

I.I.S. "PAOLO FRISI"

Via Otranto angolo Cittadini, 1 - 20157 - MILANO

www.ipsfrisi.it

PROGRAMMAZIONE DIDATTICA DISCIPLINARE DI

Tecniche di Comunicazione

Anno Scolastico: 2014-2015

CLASSI 4e - Servizi per l'Enogastronomia art. Accoglienza Turistica CORSI: H-R

DOCENTI :

SERGI -CALABRESE

COMPETENZE	ABILITÀ	CONOSCENZE
<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>Individuare gli elementi della comunicazione.</p> <p>Riconoscere i segni della comunicazione.</p> <p>Individuare la relazione tra comunicazione e interpretazione.</p> <p>Riconoscere il rapporto tra comportamento e comunicazione.</p> <p>Riconoscere i linguaggi verbale, para-verbale e non verbale.</p>	<p>I PRINCIPI DELLA COMUNICAZIONE (UDA 1)</p> <p>Cosa vuole dire comunicare.</p> <p>Le basi della Comunicazione.</p> <p>Segni e simboli.</p> <p>Percezione e interpretazione dei messaggi.</p> <p>Comportamento e comunicazione.</p> <p>La comunicazione verbale.</p> <p>La comunicazione para-verbale.</p> <p>La comunicazione non-verbale.</p>
<p>Utilizzare le tecniche di promozione, vendita, commercializzazione, assistenza, informazione e intermediazione (turistico-alberghiera).</p>	<p>Riconoscere gli elementi del Marketing.</p> <p>Individuare i modelli di comportamento dei consumatori.</p> <p>Individuare i segmenti di mercato.</p> <p>Riconoscere le politiche di Marketing Mix.</p>	<p>II Marketing (UDA 2)</p> <p>Concetti generali.</p> <p>L'analisi del consumatore.</p> <p>La segmentazione del mercato.</p> <p>Il Marketing mix.</p>

<p>Integrare le competenze professionali orientate al cliente con quelle linguistiche, utilizzando le tecniche di comunicazione e relazione per ottimizzare la qualità del servizio e il coordinamento con i colleghi.</p> <p>Redigere relazioni tecniche e documentare le attività individuali e di gruppo relative a situazioni professionali.</p>	<p>Riconoscere procedure di comunicazione efficaci per la promozione di prodotti turistici in relazione al contesto e ai destinatari.</p> <p>Utilizzare tecniche di comunicazione, con particolare attenzione agli strumenti digitali.</p> <p>Promuovere la vendita di pacchetti turistici per valorizzare il territorio e i suoi prodotti enogastronomici.</p> <p>Promuovere la vendita di pacchetti turistici in relazione alle caratteristiche della clientela.</p> <p>Utilizzare le tecniche di marketing nella comunicazione dei servizi/prodotti turistici.</p>	<p>Il Web Marketing (UDA 3).*</p> <p>Il consumatore 2.0.</p> <p>Concetti generali di web marketing.</p> <p>L'E-commerce.</p> <p>Il sito web.</p> <p>L'analisi delle performance di un sito.</p> <p>La comunicazione in azienda (UDA 4).*</p> <p>L'importanza di comunicare.</p> <p>La comunicazione aziendale.</p> <p>La comunicazione all'interno di una impresa.</p> <p>La comunicazione esterna.</p> <p>La comunicazione con i clienti.</p> <p>Il coordinamento dell'immagine.</p> <p>Il catalogo.</p> <p>Il menù.</p> <p>L'insegna e la segnaletica.</p> <p>I reclami.</p>
--	---	--

		<p>Il direct marketing (UDA 5).</p> <p>Gli obiettivi del marketing di relazione.</p> <p>Gli strumenti del direct marketing.</p> <p>Il database.</p> <p>Il telemarketing.</p> <p>Il customer relationship management.</p> <p><u>*(Anche in lingua straniera ove erogati moduli CLIL).</u></p>
--	--	---

MODALITÀ DI LAVORO	Barrare le caselle
Lezione frontale	X
Lezione con esperti	
Lezione multimediale	X
Lezione pratica	X
Problem solving	X
Metodo induttivo	X
Lavoro di gruppo	X
Discussione guidata	X
Simulazione	X
Esercitazione	X
Studio individuale	X
Visite didattiche	X

Viaggi d'istruzione	X
---------------------	---

STRUMENTI DI LAVORO	Barrare le caselle
Manuale	X
Laboratorio multimediale	X
Laboratorio linguistico	X
Lavagna	X
L.I.M.	X
Registratore	
Appunti	X
Carte geografiche	X
Video	X
Palestra	
Fotocopie	X

STRUMENTI DI VERIFICA	Barrare le caselle
Colloquio	X
Interrogazione breve	X
Risposte dal posto	X
Prova in laboratorio	X
Prova pratica	X
Prova strutturata	X
Prova semi-strutturata	X
Relazione	X
Esercizi	X
Compito scritto	X
Compito assegnato a casa	X

Simulazioni	X
-------------	---

VERIFICHE 1° QUADRIMESTRE: Pratiche n° 2

VERIFICHE 2° QUADRIMESTRE: Pratiche n° 2

Tipologia di voto da indicare nello statino: U (UNICO)

OBIETTIVI GENERALI MINIMI DA RAGGIUNGERE AL TERMINE DELL'ANNO SCOLASTICO

Al termine del **quarto anno** per la disciplina **Tecniche di Comunicazione**, sono attesi i seguenti risultati:

- 1) relativi al profilo educativo, culturale e professionale: riconoscere nell'evoluzione dei processi dei servizi, le componenti culturali, sociali, economiche e tecnologiche che li caratterizzano, in riferimento ai diversi contesti, locali e globali; cogliere criticamente i mutamenti culturali, sociali, economici e tecnologici che influiscono sull'evoluzione dei bisogni e sull'innovazione dei processi di servizio;
- 2) essere sensibili alle differenze di cultura e di atteggiamento dei destinatari, al fine di fornire un servizio il più possibile personalizzato;
- 3) sviluppare ed esprimere le proprie qualità di relazione, comunicazione, ascolto, cooperazione e senso di responsabilità nell'esercizio del proprio ruolo;
- 4) svolgere la propria attività operando in équipe e integrando le proprie competenze con le altre figure professionali, al fine di erogare un servizio di qualità; contribuire a soddisfare le esigenze del destinatario, nell'osservanza degli aspetti deontologici del servizio.

CRITERI DI VALUTAZIONE

Le verifiche scritte, pratiche ed orali saranno somministrate e valutate secondo i criteri deliberati dal Collegio dei Docenti e contenuti nel POF del corrente anno scolastico.

Tutte le verifiche scritte saranno corredate da una griglia di valutazione.

Per il quarto anno di corso non sono previsti moduli di programmazione pluridisciplinare.

Milano, 20 settembre 2014

IL COORDINATORE

Prof. Loris Alessandro FATO