

ISTITUTO STATALE ISTRUZIONE SUPERIORE



VALCERESIO

Liceo Scientifico - Scienze Applicate

Liceo delle Scienze Umane

Istituto Tecnico Turismo

Istituto Tecnico Amministrazione, Finanza e Marketing - Relazioni Internazionali

Istituto Professionale per la Sanità e l'Assistenza sociale

Istituto Professionale per i Servizi Commerciali e Turistici



Via Roma, 57 - 21050 Bisuschio (VA) - ☎ Tel. 0332856760 – 📠 Fax 0332474918- vais00400r@istruzione.it

ANNO SCOLASTICO: 2023/2024

PIANO INDIVIDUALE DI LAVORO

Prof. GLIGORA GIUSEPPE

Materia di insegnamento TEORIA E TECNICA DELLA COMUNICAZIONE

ORDINAMENTO: Istituto Professionale

INDIRIZZO: Servizi Commerciali

Classe V Sezione P

PROGRAMMAZIONE DI LAVORO

CLASSE V Sezione P Indirizzo: Servizi Commerciali

Segmento Formativo: Triennio Professionale Nuovo Ordinamento

Disciplina: TEORIA E TECNICA DELLA COMUNICAZIONE

Asse Scientifico, Tecnologico e Professionale

Competenza Professionale	<p>Competenza 3: Riconoscere gli aspetti geografici, ecologici, territoriali, dell'ambiente naturale ed antropico, le connessioni con le strutture demografiche, economiche, sociali, culturali e le trasformazioni intervenute nel corso del tempo</p> <p>Competenza 5: Utilizzare i linguaggi settoriali delle lingue straniere previste dai percorsi di studio per interagire in diversi ambiti e contesti di studio e di lavoro</p> <p>Competenza 7: Individuare ed utilizzare le moderne forme di comunicazione visiva e multimediale, anche con riferimento alle strategie espressive e agli strumenti tecnici della comunicazione in rete</p> <p>Competenza 10: Comprendere e utilizzare i principali concetti relativi all'economia, all'organizzazione, allo svolgimento dei processi produttivi e dei servizi</p> <p>Competenza in uscita n° 1: Interagire nei sistemi aziendali riconoscendone i diversi modelli organizzativi, le diverse forme giuridiche con cui viene svolta l'attività e le modalità di trasmissione dei flussi informativi, collaborando alla stesura di documenti aziendali di rilevanza interna ed esterna e all'esecuzione degli adempimenti civilistici e fiscali ricorrenti</p> <p>Competenze intermedie: Interagire nei sistemi aziendali riconoscendone i diversi modelli organizzativi, le diverse forme</p>
---------------------------------	---

	<p>giuridiche con cui viene svolta l'attività e le modalità di trasmissione dei flussi informativi, collaborando alla stesura di documenti aziendali di rilevanza interna ed esterna</p> <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>Competenze intermedie (<i>vedi competenza in uscita</i>)</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>Competenze intermedie: 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>		
Abilità	Conoscenze	Contenuti (suddivise in Unità di apprendimento)	Scansione temporale
<p>Raccogliere, organizzare, rappresentare e trasmettere informazioni</p> <p>Utilizzare il linguaggio e gli strumenti adeguati alla situazione comunicativa</p>	<p>Informazioni, dati e codifica</p> <p>Sistemi di documentazione, archiviazione e trasmissione delle informazioni</p> <p>Elementi fondamentali dei sistemi informativi</p>	<p>Il Direct marketing</p> <p>Gli obiettivi del Marketing di Relazione</p> <p>Gli strumenti del DM</p> <p>Il Database</p> <p>Il Telemarketing</p>	<p>Settembre</p> <p>Dicembre</p>

Utilizzare la rete Internet per ricercare fonti e dati	Tecniche di presentazione	La misurabilità del DM e la campagna del marketing di relazione	Settembre
Utilizzare la rete Internet per attività di comunicazione interpersonale	Tecniche di comunicazione	<i>Customer Relationship management</i>	
Riconoscere i limiti e i rischi dell'uso della rete	Forme di comunicazione commerciale e Pubblicità	Comunicazione aziendale: gli eventi	
Utilizzare applicazioni di scrittura, calcolo e grafica	La rete Internet	Cosa si intende per evento	
Individuare le principali strutture e funzioni aziendali	Funzioni e caratteristiche della rete Internet	La pianificazione di un evento	
Individuare gli obiettivi e gli elementi distintivi di un progetto	I motori di ricerca	Scegliere la sede dell'evento e promuoverlo	
Individuare gli eventi, le attività e descrivere il ciclo di vita di un Progetto	Principali strumenti di comunicazione: social networks, forum, blog, e-mail		
Utilizzare la documentazione tecnica di progetto	Modelli organizzativi aziendali e relativi processi funzionali		
Applicare le normative sulla sicurezza personale e ambientale	Metodi per la scomposizione del progetto in attività e task		
Utilizzare le tecniche dell'analisi statistica nel controllo della	Strumenti e metodi di monitoraggio di un progetto. Normative di settore nazionali e comunitarie sulla sicurezza personale e ambientale		
			Dicembre

