

**ISTITUTO DI ISTRUZIONE SUPERIORE "P.LEVI" di SAREZZO**  
**CURRICOLO DI ISTITUTO**

<b>INDIRIZZO PROFESSIONALE SERVIZI COMMERCIALI</b>	<b>DISCIPLINA</b> <b>TECNICHE DELLA COMUNICAZIONE</b>	<b>ANNO DI RIFERIMENTO</b> <b>QUINTO ANNO</b>
	1-Competenza alfabetica funzionale 5-Competenza personale, sociale e capacità di imparare ad imparare 6-Competenza in materia di cittadinanza 7-Competenza imprenditoriale 8-Competenza in materia di consapevolezza ed espressioni culturali	
<b>Fonti di legittimazione</b>		
<b>ASSE DI RIFERIMENTO</b>	<b>STORICO-SOCIALE</b>	

<b>INDIRIZZO PROFESSIONALE SERVIZI COMMERCIALI</b>	<b>DISCIPLINA  TECNICHE DELLA COMUNICAZIONE</b>	<b>ANNO DI RIFERIMENTO  QUINTO ANNO</b>
<b>COMPETENZE IN USCITA</b>	<p>1- Agire in riferimento ad un sistema di valori, coerenti con i principi della Costituzione, in base ai quali essere in grado di valutare fatti e orientare i propri comportamenti personali, sociali e professionali.</p> <p>2 - Utilizzare il patrimonio lessicale ed espressivo della lingua Italiana secondo le esigenze comunicative vari contesti: sociali, culturali, scientifici ed economici, tecnologici e professionali</p> <p>4- Collaborare, nell'area della funzione commerciale, alla realizzazione delle azioni di fidelizzazione della clientela, anche tenendo conto delle tendenze artistiche e culturali locali, nazionali e internazionali, contribuendo alla gestione dei rapporti con i fornitori e i clienti, anche internazionali, secondo principi di sostenibilità economico-sociale legati alle relazioni commerciali.</p> <p>5- 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.</p>	

**COMPETENZE INTERMEDIE**

- 1- Agire in base ai principi della Costituzione
- 2- Collaborare alla realizzazione di azioni di fidelizzazione della clientela.
- 3- Utilizzare il patrimonio lessicale ed espressivo della lingua Italiana secondo le varie esigenze comunicative
- 4- Conoscere le tecniche e gli strumenti di progettazione e composizione editoriale e/o visiva per la comunicazione aziendale.
- 5- Utilizzare tecniche di relazione, di comunicazione e di promozione commerciale
- 6- Collaborare nell'area della funzione commerciale anche con fornitori e clienti stranieri, tenendo conto del patrimonio artistico-culturale nazionale e locale
7. Prendere consapevolezza della comunicazione e del fattore umano come elementi di qualità strategici nel sistema aziendale.
8. Prendere coscienza dell'azienda come sistema di comunicazione sociale.
- 9- Aver consapevolezza di dover utilizzare un lessico appropriato secondo le esigenze comunicative del contesto lavorativo di riferimento
- 10- Individuare strategie appropriate per la partecipazione attiva al processo di reclutamento sia come candidato, sia come reclutatore

**ABILITA'**

1. Acquisire la consapevolezza del rapporto esistente fra interiorità e dinamiche relazionali
2. Conoscere i fattori interni ed esterni che influenzano le comunicazioni e le relazioni
3. Analizzare gli stili comunicativi interpersonali e i fattori che rendono efficace una comunicazione interpersonale
4. Saper utilizzare tecniche per migliorare il proprio stile comunicativo
5. 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
6. Saper osservare le relazioni all'interno di un team
7. Saper stabilire costruttive relazioni con colleghi e superiori
8. Individuare e utilizzare gli strumenti più appropriati per intervenire nei contesti professionali di riferimento
9. Utilizzare i mezzi della comunicazione in funzione degli obiettivi della committenza e del target
10. Sviluppare casi aziendali e progetti realizzabili sul territorio
11. Conoscere come lavora un'agenzia pubblicitaria e sapersi relazionare alle diverse figure professionali presenti
12. Saper mettere in campo competenze strategico-gestionali e creative per contribuire alla realizzazione di una campagna pubblicitaria

