

ISTRUZIONE PROFESSIONALE - SERVIZI COMMERCIALI

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

A.S. 2024-2025

CLASSE: 4^P

INSEGNANTE: prof.ssa Antonella GOVETOSA

<b>COMPETENZE D'INDIRIZZO</b> Linee guida – allegato C (o Curricolo d'istituto – Competenze d'indirizzo)	<b>NUCLEI TEMATICI</b> Decreto 164/22 (QdR – servizi Commerciali)	<b>CONTENUTI SPECIFICI</b>	<b>UDA/ tematiche multidisciplinari</b>
<p><b>AREA D'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>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>Società e comunicazioni di massa.                      La Media Ecology e la consapevolezza dei media, il Web e la sua evoluzione, le piattaforme social più frequentate, i modelli di comunicazione interpersonale e di massa, i nuovi modelli comunicativi 2.0; le caratteristiche della comunicazione online, la rivoluzione culturale dei Social media.                      Dai mass media ai new media.</p> <p>La comunicazione di gruppo.                      Il gruppo e le sue caratteristiche, il concetto di gruppo, il gruppo come sistema, appartenenza e coesione, la natura dei legami e i tipi di gruppo la rete di comunicazione in gruppo, le dinamiche di gruppo, funzioni e ruoli all'interno di un gruppo, la tendenza al conformismo, il capro espiatorio, la leadership, i conflitti nel gruppo, la gestione del tempo nel lavoro di gruppo.</p> <p>L'ecologia digitale.</p> <p>Le competenze relazionali nel settore commerciale: l'interazione diretta col cliente.</p> <p>Educazione civica: Il corretto utilizzo degli strumenti digitali nella comunicazione aziendale.</p> <p>Uso consapevole dei social e fake news</p>	<p>Educazione civica</p>

<p><b>AREA D'INDIRIZZO 2:</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>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; Il direct mail; Linguaggio e strategie di marketing, new media promozionali.</p> <p>La comunicazione efficace, l'efficacia nella comunicazione visiva e multimediale.</p> <p>Il linguaggio visivo nella comunicazione, aspetti grafici e visivi nella comunicazione digitale;</p>	<p>Filiere e territorio: filieri, prodotti tipici e servizi del FVG</p>
<p><b>AREA D'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>5. Progettazione, realizzazione e gestione delle azioni per la fidelizzazione della clientela anche mediante l'utilizzo di tecnologie adeguate alla tipologia aziendale.</p>	<p>Green marketing ed esempi di Marketing Green aziendali. La pubblicità sostenibile online e offline, promozione delle imprese socialmente responsabili ( marchi e codici etici).</p> <p>Il linguaggio del marketing, loyalty e fidelizzazione della clientela.</p> <p>I vettori della comunicazione aziendale La relazione con il mercato, la relazione con gli stakeholders, gli strumenti di comunicazione interna;</p>	<p>Dalla città industriale alla smart city</p>

	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