

ISTRUZIONE PROFESSIONALE

SETTORE SERVIZI

Indirizzo “Servizi Commerciali”

L'indirizzo “*Servizi Commerciali*” ha lo scopo di far acquisire allo studente, a conclusione del percorso quinquennale, competenze professionali che gli consentono di supportare operativamente le aziende sia nella gestione dei processi amministrativi e commerciali, sia nell'attività di promozione delle vendite; in tali competenze rientrano anche quelle riguardanti la promozione dell'immagine aziendale attraverso l'utilizzo delle diverse tipologie di strumenti di comunicazione, compresi quelli grafici e pubblicitari. Le competenze sono declinate per consentire allo studente l'opportunità di operare con una visione organica e di sistema all'interno di un'azienda, affinando la professionalità di base con approfondimenti in uno dei tre ambiti di riferimento che caratterizzano l'indirizzo di studi.

L'identità dell'indirizzo tiene conto, inoltre, delle differenti connotazioni che assumono oggi i servizi commerciali, sia per le dimensioni e le tipologie delle strutture aziendali, sia per le diverse esigenze delle filiere di riferimento. L'indirizzo consente, poi, di sviluppare percorsi flessibili e favorire l'orientamento dei giovani rispetto alle personali vocazioni professionali.

Le competenze acquisite si riferiscono, pertanto, ad una base comune relativa al sistema aziendale e ad approfondimenti orientati a professionalità specifiche in uno dei tre ambiti di riferimento: servizi commerciali, servizi turistici, servizi della comunicazione. In questa ottica le discipline, sia dell'area di istruzione generale sia di indirizzo, possono assumere caratteristiche funzionali alle scelte dell'ambito di riferimento operate dalle singole istituzioni scolastiche, che, inoltre, possono utilizzare gli spazi di flessibilità previsti per adeguare l'offerta formativa alle esigenze del territorio sulla base delle esperienze maturate e delle risorse professionali disponibili.

Ambito Commerciale

All'interno del profilo professionale di riferimento, tale ambito tende a sviluppare competenze che orientano lo studente nel contesto economico sociale generale e territoriale, declinate per operare con una visione organica e di sistema all'interno dell'azienda, di sviluppare una professionalità di base ben strutturata e flessibile nell'area economico aziendale, con la possibilità di attivare approfondimenti in relazione alla tipologia del territorio ed alla richiesta delle aziende.

Ambito Turistico

All'interno del profilo professionale di riferimento, tale ambito tende a sviluppare competenze che orientano lo studente nel settore del turismo per la valorizzazione del territorio. Il sistema turistico assume un crescente rilievo anche nella dimensione locale per la realizzazione di un vero e proprio sistema territoriale e rispondere efficacemente alle esigenze sempre più complesse della clientela, elaborando progetti e soluzioni personalizzati.

Ambito Comunicazione

All'interno del profilo professionale di riferimento, tale ambito tende a sviluppare competenze nel settore della promozione commerciale e delle connesse attività di comunicazione pubblicitaria. Le competenze di ambito, in termini di conoscenze e abilità, si caratterizzano anche per la progettazione di differenti tipologie di prodotti e servizi pubblicitari.

Attività e insegnamenti dell'indirizzo Servizi Commerciali

Disciplina: **TECNICHE PROFESSIONALI DEI SERVIZI COMMERCIALI**

Il docente di "Tecniche professionali dei servizi commerciali" concorre a far conseguire allo studente, al termine del percorso quinquennale, i seguenti risultati di apprendimento, relativi al profilo educativo, culturale e professionale: *utilizzare le reti e gli strumenti informatici nelle attività di studio, ricerca e approfondimento disciplinare; essere sensibili alle differenze di cultura e di atteggiamento dei destinatari, al fine di fornire un servizio il più possibile personalizzato; sviluppare ed esprimere le proprie qualità di relazione, comunicazione, ascolto, cooperazione e senso di responsabilità nell'esercizio del proprio ruolo; 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; padroneggiare l'uso di strumenti tecnologici con particolare attenzione alla sicurezza nei luoghi di vita e di lavoro, alla tutela della persona, dell'ambiente e del territorio.*

Secondo biennio e quinto anno

I risultati di apprendimento sopra riportati in esito al percorso quinquennale costituiscono il riferimento delle attività didattiche della disciplina nel secondo biennio e nel quinto anno. La disciplina, nell'ambito della programmazione del Consiglio di classe, concorre in particolare al raggiungimento dei seguenti risultati di apprendimento, relativi all'indirizzo, espressi in termini di competenze:

