

Anno scolastico 2022/23

NOME COGNOME: IRENE NAPPI

DISCIPLINA: TECNICHE DI COMUNICAZIONE

CLASSE 4 SEZIONE A INDIRIZZO SERVIZI COMMERCIALI WEB COMMUNITY

Data: 15/11/22

PIANO INDIVIDUALE DI LAVORO parte seconda:

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

MODULO N. 1	UDA 4I LA COMUNICAZIONE IMMAGINE DELL' AZIENDA	
TITOLO		
COMPETENZA	Competenza 4I. 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.	
STRUTTURA DI APPRENDIMENTO	IN PRESENZA CONOSCENZE Caratteristiche della comunicazione e promozione commerciale, anche in lingua straniera Strumenti anche tecnologici e informatici per la fidelizzazione della clientela Customer satisfaction Principi di sostenibilità economica- sociale. Elementi costitutivi del patrimonio artistico culturale nazionale CONTENUTI 4I Tecniche della comunicazione La comunicazione immagine dell'azienda; importanza comunicazione interna all'azienda e all'esterno dell'azienda; stesura piano comunicazione dell'azienda. Comunicazione stampa, visiva ed audiovisiva. Comunicazione locale e nazionale attraverso vari canali. La lettera commerciale, l'e-mail, la newsletter	IN DAD CONOSCENZE Caratteristiche della comunicazione e promozione commerciale, anche in lingua straniera Strumenti anche tecnologici e informatici per la fidelizzazione della clientela Customer satisfaction Principi di sostenibilità economica- sociale. Elementi costitutivi del patrimonio artistico culturale nazionale CONTENUTI 4I Tecniche della comunicazione La comunicazione immagine dell'azienda; importanza comunicazione interna all'azienda e all'esterno dell'azienda; stesura

	<p>aziendale, la scrittura per i social network, la comunicazione above the line e below the line; tipi di azienda. L'Agenda 2030.</p> <p>CONTENUTI</p> <p>Tecniche della comunicazione.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● La comunicazione immagine dell'azienda; ● Importanza comunicazione interna all'azienda e all'esterno dell'azienda; ● Stesura piano comunicazione dell'azienda. ● Comunicazione stampa, visiva ed audiovisiva. ● Comunicazione locale e nazionale attraverso vari canali. ● L'agenda 2030 	<p>piano comunicazione dell'azienda. Comunicazione stampa, visiva ed audiovisiva. Comunicazione locale e nazionale attraverso vari canali. La lettera commerciale, l'e-mail, la newsletter aziendale, la scrittura per i social network, la comunicazione above the line e below the line; tipi di azienda. L'Agenda 2030.</p>
--	--	--

TEMPI	SETTEMBRE-FEBBRAIO	
METODOLOGIA	IN PRESENZA <ul style="list-style-type: none"> • Cooperative learning • Problem solving • Studio di casi tratti dalla realtà operativa • Role playing • Didattica laboratoriale • Web quest • Flipped classroom • Group work 	IN DAD <ul style="list-style-type: none"> • Lezione sulla piattaforma Gsuite in videoconferenza • Caricamento sul registro elettronico e sulla piattaforma g suite di eventuali materiali attinenti agli argomenti trattati.
TESTO DI COMPITO E MODALITÀ DI VERIFICA <i>Per i criteri di valutazione si deve fare riferimento alle griglie condivise nell'ambito disciplinare</i>	IN PRESENZA <ul style="list-style-type: none"> • test a risposta multipla e/o aperta • esercitazioni e simulazioni • analisi di caso / testi • varie tipologie testuali • interazioni docente/discente • prove orali • produzione di lavori digitali <p>Prova pluridisciplinare: Tecniche della comunicazione + le altre discipline dell'UDA</p>	IN DAD <ul style="list-style-type: none"> • test a risposta multipla e/o aperta • esercitazioni e simulazioni • analisi di caso / testi • varie tipologie testuali • interazioni docente/discente • prove orali • produzione di lavori digitali <p>Prova pluridisciplinare: Tecniche della comunicazione + le altre discipline dell'UDA</p>
COLLEGAMENTI INTERDISCIPLINARI	<i>TECNICHE PROFESSIONALI, INGLESE, FRANCESE, ITALIANO, ED. CIVICA.</i>	

MODULO N.2	UDA 5I COMUNICAZIONE E MEDIA.
TITOLO	
COMPETENZA	Competenza n. 5 di indirizzo. 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 innovativi e anche degli aspetti visivi della comunicazione.

