



Istituto d'Istruzione Superiore
"V. Floriani"



Via B. Cremagnani, 18 – Vimercate (MB)

Programmazione Didattica Annuale - Docente

Rev: 17/02/2022

A.S.2024/2025

Insegnamento: Economia aziendale

Docente: Elia Elena

Classe: 5 G

Ore sett. d'insegnamento: 2

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 e la comunicazione	☒ monodisciplinare ☐ multidisciplinare ☐ di asse/i ☐ di indirizzo ☐ di recupero ☐ di potenziamento ☐ progettuale	Assi coinvolti: Scientifico-tecnologico, asse dei linguaggi, storico- sociale Insegnamenti: Economia Aziendale	Competenze area generale: Competenza n. 5 Utilizzare i linguaggi settoriali delle lingue straniere previste dai percorsi di studio per interagire in diversi ambiti e contesti di studio e lavoro. Competenza n. 7 Individuare ed utilizzare	- L'analisi del consumatore: modelli di comportamento - La segmentazione del mercato - Il marketing mix	Realizzare e pianificare una campagna di marketing	22 ore	Breve colloquio o verifica scritta

	☐ di PCTO	le moderne forme di comunicazione visiva e multimediale anche con riferimento alle strategie espressive e agli strumenti tecnici della comunicazione in rete. Competenza n. 10 Comprendere e utilizzare i principali concetti relativi all'economia, all'organizzazione, allo svolgimento dei processi produttivi e dei servizi.	- Il web marketing - L'e-commerce - La comunicazione con la clientela: gli strumenti di relazione - La comunicazione pubblicitaria			
--	----------------------------------	---	---	--	--	--

			Competenze area professionale: Collaborare alla realizzazione di azioni di marketing strategico ed operativo, all'analisi dei mercati, all'avalutazione 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 Competenze asse: Scientifico-tecnologico, asse dei linguaggi, storico-sociale				
2. La comunicazione della marca	☒ monodisciplinare ☐ multidisciplinare ☐ di asse/i ☐ di indirizzo ☐ di recupero ☐ di potenziamento ☐ progettuale ☐ di PCTO	Assi coinvolti: tecnico professionali Insegnamenti: Economia	Competenze area generale: Competenza n. 5 Utilizzare i linguaggi settoriali delle lingue straniere previste dai percorsi di studio per interagire in diversi ambiti e contesti di studio e lavoro. Competenza n. 7 Individuare ed utilizzare le moderne forme di comunicazione visiva e multimediale anche con riferimento alle strategie espressive e agli strumenti tecnici della comunicazione in rete. Competenza n. 10 Comprendere e utilizzare i principali concetti relativi all'economia, all'organizzazione,	- La costruzione dell'immagine aziendale - Il marchio e la marca - Il valore della marca - Strategie di sviluppo del brand - Il nome del brand - Loghi e simboli - Un tipo particolare di simboli: i personaggi	Saper sviluppare strategie di sviluppo della marca	24 ore	Breve colloquio o verifica scritta

			allo svolgimento dei processi produttivi e dei servizi. Competenza 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 Competenza asse: Tecnico professionali	- il packaging - il co-branding - Il licensing o merchandising - Le fiere				
--	--	--	--	---	--	--	--	--

3. Il neuromarketing etico	☒ monodisciplinare ☐ multidisciplinare ☐ di asse/i ☐ di indirizzo ☐ di recupero ☐ di potenziamento ☐ progettuale ☐ di PCTO	Assi coinvolti: tecnico professionali Insegnamenti: Economia	Competenze area generale: Competenza n. 5 Utilizzare i linguaggi settoriali delle lingue straniere previste dai percorsi di studio per interagire in diversi ambiti e contesti di studio e lavoro. Competenza n. 7 Individuare ed utilizzare le moderne forme di comunicazione visiva e multimediale anche con riferimento alle strategie espressive e agli strumenti tecnici della comunicazione in rete. Competenza n. 10 Comprendere e utilizzare i principali concetti relativi all'economia, all'organizzazione, allo svolgimento dei processi produttivi e dei servizi. Competenza 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 Competenza asse: tecnico professionali	- Neuroscienze come approccio etico al marketing e alla comunicazione - Neuromarketing e neurobranding - Neurobrand strategy e prodotto cognitivo	Saper applicare modelli strategici con una visione moderna, umana ed etica del lavoro.	20 ore	Breve colloquio o verifica scritta
----------------------------	--	---	---	---	--	--------	------------------------------------