

Anno scolastico 2022/23

NOME COGNOME Prof.ssa SILVIA PROCACCINI

DISCIPLINA TECNICHE DI COMUNICAZIONE

CLASSE 3A/4A INDIRIZZO SC SERALE

Data: 14/11/2022

PIANO INDIVIDUALE DI LAVORO parte seconda:

PROGRAMMA INDIVIDUALE DI LAVORO CON RIFERIMENTO ALLA PROGRAMMAZIONE DI AMBITO 2022/23

| | | |
|-----------------------------------|---|--|
| MODULO N. | Tecniche di Comunicazione 1 | |
| TITOLO | | |
| COMPETENZA | Conoscenza dei principi di marketing e funzionamento delle comunicazioni nell'area della funzione commerciale, della realizzazione delle azioni di fidelizzazione della clientela. | |
| STRUTTURA DI APPRENDIMENTO | <p>Principi di CV e CNV</p> <p>La comunicazione e i suoi segni</p> <p>Le funzioni linguistiche</p> <p>Breve storia delle comunicazioni di massa.</p> <p>La piramide di Maslow</p> <p>I sensi ed il marketing</p> <p>Le 8 P del marketing (Marketing mix)</p> <p>Comunicazione interna ed esterna all'azienda. Strumenti per la fidelizzazione della clientela (Customer satisfaction).</p> <p>Cpy brief. (Progettazione)</p> <p>Copy strategy. (Target group)</p> | |

| | | |
|--|--|--|
| | <p>Caratteristiche della comunicazione e promozione commerciale.</p> <p>Pubblicità below the line above the line.</p> <p>Principi di sostenibilità economica-sociale.</p> <p>Contenuti</p> <p>Caratteristiche della comunicazione e promozione commerciale. Strumenti anche tecnologici e informatici per la fidelizzazione della clientela Customer satisfaction. Principi di sostenibilità economica-sociale.</p> <p>La comunicazione immagine dell'azienda; importanza comunicazione interna all'azienda e all'esterno dell'azienda. Comunicazione stampa, visiva ed audiovisiva. L'Agenda 2030, introduzione generale.</p> | |
|--|--|--|

| | | |
|---|---|--|
| TEMPI | Settembre-Gennaio | |
| METODOLOGIA | Cooperative learning Problem Solving Studio di casi tratti dalla realtà | |
| TESTO DI COMPITO E MODALITÀ DI VERIFICA <i>Per i criteri di valutazione si deve fare riferimento alle griglie condivise nell'ambito disciplinare</i> | esercitazioni e simulazioni analisi di materiali di marketing interazioni docente/discente prove orali | |
| COLLEGAMENTI INTERDISCIPLINARI | Italiano, Inglese, Ed. Civica, Tecn.Prof. dei Serv. Comm. | |

| | | |
|-----------------------------------|--|--|
| MODULO N. | Tecniche di comunicazione 2 | |
| TITOLO | | |
| COMPETENZA | Comunicare e relazionarsi in riferimento alle caratteristiche del cliente. | |
| STRUTTURA DI APPRENDIMENTO | <p>Conoscenze:</p> <p>Tecniche di marketing applicabili in ambito aziendale.</p> <p>Web marketing. (Posizionamento)</p> <p>Principi di sostenibilità economica-sociale.</p> <p>Contenuti</p> <p>Caratteristiche della comunicazione e promozione commerciale.</p> <p>Strumenti anche tecnologici e informatici per la fidelizzazione</p> | |

| | | |
|---|--|--|
| | <p>della clientela Customer satisfaction.</p> <p>Principi di sostenibilità economica-sociale.</p> | |
| TEMPI | Gennaio-Maggio | |
| METODOLOGIA | | |
| | <p>Cooperative learning</p> <p>Problem Solving</p> <p>Studio di casi tratti dalla realtà</p> | |
| | | |
| TESTO DI COMPITO E MODALITÀ DI VERIFICA <i>Per i criteri di valutazione si deve fare riferimento alle griglie condivise nell'ambito disciplinare</i> | <p>esercitazioni e simulazioni</p> <p>analisi di caso / testi</p> <p>interazioni docente/discente</p> <p>prove orali</p> | |
| COLLEGAMENTI INTERDISCIPLINARI | <i>Italiano, Inglese, Ed. Civica</i> | |