<p><b>CONOSCENZE</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>13. Saper riconoscere l'importanza dell'esistenza di regole deontologiche e di un Codice di autodisciplina a livello di comunicazione commerciale</li> <li>14. Analizzare campagne di comunicazione e pubblicitarie nazionali e internazionali</li> <li>15. Scegliere prodotti di comunicazione in base a criteri di coerenza con le strategie di marketing, efficacia comunicativa ed interattività a favore dell'immagine aziendale, per la promozione delle vendite, finalizzate al raggiungimento della customer satisfaction</li> <li>16. Utilizzare le strategie di comunicazione per affrontare un colloquio di lavoro e di selezione</li> </ol> <ol style="list-style-type: none"> <li>1- Le Life skills</li> <li>2- Gli stili comunicativi</li> <li>3- Strategie di problem solving: la teoria dei sei cappelli</li> <li>4- Valori, credenze, pensieri irrazionali</li> <li>5- Norme sociali, regole relazionali diversità culturali</li> <li>6- Il team work: le condizioni di efficacia, gli stadi di sviluppo, l'intelligenza collettiva, le abilità sociali</li> <li>7- Il fattore umano in azienda: taylorismo, la teoria di Mayo, le teorie motivazionali, le ricerche di Herzberg, le teorie del rinforzo positivo e della leadership</li> <li>8- Customer satisfaction e qualità totale</li> <li>9- Il burnout</li> <li>10- Il mobbing</li> <li>11- La tecnica dello brainstorming</li> <li>12- Le comunicazioni interne all'azienda.</li> <li>13- Le Public Relations: immagine aziendale, il brand e gli strumenti delle public relations</li> <li>14- Il linguaggio del marketing</li> <li>15- Il marketing strategico: fasi, ricerche di mercato, analisi SWOT, la mission, la segmentazione del mercato e il posizionamento</li> <li>16- Il marketing mix</li> <li>17- La pianificazione strategica di una campagna pubblicitaria: fasi e figure professionali</li> <li>18- La tipologia dei prodotti pubblicitari</li> <li>19- il Curriculum vitae, il colloquio di lavoro</li> </ol>
--------------------------	--

	<p><b>OBIETTIVI MINIMI</b></p>
--	--------------------------------



## COMPETENZE INTERMEDIE

- 1- Agire in base ai principi della Costituzione
- 2- Conoscere azioni di fidelizzazione della clientela.
- 3- Utilizzare il patrimonio lessicale ed espressivo della lingua Italiana secondo le varie esigenze comunicative
- 4- Conoscere alcune tecniche e strumenti per la comunicazione aziendale.
- 5- Utilizzare tecniche di relazione, di comunicazione e di promozione commerciale
- 6-.Prendere consapevolezza della comunicazione e del fattore umano come elementi di qualità strategici nel sistema aziendale
- 8.Prendere coscienza dell'azienda come sistema di comunicazione sociale.
- 9-Aver consapevolezza di dover utilizzare un lessico appropriato secondo le esigenze comunicative del contesto lavorativo di riferimento
- 10- Individuare strategie appropriate per la partecipazione attiva al processo di reclutamento sia come candidato, sia come reclutatore

## ABILITA'

- 1.Acquisire la consapevolezza del rapporto esistente fra interiorità e dinamiche relazionali
- 2.Conoscere i fattori interni ed esterni che influenzano le comunicazioni e le relazioni
- 3.Analizzare gli stili comunicativi interpersonali e i fattori che rendono efficace una comunicazione interpersonale
- 4.Saper utilizzare tecniche per migliorare il proprio stile comunicativo
- 5.Saper osservare le relazioni all'interno di un team
- 6.Saper stabilire costruttive relazioni con colleghi e superiori
- 7.Individuare e utilizzare gli strumenti più appropriati per intervenire nei contesti professionali di riferimento
- 8.Utilizzare i mezzi della comunicazione in funzione degli obiettivi della committenza e del target
- 9.Conoscere come lavora un'agenzia pubblicitaria e sapersi relazionare alle diverse figure professionali presenti
- 10.Saper riconoscere l'importanza dell'esistenza di regole deontologiche e di un Codice di autodisciplina a livello di comunicazione commerciale
- 11.Analizzare campagne di comunicazione e pubblicitarie nazionali e internazionali
- 12.Scegliere prodotti di comunicazione in base a criteri di coerenza con le strategie di marketing, efficacia comunicativa ed interattività a favore dell'immagine aziendale, per la promozione delle vendite, finalizzate al raggiungimento della customer satisfaction
- 13.Utilizzare le strategie di comunicazione per affrontare un colloquio di lavoro e di selezione

- 1-Le Life skills
- 2-Gli stili comunicativi
- 3-Strategie di problem solving: la teoria dei sei cappelli

**CONOSCENZE**

- 4-Valori, credenze, pensieri irrazionali
- 5-Norme sociali, regole relazionali diversità culturali
- 6-Il team work
- 7-Il fattore umano in azienda: conoscenze di alcune teorie
- 8-Customer satisfaction e qualità totale
- 9-Il burnout
- 10-Il mobbing
- 11-La tecnica dello brainstorming
- 12-Le comunicazioni interne all'azienda.
- 13-Alcuni strumenti delle Public Relations
- 14-Il linguaggio del marketing
- 15-Il marketing strategico
- 16-Il marketing mix
- 17-La pianificazione strategica di una campagna pubblicitaria: fasi e figure professionali
- 18-La tipologia dei prodotti pubblicitari
- 19-il Curriculum vitae, il colloquio di lavoro