STRUTTURA DI APPRENDIMENTO	IN PRESENZA	IN DAD
	<p>CONOSCENZE</p> <p>5I</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Modelli di analisi del mercato e della concorrenza. ● Elementi di statistica. ● Modelli di pianificazione strategica. ● Piano di marketing. ● Fasi della progettazione pubblicitaria e piano della comunicazione aziendale ● Tecniche di web marketing ● Leve del marketing mix ● Caratteristiche del social media e social network ● Il linguaggio dei social e della pubblicità <p>5I</p> <p>Tecniche della comunicazione La comunicazione di massa, importanza dei mezzi di comunicazione di massa, tecniche e strategie di comunicazione audiovisiva. Indagini mercato. Report, intervista, eventi promozionali. La pubblicità, ovvero la comunicazione above the line; un po' di storia; gli obiettivi della pubblicità ieri e oggi; i new media e le nuove forme di promozione e pubblicità; internet: da mezzo accessorio a mezzo strutturale; pubblicità: quanto e come si comunica oggi in Italia. Agenda 2030.</p>	<p>CONOSCENZE</p> <p>5I</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Modelli di analisi del mercato e della concorrenza. ● Elementi di statistica. ● Modelli di pianificazione strategica. ● Piano di marketing. ● Fasi della progettazione pubblicitaria e piano della comunicazione aziendale ● Tecniche di web marketing ● Leve del marketing mix ● Caratteristiche del social media e social network ● Il linguaggio dei social e della pubblicità <p>5I</p> <p>Tecniche della comunicazione La comunicazione di massa, importanza dei mezzi di comunicazione di massa, tecniche e strategie di comunicazione audiovisiva. Indagini mercato. Report, intervista, eventi promozionali. La pubblicità, ovvero la comunicazione above the line; un po' di storia; gli obiettivi della pubblicità ieri e oggi; i new media e le nuove forme di promozione e pubblicità; internet: da mezzo accessorio a mezzo strutturale; pubblicità: quanto e come si comunica oggi in Italia. Agenda 2030.</p>

TEMPI	MARZO-GIUGNO	
METODOLOGIA	IN PRESENZA <ul style="list-style-type: none"> • Cooperative learning • Problem solving • Studio di casi tratti dalla realtà operativa • Role playing • Didattica laboratoriale • Web quest • Flipped classroom • Group work 	IN DAD <ul style="list-style-type: none"> • Lezione sulla piattaforma Gsuite in videoconferenza • Caricamento sul registro elettronico e sulla piattaforma g suite di eventuali materiali attinenti agli argomenti trattati.
TESTO DI COMPITO E MODALITÀ DI VERIFICA <i>Per i criteri di valutazione si deve fare riferimento alle griglie condivise nell'ambito disciplinare</i>	IN PRESENZA <ul style="list-style-type: none"> • test a risposta multipla e/o aperta • esercitazioni e simulazioni • analisi di caso / testi • varie tipologie testuali • interazioni docente/discente • prove orali • produzione di lavori digitali <p>Prova pluridisciplinare: Tecniche della comunicazione + le altre discipline dell'UDA</p>	IN DAD <ul style="list-style-type: none"> • test a risposta multipla e/o aperta • esercitazioni e simulazioni • analisi di caso / testi • varie tipologie testuali • interazioni docente/discente • prove orali • produzione di lavori digitali <p>Prova pluridisciplinare: Tecniche della comunicazione + le altre discipline dell'UDA</p>
COLLEGAMENTI INTERDISCIPLINARI	MATEMATICA, INGLESE, ITALIANO, INFORMATICA, TECNICHE PROFESSIONALI, ED. CIVICA	

MODULO N.3	“STABILIRE COLLEGAMENTO TRA LE TRADIZIONI CULTURALI”
TITOLO	
COMPETENZA	COMPETENZE DI RIFERIMENTO 4T,3T,2T,6T

STRUTTURA DI APPRENDIMENTO	IN PRESENZA TECNICHE DI COMUNICAZIONE: tecniche di analisi e composizione testi. Argomentare e relazionare attraverso le fonti e i documenti	IN DAD TECNICHE DI COMUNICAZIONE: tecniche di analisi e composizione testi. Argomentare e relazionare attraverso le fonti e i documenti
TEMPI	SETTEMBRE- MAGGIO	
METODOLOGIA	IN PRESENZA <ul style="list-style-type: none"> • Cooperative learning • Problem solving • Studio di casi tratti dalla realtà operativa • Role playing • Didattica laboratoriale • Web quest • Flipped classroom • Group work 	IN DAD <ul style="list-style-type: none"> • Lezione sulla piattaforma Gsuite in videoconferenza • Caricamento sul registro elettronico e sulla piattaforma g suite di eventuali materiali attinenti agli argomenti trattati.
TESTO DI COMPITO E MODALITÀ DI VERIFICA <i>Per i criteri di valutazione si deve fare riferimento alle griglie condivise nell'ambito disciplinare</i>	IN PRESENZA <ul style="list-style-type: none"> • test a risposta multipla e/o aperta • esercitazioni e simulazioni • analisi di caso / testi • varie tipologie testuali • interazioni docente/discente • prove orali • produzione di lavori digitali <p>Prova pluridisciplinare: Tecniche della comunicazione + le altre discipline dell'UDA</p>	IN DAD <ul style="list-style-type: none"> • test a risposta multipla e/o aperta • esercitazioni e simulazioni • analisi di caso / testi • varie tipologie testuali • interazioni docente/discente • prove orali • produzione di lavori digitali <p>Prova pluridisciplinare: Tecniche della comunicazione + le altre discipline dell'UDA</p>
COLLEGAMENTI INTERDISCIPLINARI	<i>ITALIANO, STORIA, RELIGIONE, ALT.REL., ED. CIVICA.</i>	

