

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

PROGRAMMAZIONE INDIVIDUALE DI LAVORO

Prof. GLIGORA GIUSEPPE

Materia di insegnamento TEORIA E TECNICA DELLA COMUNICAZIONE

ORDINAMENTO: Istituto Professionale

INDIRIZZO: Servizi Commerciali

Classe IV Sezione P

PROGRAMMAZIONE DI LAVORO

CLASSE IV Sezione P Indirizzo: Servizi Commerciali

Segmento Formativo: Triennio Professionale Nuovo Ordinamento

Disciplina: TECNICHE DI COMUNICAZIONE Asse Scientifico, Tecnologico e Professionale

Competenza Professionale	<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 8: Utilizzare le reti e gli strumenti informatici nelle attività di studio, ricerca e approfondimento</p> <p>Competenza 11: Padroneggiare l'uso di strumenti tecnologici con particolare attenzione alla sicurezza e alla tutela della salute nei luoghi di vita e di lavoro, alla tutela della persona, dell'ambiente e del territorio</p> <p>Competenza in uscita 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.</p>
---------------------------------	--

<p>Competenze intermedie: Applicare il sistema informativo contabile aziendale interpretandone i risultati. Realizzare personalizzazioni di pagine web, tenendo conto degli aspetti grafici e comunicativi, nel rispetto delle norme sulla privacy, sulla sicurezza e riservatezza dei dati aziendali.</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 ed internazionali, contribuendo alla gestione dei rapporti con i fornitori e clienti, anche internazionali, secondo principi di sostenibilità economico-sociale legati alle relazioni commerciali.</p> <p>Competenze intermedie: Collaborare nell'area della funzione commerciale contribuendo alla gestione dei rapporti con i fornitori e i clienti, anche stranieri, secondo principi di sostenibilità economico-sociale anche in considerazione del patrimonio culturale ed artistico locale e nazionale</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: Partecipare alla realizzazione di azioni di marketing strategico e operativo per la stesura di un piano di promozione di un brand, adattandolo alla realtà aziendale e al settore produttivo di riferimento</p>			
Abilità	Conoscenze	Contenuti (suddivise in Unità di apprendimento)	Scansione temporale
<p>Realizzare personalizzazioni di pagine Web, anche in riferimento al Web semantico</p> <p>Partecipare a conversazioni o discussioni con</p>	<p>Linguaggi di Markup e Web semantico</p> <p>Aspetti grammaticali, incluse le strutture più frequenti nella micro lingua dell'ambito professionale di appartenenza</p>	<p>Modelli comunicativi e linguaggi: media tradizionali e new media</p> <p>La lettera commerciale</p> <p>L'e-mail</p>	<p>Settembre Dicembre</p>

<p>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 micro lingua dell'ambito professionale di 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 micro lingua dell'ambito professionale di appartenenza.</p>	Ortografia	La newsletter aziendale	<p>Settembre</p> <p>Dicembre</p>
	Lessico, incluso quello specifico della Micro lingua dell'ambito professionale di appartenenza	Il blog	
	Aspetti extralinguistici	La scrittura per i social media	
	Aspetti socio-linguistici	La comunicazione "above the line" e "below the line"	
	Social network e new media come fenomeno comunicativo	La comunicazione pubblicitaria	
	Caratteri comunicativi di un testo multimediale	La pubblicità	
	Tecniche, lessico, strumenti per la comunicazione professionale	Obiettivi della pubblicità di ieri e di oggi	
	La rete Internet	I new media e le nuove forme di promozione e pubblicità	
	Funzioni e caratteristiche della rete Internet	Internet: da mezzo accessorio a mezzo strutturale	
	I motori di ricerca	La pubblicità: modalità e tempi della comunicazione di oggi	
	Principali strumenti di comunicazione: social <i>networks</i> , forum, blog, e-mail	L'impatto delle attività umane sull'ambiente, il problema della CO2	
	Scegliere la forma multimediale più adatta alla	Caratteristiche delle energie rinnovabili	
		Elementi basilari di	

	<p>comunicazione in italiano o in lingua straniera nell'ambito professionale di riferimento in relazione agli interlocutori e agli scopi</p> <p>Utilizzare il linguaggio e gli strumenti adeguati alla situazione comunicativa</p> <p>Raccogliere, organizzare, rappresentare e trasmettere efficacemente informazioni</p> <p>Utilizzare la rete Internet per ricercare fonti e dati Saper garantire una conservazione corretta e sicura delle informazioni</p> <p>Utilizzare programmi e app, su computer, tablet e smartphones, per effettuare le più comuni operazioni di organizzazione, elaborazione, rappresentazione e trasmissione di informazioni</p> <p>Valutare l'impatto ambientale derivante</p>	<p>tecniche di profilassi più diffuse: vaccini, stili alimentari, conoscenza dei danni da sostanze psicotrope</p> <p>Informazioni, dati e codifica</p>	<p>Settembre</p> <p>Dicembre</p>
--	---	--	--

	<p>dall'uso di apparecchiature tecnologiche</p> <p>Individuare i pericoli e le misure preventive e protettive connessi all'uso di dispositivi tecnologici</p>		
<p>Utilizzare tecniche di relazione e comunicazione e promozione commerciale, anche in lingua straniera</p> <p>Applicare tecniche di fidelizzazione della clientela anche con strumenti tecnologici a supporto della <i>customer satisfaction</i></p> <p>Individuare e analizzare le esigenze Comunicative dell'azienda traducendole in un progetto pubblicitario/ Comunicativo</p> <p>Individuare il corretto posizionamento del prodotto/servizio dell'azienda.</p> <p>Applicare le leve del marketing mix</p> <p>Applicare le principali tecniche di web</p>	<p>Tecniche di presentazione</p> <p>Tecniche di comunicazione</p> <p>Forme di comunicazione commerciale e pubblicità</p> <p>Caratteristiche della comunicazione e promozione commerciale, anche in lingua straniera</p> <p>Strumenti anche tecnologici e informatici per la fidelizzazione della clientela <i>Customer satisfaction</i></p> <p>Principi di sostenibilità economica-sociale.</p> <p>Elementi costitutivi del patrimonio artistico culturale nazionale</p>	<p>I gruppi</p> <p>Relazione e gruppi</p> <p>La struttura del gruppo</p> <p>I gruppi di lavoro</p> <p>I gruppi di ascolto</p> <p>La leadership</p> <p>Stili di leadership</p> <p>La vendita</p> <p>La comunicazione con il cliente</p> <p>Il punto vendita</p> <p>Il valore comunicativo del punto vendita</p> <p>Polisensorialità e gestione efficace del luogo d'acquisto</p> <p>La gestione dei reclami</p>	<p>Gennaio</p> <p>Aprile</p>

marketing, inclusi i social media e i social network	<p>Fasi della progettazione pubblicitaria e piano della comunicazione aziendale</p> <p>Tecniche di web Marketing</p> <p>Leve del marketing mix</p> <p>Caratteristiche dei social media e social network</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