

**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><b>AREA DI INDIRIZZO 1</b> 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><b>INBOUND MARKETING STRATEGIA FUNNEL</b></p> <p><b>INFOGRAM</b></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><b>Dalla comunicazione di massa ai social media</b></p>
<p><b>AREA DI INDIRIZZO 2</b> 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</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. Saper inserire privacy e cookie policy in un sito web. Saper creare un banner per i cookie con Wix.</p>	<p><b>INBOUND MARKETING STRATEGIA FUNNEL</b></p> <p><b>INFOGRAM</b></p> <p><b>GSITES</b></p> <p><b>WIX</b></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 e Wix. Inserimento privacy e cookie policy in un sito Wix con banner di consenso ai cookie.</p>	<p><b>Dalla comunicazione di massa ai social media</b></p>

<p>trattamento dei dati e la loro protezione in condizioni di sicurezza e riservatezza.</p> <p><b>AREA DI INDIRIZZO 4</b> 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><b>AREA DI INDIRIZZO 5</b> 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>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 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><b>INBOUND MARKETING STRATEGIA FUNNEL</b></p> <p><b>INFOGRAM</b></p> <p><b>CANVA</b></p> <p><b>PREZI</b></p> <p><b>INBOUND MARKETING STRATEGIA FUNNEL</b></p> <p><b>SEO: RICERCA KEYWORD PER POSIZIONAMENTO OTTIMALE SU MOTORI DI RICERCA</b></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 strategie di marketing, in particolare della vendita di prodotti e servizi. Social media per la promozione di prodotti o servizi. Uso di SEO (ricerca keyword su sito Wix)</p>	<p><b>Dalla comunicazione di massa ai social media</b></p> <p><b>Dalla comunicazione di massa ai social media</b></p>
---	--	--	---	---

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	<ol style="list-style-type: none"> <li>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;</li> <li>2) la connessione deve essere attivata all'inizio della prova e disattivata allo scadere delle ore di lavoro;</li> <li>3) è fatto assoluto divieto di utilizzo di dispositivi personali e di condivisione della rete personale tramite hotspot.</li> </ol>