- **individuare le tendenze dei mercati locali, nazionali e internazionali**
- **interagire nel sistema azienda e riconoscere i diversi modelli di strutture organizzative aziendali**
- **svolgere attività connesse all'attuazione delle rilevazioni aziendali con l'utilizzo di strumenti tecnologici e software applicativi di settore**
- **contribuire alla realizzazione dell'amministrazione delle risorse umane con riferimento alla gestione delle paghe, al trattamento di fine rapporto ed ai connessi adempimenti previsti dalla normativa vigente**
- **interagire nell'area della logistica e della gestione del magazzino con particolare attenzione alla relativa contabilità**
- **interagire nell'area della gestione commerciale per le attività relative al mercato e finalizzate al raggiungimento della *customer satisfaction***
- **partecipare ad attività dell'area *marketing* ed alla realizzazione di prodotti pubblicitari**
- **realizzare attività tipiche del settore turistico e funzionali all'organizzazione di servizi per la valorizzazione del territorio e per la promozione di eventi**
- **applicare gli strumenti e i sistemi aziendali di controllo di qualità e analizzare i risultati**
- **interagire col sistema informativo aziendale anche attraverso l'uso di strumenti informatici e telematici**
- **utilizzare i principali concetti relativi all'economia e all'organizzazione dei processi produttivi e dei servizi**
- **applicare le metodologie e le tecniche della gestione per progetti**
- **redigere relazioni tecniche e documentare le attività individuali e di gruppo relative a situazioni professionali**
- **analizzare il valore, i limiti e i rischi delle varie soluzioni tecniche per la vita sociale e culturale con particolare attenzione alla sicurezza nei luoghi di vita e di lavoro, alla tutela della persona, dell'ambiente e del territorio**

La didattica laboratoriale favorisce lo sviluppo delle competenze nell'intero percorso formativo. Nel quinto anno, in particolare, la risoluzione di casi e l'organizzazione di progetti in collaborazione con il territorio e con le imprese del settore, contribuisce all'orientamento degli studenti nella prospettiva della transizione al mondo del lavoro o dell'acquisizione di ulteriori specializzazioni o titoli di studio a livello post secondario.

L'articolazione dell'insegnamento di "Tecniche professionali dei servizi commerciali" in conoscenze e abilità è di seguito indicata quale orientamento per la progettazione didattica del docente in relazione alle scelte compiute nell'ambito della programmazione collegiale del Consiglio di classe.

Secondo biennio

| Conoscenze | Abilità |
|--|--|
| Forme giuridiche delle imprese e concetto economico-giuridico di imprenditore. | Individuare le forme giuridiche aziendali funzionali all'idea imprenditoriale. |
| Fabbisogno finanziario e fonti di finanziamento aziendale. | Individuare le fonti di finanziamento adeguate alle esigenze aziendali. |
| Gestione economica e patrimoniale. | |
| Operazioni di costituzione e gestione dell'impresa. | Individuare gli elementi che costituiscono il patrimonio d'impresa. |

