



Istituto d'Istruzione Superiore
"V. Floriani"



Via B. Cremagnani, 18 – Vimercate (MB)

Programmazione Didattica Annuale – Prof.ssa Lella-Prof.ssa Salazar

Rev: 17/02/2022

A.S. 2022-2023 Insegnamento: Tecniche Professionali dei Servizi Commerciali e Pubblicitari

Docente: **Prof.ssa Lella** Insegnante tecnico-pratico: **Prof.ssa Salazar** Classe **5^G** Ore sett. d'insegnamento: 9 (di cui 2 in compresenza)

CURRICOLO PER INSEGNAMENTI/ASSI DELLE UNITA' DI APPRENDIMENTO

TITOLO UDA	TIPOLOGIA	ASSI COINVOLTI / INSEGNAMENTI	COMPETENZE DI RIFERIMENTO	CONOSCENZE	COMPITI E PRODOTTI	MONTE ORE	TIPOLOGIA VALUTAZIONE
1. IL MARKETING NON CONVENZIONALE	☐ monodisciplinare ☒ multidisciplinare ☐ di asse/i ☐ di indirizzo ☐ di recupero ☐ di potenziamento ☐ progettuale ☐ di PCTO	Asse scientifico, tecnologico e professionale Asse Storico Sociale Asse dei linguaggi	Competenze area generale: -Utilizzare il patrimonio lessicale ed espressivo della lingua italiana secondo le esigenze comunicative nei vari contesti: sociali, culturali, scientifici, economici, tecnologici e professionali. (2) Competenze area professionale: -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	L'evoluzione dell'advertising: Marketing relazionale Marketing emozionale Marketing esperienziale Permission marketing Viral marketing Guerrilla marketing Marketing tribale	Ideare e realizzare gadget per la scuola	5	Osservazione sistematica in classe, nei gruppi, nell'esecuzione dei lavori proposti. Verifiche "in itinere". Verifiche orali, pratiche e test scritti relativi a ciascuna U.D.

			alla mission e alla policy aziendale, avvalendosi dei linguaggi più innovativi e anche degli aspetti visivi della comunicazione. (5) Competenze asse: -Essere consapevole delle potenzialità e dei limiti delle tecnologie nel contesto culturale e sociale in cui vengono applicate (3). - Comprendere il cambiamento e la diversità dei tempi storici in una dimensione diacronica attraverso il confronto fra epoche e in una dimensione sincronica attraverso il confronto fra aree geografiche e culturali (1).	La pubblicità sui social network			
--	--	--	--	----------------------------------	--	--	--

2. IL MANIFESTO POLITICO: DA STRUMENTO DI COMUNICAZIONE DI MASSA A EFFETTIVO MEZZO DI PERSUASIONE E MOBILITAZIONE DELLE FOLLE	☐ monodisciplinare ☒ multidisciplinare ☐ di asse/i ☐ di indirizzo ☐ di recupero ☐ di potenziamento ☐ progettuale ☐ di PCTO	Asse scientifico, tecnologico e professionale Asse Storico Sociale Asse dei linguaggi	Competenze area generale: -Riconoscere gli aspetti geografici, ecologici, territoriali, dell'ambiente naturale ed antropico, le connessioni con le strutture demografiche, economiche, sociali, culturali e le trasformazioni intervenute nel corso del tempo (3) Competenze area professionale: -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. (5) Competenze asse: - Essere consapevole delle potenzialità e dei limiti delle tecnologie nel contesto culturale e sociale in cui vengono applicate (3). - Comprendere il cambiamento e la diversità dei tempi storici in una dimensione diacronica attraverso il confronto fra epoche e in una dimensione sincronica attraverso il	La nascita della pubblicità in Italia L'epoca d'oro dei manifesti Il ventennio nero della radio Dalla ricostruzione al boom dei consumi e della pubblicità La pubblicità di fronte alla crisi I gloriosi anni ottanta La pubblicità italiana del terzo millennio	Rielaborare in chiave moderna un manifesto del Novecento	20	Osservazione sistematica in classe, nei gruppi, nell'esecuzione dei lavori proposti. Verifiche "in itinere". Verifiche orali, pratiche e test scritti relativi a ciascuna U.D
---	--	--	---	---	---	-----------	--

confronto fra aree geografiche e culturali (1).

