

ISTRUZIONE PROFESSIONALE - SERVIZI COMMERCIALI

DECLINAZIONE DEL CURRICOLO PER LA CLASSE QUARTA - INSEGNAMENTO D'INDIRIZZO

A.S. 2023-2024

CLASSE: 4^O

INSEGNANTE: prof.ssa Rosa Celestino

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
Competenza in uscita n° 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 o 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.	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. 2. Definizione e progettazione dei percorsi e delle azioni per il raggiungimento degli obiettivi aziendali utilizzando tecnologie adeguate.	Promozione e comunicazione dell'immagine aziendale attraverso prodotti multimediali. Strategie comunicative per la comunicazione sul Web. Tipologie e caratteri comunicativi dei testi multimediali. La comunicazione aziendale interna ed esterna all'impresa . Strumenti e tecniche per l'elaborazione di messaggi per la promozione del brand aziendale e di prodotti e servizi in situazioni diversificate. le 4 P del Marketing: prodotto, prezzo, posto, pubblicità.	Filiere e territorio: filiera, prodotti tipici e servizi del FVG

<p>Competenza in uscita n° 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>5. Progettazione, realizzazione e gestione delle azioni per la fidelizzazione della clientela anche mediante l'utilizzo di tecnologie adeguate alla tipologia aziendale.</p>	<p>L'immagine aziendale: la mission e la vision aziendale; i colori. Caratteristiche del brand e del logo; Linguaggio e strategia di marketing.</p> <p>I new media e le nuove forme di promozione e pubblicità. L'evoluzione del manifesto pubblicitario.</p> <p>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>Filiere e territorio: filiera, prodotti tipici e servizi del FVG</p>
<p>Competenza in uscita n° 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>5. Progettazione, realizzazione e gestione delle azioni per la fidelizzazione della clientela anche mediante l'utilizzo di tecnologie adeguate alla tipologia aziendale.</p> <p>6. Analisi e rappresentazione dei documenti relativi alla rendicontazione sociale e ambientale, alla luce dei criteri sulla responsabilità sociale d'impresa.</p>	<p>La comunicazione di massa e le caratteristiche dei principali media (stampa, radio, televisione),</p> <p>Agenda 2030; Green marketing ed esempi di Marketing Green aziendali. La pubblicità sostenibile online e offline; Promozione delle imprese socialmente responsabili (marchi e codici etici, certificazione ISO).</p>	<p>Ed. civica</p> <p>Dalla città industriale alla smart city</p>

	<p>6. Analisi e rappresentazione dei documenti relativi alla rendicontazione sociale e ambientale, alla luce dei criteri sulla responsabilità sociale d'impresa.</p>	<p>Il fattore umano in azienda: il Taylorismo e il 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>Green marketing e sostenibilità aziendale.</p> <p>Agenda 2030</p>	

LIBRO DI TESTO ADOTTATO

METODOLOGIE	AMBIENTI DI APPRENDIMENTO
Lezione frontale e partecipata Cooperative learning Ricerca-azione Flipped Classroom Problem solving Debate e discussione guidata Digital Storytelling Attività laboratoriale sulle fonti Didattica delle immagini	Aula scolastica Laboratorio informatico Teatro Museo Archivio

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

