

INDIRIZZO PROFESSIONALE				
DISCIPLINA TECNICHE DI COMUNICAZIONE E RELAZIONE				
SECONDO BIENNIO				
ESITI DI APPRENDIMENTO	NUCLEI FONDANTI	CONOSCENZE	ABILITA'	COMPETENZE
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	La comunicazione.	Strategie, tecniche e linguaggi della comunicazione e nei media. Codici verbali e non verbali.	Realizzare semplici messaggi di persuasione a supporto delle attività commerciali all'interno di una gamma definita di variabili di contesto. Individuare le potenzialità e i vari aspetti dei linguaggi verbali e non verbali.	Riconoscere i diversi linguaggi comunicativi verbali e non verbali e applicare tecniche di base per svolgere compiti semplici di comunicazione per la promozione di prodotti o servizi.
	I gruppi sociali.	Struttura e dinamica di gruppo. La leadership. I conflitti.	Individuare e utilizzare linguaggi funzionali al gruppo. Saper stabilire costruttive relazioni di gruppo. Ipotizzare strategie efficaci di	Individuare e utilizzare gli strumenti di comunicazione e di team working più appropriati per intervenire nei contesti organizzativi e

anche degli aspetti visivi della comunicazione.			risoluzione dei conflitti	professionali di riferimento.
	I gruppi di consumo.	La segmentazione del mercato. I gruppi di consumo. Il target.	Segmentare il mercato ed individuare il target di riferimento.	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.
	Le comunicazioni di massa. La comunicazione mediata dal computer.	Caratteristiche dei social media e social network.	Individuare e analizzare le esigenze comunicative dell'azienda traducendole in un progetto pubblicitario/comunicativo. Applicare le principali tecniche di web marketing, inclusi i social media e i social network.	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.
	La pubblicità.	Strategie e linguaggi della comunicazione commerciale e pubblicitaria.	Analizzare le diverse campagne informative-pubblicitarie, anche per gli aspetti visivi	Riconoscere e valutare, anche per gli aspetti visivi della comunicazione,

		<p>Aspetti visivi della comunicazione.</p> <p>Utilizzare strumenti e tecniche per l'elaborazione di messaggi per la promozione del brand aziendale e di prodotti e servizi in situazioni diversificate.</p>	<p>della comunicazione, per promuovere l'immagine aziendale.</p> <p>Utilizzare strumenti e tecniche per l'elaborazione di messaggi per la promozione del brand aziendale e di prodotti e servizi in situazioni diversificate.</p>	<p>campagne informative, pubblicitarie e promozionali del brand aziendale coerenti alla mission e vision.</p> <p>Collaborare all'elaborazione di messaggi per la promozione di un brand aziendale.</p>
--	--	---	---	--

QUINTO ANNO				
ESITI DI APPRENDIMENTO	NUCLEI FONDANTI	CONOSCENZE	ABILITA'	COMPETENZE
	Competenze relazionali e tecniche di comunicazione individuale.	<p>Le Life Skills.</p> <p>Gli stili comunicativi.</p>	<p>Riconoscere le competenze di base (Life Skills) che condizionano la qualità delle relazioni.</p> <p>Individuare i segnali verbali e non verbali dello stile passivo, aggressivo, manipolatorio e assertivo.</p> <p>Riconoscere il proprio stile</p>	<p>Individuare e utilizzare gli strumenti di comunicazione e di team working più appropriati per intervenire nei contesti organizzativi e professionali di riferimento.</p>

<p>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>comunicativo abituale.</p> <p>Utilizzare il linguaggio visivo in funzione del target di clienti e della tipologia del messaggio.</p>	
	<p>Dinamiche sociali e tecniche di comunicazione di gruppo.</p>	<p>Il team di lavoro.</p> <p>L'intelligenza collettiva.</p> <p>Le comunicazioni di gruppo efficaci.</p> <p>La motivazione in ambito lavorativo.</p>	<p>Riconoscere le condizioni di efficacia di un team di lavoro.</p> <p>Identificare le strategie di comunicazione più efficaci.</p>	<p>Individuare e utilizzare gli strumenti di comunicazione e di team working più appropriati per intervenire nei contesti organizzativi e professionali di riferimento.</p>
	<p>Le comunicazioni aziendali.</p>	<p>I vettori della comunicazione aziendale.</p> <p>Il brand.</p> <p>La mission aziendale.</p> <p>Il web marketing.</p> <p>Il positioning.</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>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</p>

			<p>Applicare le principali tecniche di web marketing, inclusi i social media e i social network.</p>	<p><i>mission</i> e alla policy aziendale, avvalendosi dei linguaggi più innovativi e anche degli aspetti visivi della comunicazione.</p>
	<p>La realizzazione di prodotti pubblicitari.</p>	<p>L'agenzia pubblicitaria.</p> <p>La pianificazione dei media.</p> <p>Vantaggi e svantaggi di alcune tipologie di campagne pubblicitarie.</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 <i>social media</i> e i <i>social network</i>.</p> <p>Scegliere le strategie della comunicazione e di vendita, anche <i>on line</i>, adeguandole alla realtà aziendale e al settore produttivo di riferimento.</p>	<p>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 <i>mission</i> e alla policy aziendale, avvalendosi dei linguaggi più innovativi e anche degli aspetti visivi della comunicazione.</p> <p>Interagire col sistema informativo aziendale anche attraverso l'uso di strumenti informatici.</p> <p>Utilizzare e produrre strumenti di comunicazione visiva e multimediale, anche con</p>

				riferimento alle strategie espressive e agli strumenti tecnici della comunicazione in rete.
--	--	--	--	---