- Stabilire collegamenti tra le tradizioni culturali locali, nazionali e internazionali, sia in una prospettiva interculturale sia ai fini della mobilità di studio e di lavoro (1)

3. PACKAGING DALLA TECNOLOGIA AL PROGETTO	☒ monodisciplinare ☐ multidisciplinare ☐ di asse/i ☐ di indirizzo ☐ di recupero ☐ di potenziamento ☐ progettuale ☐ di PCTO	Asse scientifico, tecnologico e professionale	Competenze area generale: -Riconoscere gli aspetti geografici, ecologici, territoriali, dell'ambiente naturale ed antropico, le connessioni con le strutture demografiche, economiche, sociali, culturali e le trasformazioni intervenute nel corso del tempo (3) Competenze area professionale: - 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. (4) -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 (5)	Le funzioni del packaging. Tipologie e materiali. Le informazioni obbligatorie Principi di eco-design	Riproduzione fustella cartotecnica e ideazione veste grafica prodotto unbranded.	25	Osservazione sistematica in classe, nei gruppi, nell'esecuzione dei lavori proposti. Verifiche "in itinere". Verifiche orali, pratiche e test scritti relativi a ciascuna U.D
---	---	--	--	---	---	-----------	--

			Competenze asse: -Osservare, descrivere ed analizzare fenomeni appartenenti alla realtà naturale e artificiale e riconoscere nelle sue varie forme i concetti di sistema e di complessità (1)				
--	--	--	---	--	--	--	--

4. PACKAGING DESIGN	☒ monodisciplinare ☐ multidisciplinare ☐ di asse/i ☐ di indirizzo ☐ di recupero ☐ di potenziamento ☐ progettuale ☐ di PCTO	Asse scientifico, tecnologico e professionale	Competenze area generale: -Riconoscere gli aspetti geografici, ecologici, territoriali, dell'ambiente naturale ed antropico, le connessioni con le strutture demografiche, economiche, sociali, culturali e le trasformazioni intervenute nel corso del tempo (3) Competenze area professionale: - 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. (4) Competenze asse: - Essere consapevole delle potenzialità e dei limiti delle tecnologie nel contesto culturale e sociale in cui vengono applicate (3)	Le fasi del progetto. Il progetto: Il progetto tra forma e design Il packaging cartotecnico. L'etichetta. Pack e nuove frontiere della comunicazione	Realizzare una fustella cartotecnica e la sua veste grafica	25	Osservazione sistematica in classe, nei gruppi, nell'esecuzione dei lavori proposti. Verifiche "in itinere". Verifiche orali, pratiche e test scritti relativi a ciascuna U.D
---	---	--	---	---	--	-----------	--

5. LA CAMPAGNA PUBBLICITARIA	☒ monodisciplinare ☐ multidisciplinare ☐ di asse/i ☐ di indirizzo ☐ di recupero ☐ di potenziamento ☐ progettuale ☐ di PCTO	Asse scientifico, tecnologico e professionale Asse Storico Sociale Asse dei linguaggi	Competenze area generale: -Riconoscere gli aspetti geografici, ecologici, territoriali, dell'ambiente naturale ed antropico, le connessioni con le strutture demografiche, economiche, sociali, culturali e le trasformazioni intervenute nel corso del tempo (3) Competenze area professionale: - 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. (4) Competenze asse: - Essere consapevole delle potenzialità e dei limiti delle tecnologie nel contesto culturale e sociale in cui vengono applicate (3) - Comprendere il cambiamento e la diversità dei tempi storici in una dimensione diacronica attraverso il confronto fra epoche e in una dimensione sincronica attraverso il	La comunicazione pubblicitaria La campagna pubblicitaria Le fasi di sviluppo della campagna pubblicitaria Il piano integrato di comunicazione: la copy strategy e il copy brief Verifica dell'efficacia Il problema dell'efficacia Analisi delle diverse tipologie di rilevazione.	Analizzare e realizzare manifesti, annunci e locandine	20	Osservazione sistematica in classe, nei gruppi, nell'esecuzione dei lavori proposti. Verifiche "in itinere". Verifiche orali, pratiche e test scritti relativi a ciascuna U.D
--	---	--	--	---	---	-----------	--

