

UNITÀ DI APPRENDIMENTO

Denominazione	Comunicazione e marketing
Compito - prodotto	CREAZIONE DI UNA PRESENTAZIONE DELL'UDA
Competenze mirate assi culturali cittadinanza professionali	<p>ASSE DEI LINGUAGGI</p> <ul style="list-style-type: none"> - Utilizzare il patrimonio lessicale ed espressivo della lingua italiana secondo le esigenze comunicative nei vari contesti: sociali, culturali, scientifici, economici, tecnologici e professionali. - Padroneggiare gli strumenti espressivi ed argomentativi indispensabili per gestire l'interazione comunicativa verbale in vari contesti. - Utilizzare i linguaggi settoriali delle lingue straniere previste dai percorsi di studio per interagire in diversi ambiti e contesti di studio e di lavoro. - Utilizzare la lingua per i principali scopi comunicativi ed operativi <p>ASSE DEI LINGUAGGI/SCIENTIFICO-TECNOLOGICO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Utilizzare le reti e gli strumenti informatici nelle attività di studio, ricerca e approfondimento disciplinare. - Interagire nel sistema azienda e riconoscere i diversi modelli di strutture organizzative aziendali. - Acquisire competenze di comunicazione personale, d'impresa e connesse ad attività dell'area marketing. - Individuare e utilizzare gli strumenti di comunicazione appropriati per intervenire nei contesti organizzativi e professionali di riferimento. <p>COMPETENZE di CITTADINANZA</p> <p>- Partecipare attivamente alle attività portando il proprio contributo personale. Reperire, organizzare, utilizzare informazioni da fonti diverse per assolvere un determinato compito; organizzare il proprio apprendimento; acquisire abilità di studio.</p> <p>Interagire in un gruppo (in presenza o on line), comprendendo i diversi punti di vista, valorizzando le proprie ed altrui capacità, gestendo la conflittualità, contribuendo all'apprendimento comune ed alla realizzazione delle attività collettive, nel riconoscimento dei diritti fondamentali degli altri.</p> <p>COMPETENZE PROFESSIONALI</p> <ul style="list-style-type: none"> - Saper analizzare le differenti forme di comunicazione: dalla comunicazione personale alla comunicazione d'impresa. - Saper riconoscere le strutture della comunicazione nei vari contesti. - Acquisire competenze di comunicazione verbale e non verbale. - Saper individuare le tendenze dei mercati locali e nazionali e le relative attività, il tutto finalizzato alla realizzazione di prodotti pubblicitari ed alla <i>customer satisfaction</i>. - Conoscere strategie e tecniche di Marketing per migliorare la commercializzazione e la distribuzione dei beni e dei servizi prodotti dall'azienda.

Conoscenze	Abilità
<p>TECNICHE PROFESSIONALI DEI SERVIZI COMMERCIALI</p> <p>La funzione imprenditoriale e le scelte strategiche. La <i>mission</i> e il posizionamento. La comunicazione d'impresa La funzione marketing Il marketing, la pianificazione e l'analisi di marketing Il ciclo di vita del prodotto L'oggetto e gli scopi delle ricerche di mercato I concetti di <i>customization</i>, <i>customer satisfaction</i> e <i>customer loyalty</i></p>	<p>TECNICHE PROFESSIONALI DEI SERVIZI COMMERCIALI</p> <p>Individuare gli elementi che condizionano il rapporto tra azienda e ambiente Riconoscere l'importanza delle scelte strategiche Riconoscere gli elementi che determinano il vantaggio competitivo Interpretare le informazioni Riconoscere il ruolo della comunicazione d'impresa Individuare gli obiettivi della funzione marketing Riconoscere il ciclo di vita di un prodotto Applicare le regole per fidelizzare il cliente Acquisire competenze di gestione della funzione marketing</p>
<p>TECNICHE DI COMUNICAZIONE</p> <p>I processi comunicativi e i target di riferimento dell'impresa I modelli comunicativi e i linguaggi dei media tradizionali e dei new media Le tipologie della comunicazione interna e esterna all'impresa Gli elementi e le fasi del piano di comunicazione</p>	<p>TECNICHE DI COMUNICAZIONE</p> <p>Individuare linguaggi funzionali ai contesti comunicativi Riconoscere e interpretare tecniche e strategie della comunicazione interna ed esterna all'impresa</p>
<p>INGLESE</p> <p>The difference between marketing and selling Marketing mix Market segmentation The role of market research</p>	<p>INGLESE</p> <p>Acquisizione del micro-linguaggio. Lettura, comprensione e restituzione in lingua dei contenuti afferenti la tematica in oggetto</p>
<p>FRANCESE</p> <p>Le marketing Le produit La communication de l'entreprise et la publicité</p>	<p>FRANCESE</p> <p>Acquisizione del micro-linguaggio Lettura, comprensione e restituzione in lingua dei contenuti afferenti la tematica in oggetto</p>
<p>INFORMATICA</p> <ul style="list-style-type: none"> . conoscere il linguaggio HTML. . conoscere il linguaggio CSS. . conoscere le tecniche di impaginazione, formattazione e impostazione del layout delle pagine web. 	<p>INFORMATICA</p> <ul style="list-style-type: none"> . saper creare una pagina web (html). . saper creare un sito web interattivo. . saper creare pagine web con layout e struttura che risulti attrattiva per i visitatori del sito web.
Utenti destinatari	Tutti gli alunni della classe 5 [^] Ac -triennio indirizzo servizi commerciali
Prerequisiti	Conoscenze di base nelle discipline coinvolte

