ISTRUZIONE PROFESSIONALE - SERVIZI COMMERCIALI

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

A.S. 2025-2026

CLASSE: 3^P

INSEGNANTE: prof.ssa Maria Amodei

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
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.	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.	Il processo di comunicazione: i fondamenti della comunicazione, Bisogni e comunicazione: La Piramide di Maslow. Gli scopi della comunicazione. I modelli di spiegazione del processo comunicativo, gli elementi della comunicazione, le funzioni linguistiche, i limiti della comunicazione lineare, il modello circolare, il modello semiotico, codici e comunicazione efficace, i sistemi sensoriali, credenze e valori, bias cognitivi e servizi commerciali. La comunicazione non verbale, l'importanza degli aspetti pragmatici nella comunicazione, gli assiomi della comunicazione, il linguaggio del corpo, il ruolo delle emozioni e dei sentimenti nelle interazioni, la comunicazione paraverbale, la mimica, la gestualità, e la prossemica Persuasione ed efficacia nella comunicazione verbale, visiva e multimediale. I fattori che influenzano la comunicazione. Le competenze relazionali nel settore commerciale: l'interazione diretta col cliente. 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. Le competenze relazionali nel settore commerciale: l'interazione diretta col cliente. Educazione civica: La comunicazione nel gruppo di lavoro.	UDA: Dante pop. Una pubblicità dantesca/Dante un simbolo moderno Educazione civica

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 aziendale adeguate alla mission e alla policy aziendale, avvalendosi dei linguaggi più innovativi e anche degli aspetti visivi della comunicazione.	2. Definizione e progettazione dei percorsi e delle azioni per il raggiungimento degli obiettivi aziendali utilizzando tecnologie adeguate.	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. La comunicazione efficace, l'efficacia nella comunicazione visiva e multimediale. Il linguaggio visivo nella comunicazione, aspetti grafici e visivi nella comunicazione digitale;	UDA: Un'azienda ecosostenibile del territorio si racconta UDA: Dante pop. Una pubblicità dantesca/Dante un simbolo moderno
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 economico-sociale legati alle relazioni commerciali	5. Progettazione, realizzazione e gestione delle azioni per la fidelizzazione della clientela anche mediante l'utilizzo di tecnologie adeguate alla tipologia aziendale.	Green marketing ed esempi di Marketing Green aziendali. La pubblicità sostenibile online e offline, promozione delle imprese socialmente responsabili (marchi e codici etici). Il linguaggio del marketing e fidelizzazione della clientela. La comunicazione aziendale La relazione con il mercato, gli strumenti di comunicazione interna;	UDA: Un'azienda ecosostenibile del territorio si racconta

LIBRO DI TESTO ADOTTATO G. Colli - F. Ferro, PUNTO.COM Tecniche di comunicazione dei servizi commerciali, vol. A, CLITT

	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