			confronto fra aree geografiche e culturali. (1)				
--	--	--	--	--	--	--	--

6. IL LINGUAGGIO PUBBLICITARIO	☒ monodisciplinare ☐ multidisciplinare ☐ di asse/i ☐ di indirizzo ☐ di recupero ☐ di potenziamento ☐ progettuale ☐ di PCTO	Asse scientifico, tecnologico e professionale Asse dei linguaggi	Competenze area generale: -Utilizzare il patrimonio lessicale ed espressivo della lingua italiana secondo le esigenze comunicative nei vari contesti: sociali, culturali, scientifici, economici, tecnologici e professionali (2) -Padroneggiare l'uso di strumenti tecnologici con particolare attenzione alla sicurezza e alla tutela della salute nei luoghi di lavoro, alla tutela della persona, dell'ambiente e del territorio. (11) Competenze area professionale: - 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. (4) Competenze asse: -Padronanza della lingua italiana (1) -Utilizzare una lingua straniera per i principali scopi comunicativi ed operativi (2)	La creatività Il processo comunicativo Le tecniche creative. Retorica e pubblicità Rapporto tra creatività e retorica	Ideare ed analizzare campagne pubblicitarie	5	Osservazione sistematica in classe, nei gruppi, nell'esecuzione dei lavori proposti. Verifiche "in itinere". Verifiche orali, pratiche e test scritti relativi a ciascuna U.D
---	---	--	---	--	--	----------	--

7. LA COMUNICAZIONE AI TEMPI DEI SOCIAL	☒ monodisciplinare ☐ multidisciplinare ☐ di asse/i ☐ di indirizzo ☐ di recupero ☐ di potenziamento ☐ progettuale ☐ di PCTO	Asse scientifico, tecnologico e professionale Asse dei linguaggi	Competenze area generale: -Utilizzare il patrimonio lessicale ed espressivo della lingua italiana secondo le esigenze comunicative nei vari contesti: sociali, culturali, scientifici, economici, tecnologici e professionali (2) -Utilizzare le reti e gli strumenti informatici nelle attività di studio, ricerca e approfondimento. (8) Competenze area professionale: -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. (5) Competenze asse: -Essere consapevole delle potenzialità e dei limiti delle tecnologie nel contesto culturale e sociale in cui vengono applicate (3)	I social media Internet La pubblicità sui social network	Analizzare criticamente i principali social e le diverse strategie comunicative	5	Osservazione sistematica in classe, nei gruppi, nell'esecuzione dei lavori proposti. Verifiche "in itinere". Verifiche orali, pratiche e test scritti relativi a ciascuna U.D
---	---	--	---	---	--	----------	--

