>	<p>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.</p>	<p>La comunicazione di massa; Il mezzo pubblicitario: i manifesti, la televisione e il cinema, il sito web, la radio; Evoluzione del manifesto pubblicitario ; Dai mass media ai new media.</p> <p>Le dinamiche sociali, il Team work: l'efficacia del team, le tappe evolutive del team, efficacia ed efficienza del team, competenze relazionali, intelligenza sociale e l'intelligenza collettiva.</p> <p>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;</p> <p>Evoluzione storica della propaganda e della censura attraverso i media</p>	<p>Dalla comunicazione di massa ai social media</p> <p>Educazione civica</p>
<p>AREA D'INDIRIZZO 2: 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>2. Definizione e progettazione dei percorsi e delle azioni per il raggiungimento degli obiettivi aziendali utilizzando tecnologie adeguate.</p>	<p>L'immagine aziendale: la mission e la vision aziendale; Caratteristiche del brand e del logo; Linguaggio e strategie di marketing, nuove forme di pubblicità offline e online: YouTube, Guerrilla marketing, Viral marketing, digital signage, grass root marketing, marketing coperto, adeguate.</p>	<p>Dalla comunicazione di massa ai social media</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: 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>Il linguaggio visivo nella comunicazione, aspetti grafici e visivi nella comunicazione digitale;</p>	<p>Climate fiction: dallo sviluppo sostenibile dell'Agenda 2030 ai mondi distopici</p>
<p>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</p>	<p>5. Progettazione, realizzazione e gestione delle azioni per la fidelizzazione della clientela anche mediante l'utilizzo di tecnologie adeguate alla tipologia aziendale.</p>	<p>Il toyoyismo e le soddisfazione del cliente.</p> <p><i>I vettori della comunicazione aziendale</i> <i>La segmentazione del mercato, targeting e identikit del cliente ideale</i> <i>Le finalità e strumenti delle Public relation e del Digital PR</i></p>	<p>Dalla comunicazione di massa ai social media</p>

economico-sociale legati alle relazioni commerciali			
--	--	--	--

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 Cooperative learning Ricerca-azione Flipped Classroom Problem solving Digital Storytelling Attività laboratoriale sulle fonti Didattica delle immagini	Aula scolastica Laboratorio informatico

STRUMENTI	VERIFICHE
Computer o tablet Libri di testo Videolezioni Audiovisivi Risorse online Piattaforme per la didattica digitale	Prove scritte Verifiche formative orali Prove multidisciplinari