Fase di applicazione	Si veda tabella con fasi di lavoro
Tempi	Da ottobre a maggio
Esperienze attivate	Ricerche guidate e autonome sul tema proposto; incontri con esperti; realizzazione di elaborati, database e presentazioni in ppt.
Metodologia	Lezione frontale Attività laboratoriale Lavoro di gruppo Discussione guidata Intervento di esperti
Risorse umane Interne esterne	Docenti di: Tecniche professionali dei servizi commerciali (prof.ssa L. Cantini-Prof.ssa S. Lupi); Tecniche di Comunicazione (prof.ssa M. Pagliardi); Inglese (Prof.ssa F. Carone); Francese (Prof.ssa E. Corbari); Informatica (Prof. M.Bassini) Esperti esterni: Maestri del lavoro
Strumenti	Libri di testo, internet, computer, quotidiani e riviste cartacee e on line, video-
Valutazione	Prove di verifica disciplinari sulle conoscenze/competenze Presentazione del prodotto realizzato Griglia di valutazione dell'UdA (si adotta la griglia di valutazione del PTOF d'Istituto) Autovalutazione degli alunni (Questionario per gli alunni)

1

Piano di lavoro dell'UdA

Coordinatore: prof.ssa Manfredini Chiara
Docenti di: Tecniche professionali dei servizi commerciali/Laboratorio (prof.sse L. Cantini/S. Lupi) Tecniche di Comunicazione (prof.ssa M. Pagliardi); Inglese (Prof.ssa F. Carone); Francese (Prof. E.Corbari) Informatica (Prof. M.Bassini)

Specificazione delle Fasi

Fasi	Attività	Strumenti	Esiti	Tempi e docenti coinvolti	Valutazione
1	Presentazione dell'UDA	Lezione frontale Piano di lavoro	Sviluppo della curiosità e contestualizzazione nella realtà sociale.	1 ora Docente: Cantini/Lupi	Interesse dimostrato
2	Presentazione dei contenuti anche con l'intervento di esperti esterni	Lezioni frontali Conferenze	-Acquisire conoscenze relative alle tematiche trattate	11 ore Docenti: tutti i docenti coinvolti + esperti esterni	Osservazione
3	Rielaborazione da parte degli alunni degli spunti di riflessione proposti	PC, LIM, Materiale fornito dagli insegnanti/esperti, fonti reperite dagli alunni	- Saper utilizzare le fonti a propria disposizione per acquisire nuove informazioni - Collaborare per la realizzazione di un prodotto	12 ore Docenti: tutti i docenti coinvolti	Osservazione
4	Presentazione da parte degli alunni delle attività svolte e delle conoscenze acquisite	PC, LIM, lavori individuali o di gruppo	Presentazione dell'attività svolta	10 ore Docenti: tutti i docenti coinvolti	Verifica finale

5	Questionario	PC/Aula di informatica	riflessione sul percorso svolto	1 ora Docenti: Cantini/Lupi	Autovalutazione
---	--------------	------------------------	---------------------------------	-----------------------------------	-----------------