8. ADVERTISING ONLINE	☒ monodisciplinare ☐ multidisciplinare ☐ di asse/i ☐ di indirizzo ☐ di recupero ☐ di potenziamento ☐ progettuale ☐ di PCTO	Asse scientifico, tecnologico e professionale Asse dei linguaggi	Competenze area generale: -Utilizzare il patrimonio lessicale ed espressivo della lingua italiana secondo le esigenze comunicative nei vari contesti: sociali, culturali, scientifici, economici, tecnologici e professionali (2) Competenze area professionale: - 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. (4) Competenze asse: -Utilizzare e produrre testi multimediali (4)	Il nuovo consumatore Tecniche di sviluppo della community Il sito Classificazione GKS Web advertising Mobile advertising Social media marketing	Lavoro di approfondimento sull'advertising online	5	Osservazione sistematica in classe, nei gruppi, nell'esecuzione dei lavori proposti. Verifiche "in itinere". Verifiche orali, pratiche e test scritti relativi a ciascuna U.D
---	---	--	--	--	--	----------	--

9. LA MULTIMEDIALITA' E IL WEB DESIGN	☒ monodisciplinare ☐ multidisciplinare ☐ di asse/i ☐ di indirizzo ☐ di recupero ☐ di potenziamento ☐ progettuale ☐ di PCTO	Asse scientifico, tecnologico e professionale	Competenze area generale: - Utilizzare il patrimonio lessicale ed espressivo della lingua italiana secondo le esigenze comunicative nei vari contesti: sociali, culturali, scientifici, economici, tecnologici e professionali (2) Competenze area professionale: -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. (5) Competenze asse: -Essere consapevole delle potenzialità e dei limiti delle tecnologie nel contesto culturale e sociale in cui vengono applicate (3)	L'editoria multimediale Evoluzione dell'editoria digitale Il web designer La costruzione di un sito web La struttura di una pagina web La web-tipography I colori e le immagini sul web Siti statici e dinamici	Realizzare la veste grafica di un sito web	5	Osservazione sistematica in classe, nei gruppi, nell'esecuzione dei lavori proposti. Verifiche "in itinere". Verifiche orali, pratiche e test scritti relativi a ciascuna U.D
---	---	--	--	---	---	----------	--

10. L'INFOGRAFICA	☒ monodisciplinare ☐ multidisciplinare ☐ di asse/i ☐ di indirizzo ☐ di recupero ☐ di potenziamento ☐ progettuale ☐ di PCTO	Asse scientifico, tecnologico e professionale Asse dei linguaggi	Competenze area generale: -Utilizzare le reti e gli strumenti informatici nelle attività di studio, ricerca e approfondimento. (8) Competenze area professionale: -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. (5) Competenze asse: -Osservare, descrivere ed analizzare fenomeni appartenenti alla realtà naturale e artificiale e riconoscere nelle sue varie forme i concetti di sistema e di complessità (1)	L'infografica: una necessità storica Organizzare la lettura dei dati Strategie di realizzazione Realizzare con Adobe Illustrator diverse tipologie di grafici	Realizzare il cv in forma grafica ed un'infografica su un tema assegnato	20	Osservazione sistematica in classe, nei gruppi, nell'esecuzione dei lavori proposti. Verifiche "in itinere". Verifiche orali, pratiche e test scritti relativi a ciascuna U.D
--	---	---	---	---	---	-----------	--

11. USO DEI SOFTWARE DI SETTORE	☒ monodisciplinare ☐ multidisciplinare ☐ di asse/i ☐ di indirizzo ☐ di recupero ☐ di potenziamento ☐ progettuale ☐ di PCTO	Asse scientifico, tecnologico e professionale	Competenze area generale: -Utilizzare le reti e gli strumenti informatici nelle attività di studio, ricerca e approfondimento. (8) Competenze area professionale: -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. (5) Competenze asse: - Essere consapevole delle potenzialità e dei limiti delle tecnologie nel contesto culturale e sociale in cui vengono applicate (3)	Adobe Illustrator Adobe Photoshop Adobe InDesign	Realizzare elaborati grafici in formato raster e vettoriale	50	Osservazione sistematica in classe, nei gruppi, nell'esecuzione dei lavori proposti. Verifiche "in itinere". Verifiche orali, pratiche e test scritti relativi a ciascuna U.D
---	---	--	--	---	--	-----------	--