<p>produzione di beni e servizi</p> <p>Raccogliere, archiviare, utilizzare dati nell'ambito del sistema informativo aziendale</p> <p>Utilizzare software applicativi in relazione alle esigenze aziendali</p> <p>Individuare le migliori soluzioni comunicative in riferimento al prodotto e/o servizio e al packaging, come veicolo di informazione per il consumatore</p> <p>Rispettare le normative sulla sostenibilità economico-sociale. Individuare le tendenze artistiche nazionali ed internazionali.</p>	<p>Certificazioni aziendali relative a qualità, ambiente e sicurezza</p> <p>Strumenti e metodi dell'analisi statistica: frequenze, indicatori centrali e di dispersione, correlazione, regressione lineare, rappresentazioni tabellari e grafiche</p> <p>Sistema informativo e sistema informatico</p> <p>Servizi di rete a supporto della comunicazione Aziendale</p> <p>Software applicativi per la produzione di documenti multimediali (word processor, presentazione, grafica)</p> <p>Il foglio elettronico per la rappresentazione tabellare e/o grafica di dati di produzione, qualità, marketing, commerciali</p> <p>Il database: struttura e utilizzo per l'accesso, la modifica e l'estrazione delle informazioni</p>		<p>Settembre</p> <p>Dicembre</p>
---	---	--	--

<p>Essere in grado di cogliere le relazioni tra lo sviluppo economico del territorio e le sue caratteristiche geo-morfologiche e le trasformazioni nel tempo</p> <p>Comprendere in maniera globale e analitica, con discreta autonomia, testi scritti relativamente complessi, di diversa tipologia e genere, relativi ad ambiti di interesse generale, ad argomenti di attualità e ad argomenti attinenti alla microlingua dell'ambito professionale di appartenenza</p> <p>Partecipare a conversazioni o discussioni con sufficiente scioltezza e spontaneità utilizzando il lessico specifico e registri diversi in rapporto alle diverse situazioni sociali, su argomenti noti di interesse generale, di attualità e attinenti alla microlingua dell'ambito professionale di</p>	<p>Tecniche e strumenti di progettazione e composizione editoriale e/o visiva per la comunicazione aziendale</p> <p>Caratteristiche e specificità delle diverse strategie di marketing, in particolare della vendita on line e dei portali e-commerce</p> <p>Tecniche e strumenti di progettazione e composizione editoriale e/o visiva per la comunicazione aziendale</p> <p>Caratteristiche e specificità delle diverse strategie di marketing, in particolare della vendita on line e dei portali e-commerce.</p>	<p>Instaurare rapporti con i media: l'attività dell'ufficio stampa</p> <p>Pubbliche Relazioni</p> <p>Il comunicato stampa</p> <p>La cartella stampa e il materiale fotografico</p> <p>Il monitoraggio delle uscite</p> <p>La rassegna stampa</p> <p>Speciali giornalistici: servizi "indotti" o pubbliredazionali</p> <p>Criteri per definire e progettare campagne pubblicitarie</p> <p>La costruzione dell'immagine aziendale</p> <p>Il marchio e la marca: perché e come crearli</p> <p>Come impostare una campagna pubblicitaria</p> <p>Le idee come nascono e si sviluppano</p> <p>Le parti dell'annuncio pubblicitario</p>	<p>Gennaio</p> <p>Maggio</p>
--	--	--	--

