

ISTRUZIONE PROFESSIONALE - SERVIZI COMMERCIALI

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

A.S. 2023-2024

CLASSE: 3^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 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.	<p>Struttura e codici dei processi comunicativi. Perché comunichiamo; il modello matematico ciberneticico di Shannon, Weaver, Wiener; l'approccio sistemico relazionale di Watzlawick, Bateson e Jackson; i cinque assiomi della comunicazione; il modello semiotico; codice, segno e significante; codici e comunicazione efficace.</p> <p>Gruppi sociali e gruppi di lavoro: il gruppo sociale; norme di comportamento del gruppo sociale; l'appartenenza; l'omogeneità; la coesione; leader; leadership; leader del compito; leader socio-emotivo; leader autorevole; conformismo; influenza sociale; lavoro in gruppo; gruppo di lavoro; dimensioni ottimali del gruppo di lavoro; condivisione e collaborazione; interdipendenza dei membri.</p>	<p>Un'azienda ecosostenibile del territorio si racconta</p> <p>Dante pop</p>

<p>Competenza 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>3. Analisi e produzione di documenti coerenti con la tipologia aziendale e la funzione correlata al profilo professionale.</p>	<p>Principi di comunicazione; Gli elementi e le fasi del piano di comunicazione; Il linguaggio del corpo; funzioni della comunicazione non verbale; Paul Ekman: emozioni universali, emozioni secondarie;</p> <p>I tre livelli di comunicazione: verbale, paraverbale e non verbale</p> <p>Aspetti comunicativi, culturali e socio- linguistici dell'interazione in relazione al contesto e agli interlocutori.</p>	<p>Un'azienda ecosostenibile del territorio si racconta</p>
<p>Competenza 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>Strumenti e tecniche per l'elaborazione di messaggi per la promozione del brand aziendale e di prodotti e servizi in situazioni diversificate.</p> <p>Il marchio/brand; mission e vision aziendale; il nome del prodotto; il colore; lo slogan pubblicitario.</p> <p>Aspetti della comunicazione visiva. la Gestalt; i processi di unificazione degli stimoli visivi; regole della comunicazione visiva nei servizi commerciali; caos percettivo; scritte sintetiche; piacevolezza degli elementi</p> <p>Persuasione ed efficacia nella comunicazione verbale, visiva e multimediale: evitare il caos percettivo</p>	<p>Un'azienda ecosostenibile del territorio si racconta</p> <p>Dante pop</p>
	<p>6. Analisi e rappresentazione dei documenti relativi alla rendicontazione</p>	<p>Il manifesto della comunicazione non ostile;</p>	<p>Un'azienda ecosostenibile</p>

	sociale e ambientale, alla luce dei criteri sulla responsabilità sociale d'impresa.	Analizzare il territorio e l'ambiente per la localizzazione delle attività economiche Forme di comunicazione commerciale e pubblicità e Principali strumenti di comunicazione: social networks, forum, blog, e-mail. La comunicazione aziendale interna ed esterna	del territorio si racconta Ed. Civica

LIBRO DI TESTO ADOTTATO
Giovanna Colli; Florencia Cecilia Ferro, "Punto.com Tecniche di comunicazione dei servizi commerciali" Zanichelli.

METODOLOGIE	AMBIENTI DI APPRENDIMENTO
Lezione frontale e partecipata Cooperative learning 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 strutturate Prove multidisciplinari Presentazioni multimediali