**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 raccolti  Individuare, con la guida del docente, una possibile interpretazione dei dati in base a semplici modelli  Presentare i risultati dell’analisi  Utilizzare classificazioni, generalizzazioni e/o schemi logici per riconoscere il modello di riferimento  Adottare semplici progetti per la risoluzione di problemi pratici  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  Contribuire alla realizzazione di attività nell’area marketing  Utilizzare strumenti informatici e programmi applicativi di settore  Organizzare eventi promozionali  Utilizzare tecniche di relazione e comunicazione commerciale, secondo le esigenze del territorio e delle corrispondenti declinazioni  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 | Concetto di sistema e di complessità  Agenzia pubblicitaria in rete, figure professionali e strutture di supporto  Principali 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 tecnologico  Evoluzione 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 Aziendale  Tecniche 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’analisi  Individuare, con la guida del docente, una possibile interpretazione dei dati in base a semplici modelli  Utilizzare classificazioni, generalizzazioni e/o schemi logici per riconoscere il modello di riferimento  Adottare semplici progetti per la risoluzione di problemi pratici  Contribuire alla realizzazione di attività nell’area marketing  Utilizzare 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 declinazioni  Comunicare 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 misurazione  Classificazione, corpo, struttura e correzioni ottiche dei caratteri da stampa  Schemi, tabelle e grafici  Concetto 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 comunicative  Struttura di Internet.  Evoluzione storica dei media, tecniche dei medium e nuove tecnologie  Utilizzo dei principali programmi software | Tecnica professionale dei servizi commerciali  Economia Aziendale  Tecniche della Comunicazione |