| | |
|---|--|
| <p>Organizzazione e funzioni del sistema informativo aziendale.</p> <p>Tecniche di gestione degli acquisti, vendite e scorte di magazzino.</p> <p>Sistema informativo aziendale.</p> <p>Comunicazione in azienda: aspetti interni ed esterni.</p> <p>Strategie di marketing.</p> <p>Sistema della qualità.</p> <p>Software specifico di settore.</p> <p>Lessico di settore in lingua inglese.</p> | <p>Individuare gli elementi che concorrono alla definizione del risultato economico d'impresa.</p> <p>Contribuire alla realizzazione delle attività funzionali alle diverse fasi della vita aziendale.</p> <p>Operare nel sistema informativo aziendale.</p> <p>Individuare gli effetti delle strategie di marketing sul mercato.</p> <p>Individuare le attività connesse al processi di acquisto, vendita e logistica.</p> <p>Individuare le specificità dell'e-commerce.</p> <p>Utilizzare le tecniche di comunicazione aziendale .</p> <p>Applicare le procedure della customer satisfaction .</p> <p>Applicare le norme e le procedure ISO di riferimento.</p> <p>Utilizzare software specifico di settore.</p> <p>Utilizzare il lessico di settore in lingua inglese.</p> |
| <p>Ambiti di approfondimento</p> | <p>Ambiti di approfondimento</p> |
| <p><u>Servizi Commerciali</u></p> | <p><u>Servizi Commerciali</u></p> |
| <p>Patrimonio d'azienda.</p> <p>Reddito d'esercizio.</p> <p>Strategie e tecniche di marketing.</p> <p>Commercializzazione e distribuzione dei beni e dei servizi prodotti.</p> <p>Contabilità generale.</p> <p>Contabilità del personale.</p> <p>Normative nazionali e comunitarie di settore relative alla sicurezza e alla tutela ambientale.</p> | <p>Classificare gli elementi del patrimonio .</p> <p>Individuare le relazioni tra attività, passività e patrimonio netto.</p> <p>Applicare i principi della valutazione anche ai fini fiscali e redigere la documentazione di riferimento.</p> <p>Analizzare contabilmente le operazioni aziendali e rilevarle nei sottosistemi contabili .</p> <p>Analizzare i costi significativi relativi a tipologie di imprese opportunamente individuate.</p> <p>Calcolare il risultato economico d'esercizio di una impresa.</p> <p>Utilizzare le leve di marketing.</p> <p>Determinare il prezzo di acquisto dei prodotti/servizi.</p> <p>Elaborare i documenti amministrativi e contabili connessi all'attività di acquisto, vendita e logistica.</p> <p>Elaborare i documenti amministrativi e contabili riferiti alla gestione del personale.</p> <p>Elaborare i documenti relativi ai rapporti con l'amministrazione finanziaria, gli istituti previdenziali e assistenziali.</p> <p>Applicare la normativa per la sicurezza in relazione al contesto operativo.</p> |
| <p><u>Servizi del Turismo</u></p> | <p><u>Servizi del Turismo</u></p> |
| <p>Vocazioni turistiche del territorio italiano.</p> <p>Tipologia e servizi delle imprese turistiche e ricettive.</p> <p>Modalità di gestione delle imprese turistiche.</p> <p>Software di settore.</p> <p>Strategie e tecniche della comunicazione pubblicitaria.</p> <p>Strategie e tecniche di marketing di settore.</p> <p>Politica dei prezzi nelle imprese turistiche.</p> | <p>Riconoscere le potenzialità offerte dal mercato locale, nazionale e internazionale nell'ambito turistico.</p> <p>Individuare le diverse tipologie di imprese turistiche e ricettive, riconoscerne gli elementi costitutivi e gli aspetti strutturali.</p> <p>Redigere documenti contabili riferiti al servizio turistico.</p> <p>Rilevare le operazioni tipiche di un'impresa turistica.</p> <p>Applicare il regime fiscale delle imprese turistiche.</p> <p>Individuare gli elementi caratteristici di una situazione patrimoniale e di un conto economico di un'impresa turistica.</p> <p>Determinare i prezzi di acquisto dei prodotti/servizi, utilizzando le</p> |

| | |
|---|---|
| <p>Normative nazionali e comunitarie di settore relative alla sicurezza e alla tutela ambientale.</p> <p>Servizi della Comunicazione</p> <p>Strategie, tecniche e modelli della comunicazione pubblicitaria .</p> <p>Tecniche di web marketing .</p> <p>Tecniche di promozione aziendale .</p> <p>Tecniche di progettazione visiva per la comunicazione pubblicitaria.</p> <p>Normative nazionali e comunitarie di settore relative alla sicurezza e alla tutela ambientale.</p> | <p>politiche dei prezzi adeguate al contesto.</p> <p>Applicare la normativa per la sicurezza in relazione al contesto operativo.</p> <p>Utilizzare software specifici di settore.</p> <p>Servizi della Comunicazione</p> <p>Analizzare la comunicazione pubblicitaria relativa a prodotti/servizi sui media tradizionali e sul web.</p> <p>Individuare il modello comunicativo in funzione della committenza e degli obiettivi.</p> <p>Applicare le tecniche di marketing al servizio/prodotto turistico.</p> <p>Riconoscere le interconnessioni tra web marketing e nuove strategie di comunicazione e vendita di prodotti turistici.</p> <p>Applicare le metodologie di elaborazione dei prezzi turistici in funzione degli obiettivi dell'impresa.</p> <p>Predisporre prodotti/servizi turistici in riferimento alle richieste di mercato.</p> <p>Analizzare la comunicazione pubblicitaria relativa a prodotti/servizi sui media tradizionali e sul web.</p> <p>Riconoscere obiettivi, target e focus target di riferimento per attività di promozione e comunicazione pubblicitaria.</p> <p>Partecipare alla elaborazione di azioni pubblicitarie .</p> <p>Partecipare alla progettazione di materiali pubblicitari di tipologia diversa.</p> <p>Utilizzare tecniche di progettazione per realizzare messaggi pubblicitari a stampa e audiovisivi.</p> <p>Applicare la normativa per la sicurezza in relazione al contesto operativo.</p> |
| Quinto anno | |
| <p style="text-align: center;">Conoscenze</p> <p>Strategie aziendali, <i>vision e mission</i> dell'azienda.</p> <p>Elementi del bilancio d'esercizio.</p> <p>Tipologie di imposte.</p> <p>Principi e strumenti per la costruzione di un Business Plan.</p> <p>Ambiti di approfondimento</p> <p>Servizi commerciali</p> <p>Pianificazione strategica .</p> <p>Programmazione aziendale.</p> <p>Funzione e tipologie di budget.</p> <p>Ruolo e significato del bilancio d'esercizio</p> <p>Imposte sul reddito d'impresa</p> <p>Strategie di marketing</p> | <p style="text-align: center;">Abilità</p> <p>Identificare la strategia di una azienda attraverso <i>vision e mission</i>.</p> <p>Interpretare gli elementi significativi di un Bilancio di esercizio</p> <p>Applicare le principali imposte.</p> <p>Riconoscere un Business plan riferito a semplici realtà imprenditoriali.</p> <p>Elaborare progetti sviluppati in collaborazione con il territorio.</p> <p>Ambiti di approfondimento</p> <p>Servizi commerciali</p> <p>Riconoscere il ruolo della programmazione aziendale nella definizione degli obiettivi operativi di una impresa.</p> <p>Contribuire alla redazione di un Business plan per verificare la fattibilità dell'idea imprenditoriale.</p> <p>Identificare le diverse tipologie di budget e riconoscerne la funzione nella programmazione aziendale.</p> <p>Contribuire alla redazione di un budget.</p> <p>Contribuire alla redazione di un bilancio d'esercizio ed analizzarne i risultati.</p> <p>Calcolare e interpretare gli indici di bilancio.</p> <p>Applicare le principali di imposte.</p> <p>Collaborare alla predisposizione di piani di marketing strategico.</p> |

