ISTRUZIONE PROFESSIONALE - SERVIZI COMMERCIALI

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

A.S. 2025-2026

CLASSE: 5^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.	La comunicazione di massa; Il mezzo pubblicitario: i manifesti, la televisione e il cinema, il sito web, la radio; Evoluzione del manifesto pubblicitario; La Media Ecology, il Web e la sua evoluzione, i modelli di comunicazione interpersonale e di massa, i nuovi modelli comunicativi 2.0; Dai mass media ai new media. Le dinamiche sociali, 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. Le Life Skills: l'intelligenza emotiva, l'empatia, l'assertività; Atteggiamenti interiori e comunicazione: gli stili comunicativi; Le competenze relazionali nel settore commerciale: l'interazione diretta col cliente. Le comunicazioni aziendali: la responsabilità d'impresa o CSR, le public Relations, le comunicazioni interne. Educazione civica: Propaganda e censura. L'influenza dei mass media e dei social media in materia di diritti umani.	Dalla comunicazione di massa ai social media

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, nuove forme di pubblicità offline e online. Il linguaggio visivo nella comunicazione, aspetti grafici e visivi nella comunicazione digitale; l'agenzia pubblicitaria; la pianificazione e realizzazione di una campagna pubblicitaria, il briefing e la copy strategy.	Dalla comunicazione di massa ai social media
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.	La soddisfazione del cliente; Il linguaggio del marketing, loyalty e fidelizzazione della clientela. I vettori della comunicazione aziendale La relazione con il mercato, la relazione con gli stakeholders, gli strumenti di comunicazione interna; Le finalità e strumenti delle Public relation e del Digital PR.	Dalla comunicazione di massa ai social media

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

METODOLOGIE	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