<p>appartenenza, esprimendo il proprio punto di vista e dando spiegazioni</p> <p>Fare descrizioni e presentazioni con sufficiente scioltezza, secondo un ordine prestabilito e coerente, utilizzando il lessico specifico e registri diversi in rapporto alle diverse situazioni sociali, anche ricorrendo a materiali di supporto (presentazioni multimediali, cartine, tabelle, grafici, mappe, ecc.), su argomenti noti di interesse generale, di attualità e attinenti alla microlingua dell'ambito professionale di appartenenza</p> <p>Scrivere testi chiari e sufficientemente dettagliati, coerenti e coesi, adeguati allo scopo e al destinatario utilizzando il lessico specifico, su argomenti noti di interesse generale, di attualità e attinenti alla microlingua dell'ambito</p>		<p>La scelta dei mezzi di comunicazione</p> <p>La <i>social integration</i> della reputazione di marca</p> <p><i>Social Media Metric</i>: la forza del brand sulla rete</p>	<p>Gennaio</p> <p>Maggio</p>
---	--	---	--

<p>professionale di appartenenza</p> <p>Utilizzare i diversi linguaggi mediatici ed anche gli aspetti visivi della comunicazione per la promozione e la comunicazione di attività e prodotti</p> <p>Utilizzare a fini promozionali i social media e i social network</p> <p>Scegliere le strategie della comunicazione e di vendita, anche on line, adeguandole alla realtà aziendale e al settore produttivo di riferimento</p>			<p>Gennaio</p> <p>Maggio</p>
--	--	--	--

OBIETTIVI EDUCATIVI	
	Acquisire senso critico, capacità di autovalutazione e responsabilità personale.
	Accrescere la propria coscienza morale attraverso l'educazione ai valori del vivere civile.
	Potenziare la consapevolezza del valore della legalità.
	Rispettare la libertà altrui, comprendere ed accettare gli altri; essere disponibili al confronto.
	Rispettare l'ambiente nel quale ci si trova a vivere e le persone con le quali ci si trova ad operare.

METODOLOGIE ADOTTATE	SÌ	NO
● Lezione frontale secondo lo stile sia della spiegazione/esemplificazione che dell'analisi testuale	<u>X</u>	
● Lezione partecipativa e dialogata	<u>X</u>	
● Dialogo costruttivo e cooperativo con gli alunni	<u>X</u>	
● Problem solving	<u>X</u>	
● Esercitazione in classe e a casa per consolidare le competenze	<u>X</u>	
● Lavoro di gruppo	<u>X</u>	
● Discussione guidata	<u>X</u>	
● Dibattito aperto in classe su diverse tematiche	<u>X</u>	
● Attività di recupero (pause didattiche)	<u>X</u>	
● Progettazione ed elaborazione di mappe concettuali	<u>X</u>	
● Attività di approfondimento	<u>X</u>	
● Attività di ricerca tese anche all'apprendimento autonomo	<u>X</u>	
● Attività laboratoriali	<u>X</u>	
● Flipped classroom	<u>X</u>	
● Attività interdisciplinari per assi	<u>X</u>	

STRUMENTI DIDATTICI	
Testi adottati: TECNICHE DI COMUNICAZIONE - F. Camisa e P. Tournour-Viron ; Istituti Professionali Indirizzo Servizi Commerciali ; Editori Scuola&Azienda	
Eventuali sussidi didattici o testi di approfondimento: risorse on line (Video, Film, documenti, articoli), Contenuti Digitali Integrativi, PPT, fotocopie di studi per l'approfondimento.	
Attrezzature e spazi didattici utilizzati: DVD, CD, LIM, Laboratorio.	

CRITERI DI VALUTAZIONE E STRUMENTI DI VERIFICA	
Strumenti di verifica	<p>Prove individuali: (es: Interrogazioni, colloquio orale; interventi in classe; verifica scritta; prove strutturate e non; prove oggettive; test a risposta aperta e chiusa; relazioni; attività di ricerca, compito di realtà).</p> <p>Prove collettive: (es.: lavori di gruppo, presentazione di elaborati di ricerca e/o sintesi, compiti di realtà).</p>
Criteri di misurazione della verifica	Livello di partenza; conoscenze, competenze ed abilità acquisite; evoluzione del processo di apprendimento; metodo di lavoro; impegno e applicazione; partecipazione e interesse; pertinenza e chiarezza espositiva; competenza linguistica; capacità critica; capacità di rielaborazione e di collegamento interdisciplinare.
Modalità di notifica alla classe	Le insufficienze verranno comunicate e recuperate nei PFI. Consultazione registro elettronico.
Modalità di trasmissione della valutazione alla famiglia	Comunicazione orale agli studenti e scritta alle famiglie sul registro elettronico, seguita da eventuale colloquio con le famiglie, in caso di ripetuti risultati non positivi. Consultazione registro elettronico.

Bisuschio, lì 14/10/2023

FIRMA DOCENTE

GLIGORA GIUSEPPE