**ASSE SCIENTIFICO-TECNOLOGICO**

**SERVIZI PROMOZIONE COMMERCIALE E PUBBLICITARIA**

**SECONDO BIENNIO**

**(terzo anno)**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **competenze** | **abilità/** **capacità** | **conoscenze** | **discipline concorrenti** |
| **ST1 Osservare, descrivere ed analizzare fenomeni appartenenti alla realtà naturale e artificiale e riconoscere nelle sue varie forme i concetti di sistema e di complessità****ST2 Individuare le tendenze dei mercati locali, nazionali e internazionali.****ST3 Essere consapevole delle potenzialità delle tecnologie rispetto al contesto culturale e sociale in cui vengono applicate****ST4 Interagire nel sistema azienda riconoscerne gli elementi fondamentali, i diversi modelli di organizzazione e di funzionamento****ST5 Interagire nell’area della gestione commerciale per le attivita’ relative al mercato e finalizzate al raggiungimento della customer satisfaction.****ST6 Interagire col sistema informativo aziendale anche attraverso l’uso di strumenti informatici e telematici.****ST7 Individuare e comprendere i movimenti artistici locali, nazionali ed Internazionali****ST8 Interagire nei contesti produttivi del settore utilizzando tecniche e strumentazioni adeguate.** | Organizzare e rappresentare i dati raccoltiIndividuare, con la guida del docente, una possibile interpretazione dei dati in base a semplici modelliPresentare i risultati dell’analisiUtilizzare classificazioni, generalizzazioni e/o schemi logici per riconoscere il modello di riferimentoAdottare semplici progetti per la risoluzione di problemi praticiUtilizzare le funzioni di base dei software più comuni per produrre testi e comunicazioni multimediali, calcolare e rappresentare dati, disegnare, catalogare informazioni, cercare informazioni e comunicare in reteContribuire alla realizzazione di attività nell’area marketingUtilizzare strumenti informatici e programmi applicativi di settoreOrganizzare eventi promozionaliUtilizzare tecniche di relazione e comunicazione commerciale, secondo le esigenze del territorio e delle corrispondenti declinazioniOperare in equipe e integrare le proprie competenze con le altre figure professionali per erogare un servizio di qualità Riconoscere il ruolo della tecnologia nella vita quotidiana e nell’economia della societàSaper cogliere le interazioni tra esigenze di vita e processi tecnologici | Concetto di sistema e di complessitàAgenzia pubblicitaria in rete, figure professionali e strutture di supportoPrincipali strumenti e tecniche di misurazione.Concetto di misura e sua approssimazione.Il colore nelle varie applicazioni.Schemi, tabelle e grafici.Studio dei linguaggi orali e scritti, dalle origini sino ai tempi nostri.Classificazione e struttura dei caratteri da stampa.Strutture concettuali di base del sapere tecnologicoEvoluzione storica dei media e tecniche dei medium.Sequenza delle operazioni da effettuare.Fasi di un processo tecnologico (sequenza delle operazioni: dall’“idea” al “prodotto”). Metodologie progettuali, principi compositivi, regole immaginative e funzioni comunicative.Concetto di input-output di un sistema artificiale.Mass media e new media.Elementi del mktg e relativa pianificazione progettuale.Struttura di Internet.Ipertestualità, interattività, ipermedialità.Operazioni specifiche di base di alcuni dei programmi applicativi più comuni.Utilizzo dei principali programmi software | Tecnica professionale dei servizi commerciali Economia AziendaleTecniche della Comunicazione |

**(quarto anno)**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **competenze** | **abilità/** **capacità** | **conoscenze** | **discipline concorrenti** |
| **ST1 Osservare, descrivere ed analizzare fenomeni appartenenti alla realtà naturale e artificiale e riconoscere nelle sue varie forme i concetti di sistema e di complessità****ST2 Individuare le tendenze dei mercati locali, nazionali e internazionali****ST3 Essere consapevole delle potenzialità delle tecnologie rispetto al contesto culturale e sociale in cui vengono applicate****ST4 Interagire nel sistema azienda riconoscerne gli elementi fondamentali, i diversi modelli di organizzazione e di funzionamento****ST4 Interagire nell’area della gestione commerciale per le attività relative al mercato e finalizzate al raggiungimento della customer satisfaction.****ST5** I**nteragire col sistema informativo aziendale anche attraverso l’uso****di strumenti informatici e telematici.****ST6 Individuare e comprendere i movimenti artistici locali, nazionali ed****Internazionali****ST7 Interagire nei contesti produttivi del settore utilizzando tecniche e strumentazioni adeguate.** | Organizzare e rappresentare i dati raccolti.Presentare i risultati dell’analisiIndividuare, con la guida del docente, una possibile interpretazione dei dati in base a semplici modelliUtilizzare classificazioni, generalizzazioni e/o schemi logici per riconoscere il modello di riferimentoAdottare semplici progetti per la risoluzione di problemi praticiContribuire alla realizzazione di attività nell’area marketingUtilizzare strumenti informatici e programmi applicativi di settore.Utilizzare le funzioni di base dei software più comuni per produrre testi e comunicazioni multimediali, calcolare e rappresentare dati, disegnare, catalogare informazioni, cercare informazioni e comunicare in rete.Organizzare eventi promozionali.Utilizzare tecniche di relazione e comunicazione commerciale, secondo le esigenze del territorio e delle corrispondenti declinazioniComunicare in almeno due lingue straniere con una corretta utilizzazione della terminologia di settore.Operare in equipe e integrare le proprie competenze con le altre figure professionali per erogare un servizio di qualità.Riconoscere il ruolo della tecnologia nella vita quotidiana e nell’economia della società.Saper cogliere le interazioni tra esigenze di vita e processi tecnologici | Strutture concettuali di base del sapere tecnologico.Acquisizioni sulla visione e percezione cromatica.Gestione dell’immagine in base ai diversi ambiti di rappresentazione.Principali strumenti e tecniche di misurazioneClassificazione, corpo, struttura e correzioni ottiche dei caratteri da stampaSchemi, tabelle e graficiConcetto di input-output di un sistema artificiale.Elementi del mktg e relativa pianificazione progettuale.Il metodo della progettazione.Sequenza delle operazioni da effettuare.Fasi di un processo tecnologico (sequenza delle operazioni: dall’“idea” al “prodotto”)Metodologie progettuali, principi compositivi, regole immaginative e funzioni comunicativeStruttura di Internet.Evoluzione storica dei media, tecniche dei medium e nuove tecnologieUtilizzo dei principali programmi software | Tecnica professionale dei servizi commercialiEconomia AziendaleTecniche della Comunicazione |