

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 5 - Servizi per l'Enogastronomia art. Accoglienza Turistica CORSO: H

DOCENTI :

SERGI -CALABRESE

COMPETENZE	ABILITÀ	CONOSCENZE
<p>Interagire nell'aria della gestione commerciale per le attività relative al mercato e finalizzati al raggiungimento della custode satisfaction.</p> <p>Utilizzare le tecniche di promozione, vendita, commercializzazione, assistenza, informazione e intermediazione turistico-alberghiera.</p>	<p>Riconoscere e distinguere gli eventi interni ed esterni all'impresa.</p> <p>Individuare gli elementi della pianificazione.</p> <p>Selezionare i luoghi in base alla tipologia dell'evento.</p> <p>Individuare le voci di spesa.</p> <p>Realizzare un evento.</p> <p>Riconoscere i cambiamenti avvenuti nella pubblicità nel corso degli anni.</p> <p>Individuare i mezzi di comunicazione di massa per messaggi pubblicitari.</p> <p>Individuare e riconoscere le caratteristiche delle affissioni, del manifesto e del volantino.</p> <p>Realizzare semplici volantini e manifesti pubblicitari.</p> <p>Individuare le caratteristiche della pubblicità sul web.</p> <p>Individuare e riconoscere gli elementi di una campagna pubblicitaria.</p>	<p>COMUNICARE CON GLI EVENTI (UDA 1)</p> <p>Cosa si intende per evento.</p> <p>La pianificazione.</p> <p>Scegliere la sede dell'evento.</p> <p>Promuovere un evento.</p> <p>COMUNICARE CON LA PUBBLICITÀ (UDA 2)</p> <p>La Pubblicità e la sua storia.</p> <p>I mezzi di comunicazione pubblicitaria.</p> <p>Affissioni e cartellonistica.</p> <p>Il manifesto pubblicitario e il volantino.</p> <p>La pubblicità sul web.</p> <p>Le tipologie di pubblicità.</p> <p>I contenuti di una campagna pubblicitaria.</p>

<p>Utilizzare le tecniche di promozione, vendita, commercializzazione, assistenza, informazione e intermediazione turistico-alberghiera.</p> <p>Adeguare la produzione e la vendita dei servizi di accoglienza e ospitalità turistica in relazione alla richiesta dei mercati e della clientela.</p> <p>Promuovere e gestire i servizi di accoglienza turistico-alberghiera anche attraverso la progettazione dei servizi turistici per valorizzare le risorse ambientali, storico-artistiche, culturali ed enogastronomiche del territorio.</p>	<p>Individuare le caratteristiche del marketing mix.</p> <p>Redigere un semplice piano di comunicazione.</p> <p>Redigere un semplice piano di marketing.</p> <p>Individuare le caratteristiche del marketing turistico pubblico.</p> <p>Individuare le caratteristiche del marketing di una destinazione turistica.</p>	<p>IL MARKETING MIX DELLE IMPRESE TURISTICHE (UDA 3)</p> <p>Il marketing delle imprese turistiche.</p> <p>Il piano di comunicazione.</p> <p>Il marketing plan.</p> <p>IL MARKETING TURISTICO INTEGRATO (UDA 4)</p> <p>Il marketing turistico pubblico.</p> <p>Il marketing della destinazione turistica.</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 **quinto 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