DIAGRAMMA DI GANTT

F a s i	settembre/ ottobre	novembre	gennaio	febbraio	marzo	aprile/maggio
1	Tecniche professionali dei servizi commerciali n. ore 1:presentazione UDA (n. 5 ore : sviluppo contenuti disciplinari nel corso dell'anno)	Tecniche di comunicazione n. ore 1				
2	Inglese n. 5 ore	Francese n. 5 ore	Tecniche di comunicazione e n. 2 ore Informatica n. ore 2 : approfondimento su strumenti di progettazione web (google sites e wordpress) e progettazione di un sito web aziendale e definizione del			

			layout delle pagine.			
			Tecniche Prof. Serv. Comm. n 4 ore: Sviluppo dei contenuti			
3					Rielaborazione e da parte degli alunni degli spunti di riflessione proposti:	
4						<p>Verifica finale:</p> <p>Tecniche professionali dei servizi commerciali n. 4 ore : presentazione multimediale</p> <p>Tecniche di comunicazione n. 2 ore</p> <p>Inglese n. 4 ore</p> <p>Francese n. 4 ore</p> <p>Informatica n. ore 3 : Approfondimenti sulla creazione di</p>

						Forms per raccogliere dati degli utenti, sulla struttura di un sito di e-commerce, sugli strumenti digitali di pagamento e sulle regole da seguire per realizzare un sito di e-commerce.
5						Tecniche professionali dei servizi commerciali n. ore 1 somministrazione e questionario autovalutazione

CONSEGNA AGLI STUDENTI

Titolo UdA: Comunicazione e marketing

Cosa si chiede di fare: Analizzare differenti forme di comunicazione: dalla comunicazione personale alla comunicazione d'impresa. Applicare le regole per la fidelizzazione del cliente e utilizzare le competenze di comunicazione e di gestione della funzione marketing per lo sviluppo delle vendite e della customer satisfaction.

In che modo (singoli, gruppi..):

gli alunni lavorano e apprendono sia in piccoli gruppi che in modo singolo ed autonomo a seconda della tipologia di lavoro proposto

Quali prodotti: test e questionari, presentazione UDA con ppt

Che senso ha (a cosa serve, per quali apprendimenti)

Diventare consapevoli della realtà che ci circonda, sviluppare uno spirito critico, comprendere le realtà territoriali, individuare strategie e applicare procedure mirate.

Tempi:

Da ottobre a maggio

Risorse

Interventi di esperti esterni del settore; giornali e riviste on line; video, riviste specializzate.

Criteri di valutazione

(si veda di seguito la griglia adottata dal PTOF d'Istituto)

Peso della Uda in termini di voti in riferimento agli assi culturali ed alle discipline:

Questo lavoro partecipa alla definizione del voto di profitto, in base alla rilevanza che ha per le singole discipline coinvolte.

Area comune

Inglese, Francese, Informatica

Area di indirizzo

Tecniche professionali dei servizi commerciali

Tecniche della comunicazione

QUESTIONARIO PER GLI ALUNNI

IL COMPITO CHE HAI SVOLTO TI È SEMBRATO:

- FACILE
- ABBASTANZA DIFFICILE
- MOLTO DIFFICILE

NELLO SVOLGIMENTO DEL COMPITO TI SEI SENTITO:

- ANNOIATO
- INDIFFERENTE
- INTERESSATO / COINVOLTO

COSA PENSI DI AVER IMPARATO DA QUESTO COMPITO?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Valutazione

(griglia adottata dal PTOF d'Istituto)

OBIETTIVI DIDATTICI

METODO	Autonomo Organizzato Ordinato Ripetitivo Disorganico
CONOSCENZA	Approfondita Completa Organica Accettabile Superficiale Disorganica Lacunosa
USO E APPLICAZIONE DI TECNICHE E STRUMENTI	Autonomo Accettabile Incerto Limitato Inadeguato
ANALISI – SINTESI - RIELABORAZIONE	Approfondita Coerente Superficiale Limitata Inadeguata

OBIETTIVI EDUCATIVI

IMPEGNO	Notevole Costante Alternativo Superficiale Inadeguato
PARTECIPAZIONE	Attiva - Propositiva Adeguate Modesta Saltuaria Di disturbo

Data, ottobre 2023

Firma del coordinatore dell'UDA

Chiara Manfredini