| | |
|---|---|
| <p>Servizi del Turismo</p> <p>Mercato turistico territoriale. Servizi turistici e ricettivi. Tecniche di customer satisfaction e strategie comunicative. Strategie di marketing.</p> <p>Servizi della comunicazione</p> <p>Strategie per la diffusione dell'immagine aziendale. Tecniche di packaging e commercializzazione dei prodotti. Siti principali per la promozione di prodotti e servizi aziendali.</p> | <p>Servizi del Turismo</p> <p>Individuare le tendenze del mercato turistico ed il sistema di offerta del territorio attraverso la ricerca delle fonti informative e l'applicazione delle tecniche di elaborazione delle informazioni. Elaborare pacchetti turistici funzionali alle richieste di mercato. Utilizzare tecniche e strategie di marketing delle imprese turistiche, con particolare attenzione alla customer care ed alla customer satisfaction. Collaborare alla predisposizione di piani di marketing strategico.</p> <p>Servizi della comunicazione</p> <p>Valorizzare l'immagine aziendale attraverso tecniche strategiche diversificate. Collaborare alla realizzazione di allestimenti e imballaggi di prodotti. Progettare comunicazioni pubblicitarie con l'utilizzo di marchi aziendali. Promuovere e comunicare attività e prodotti aziendali in manifestazioni nazionali ed internazionali.</p> |
|---|---|

Disciplina: **SECONDA LINGUA STRANIERA**

Il docente di “Seconda lingua straniera” concorre a far conseguire allo studente, al termine del percorso quinquennale, i risultati di apprendimento relativi al profilo educativo, culturale e professionale: *stabilire collegamenti tra le tradizioni culturali locali, nazionali ed internazionali sia in una prospettiva interculturale sia ai fini della mobilità di studio e di lavoro; utilizzare i linguaggi settoriali delle lingue straniere previste dai percorsi di studio per interagire in diversi ambiti e contesti di studio e di lavoro; utilizzare le reti e gli strumenti informatici nelle attività di studio, ricerca e approfondimento disciplinare.*

Secondo biennio e quinto anno

I risultati di apprendimento sopra riportati in esito al percorso quinquennale costituiscono il riferimento delle attività didattiche della disciplina nel secondo biennio e quinto anno. La disciplina, nell’ambito della programmazione del Consiglio di classe, concorre in particolare al raggiungimento dei seguenti risultati di apprendimento, relativi all’indirizzo, espressi in termini di competenza:

- **padroneggiare la lingua inglese e, ove prevista, un’altra lingua comunitaria, per scopi comunicativi e utilizzare i linguaggi settoriali relativi ai percorsi di studio, per interagire in diversi ambiti e contesti professionali, al livello B2 del quadro comune europeo di riferimento per le lingue (QCER)**
- **individuare e utilizzare gli strumenti di comunicazione e di team working più appropriati per intervenire nei contesti organizzativi e professionali di riferimento**
- **redigere relazioni tecniche e documentare le attività individuali e di gruppo relative a situazioni professionali**
- **partecipare ad attività dell’area marketing e alla realizzazione di prodotti pubblicitari**
- **realizzare attività tipiche del settore turistico e funzionali all’organizzazione di servizi per la valorizzazione del territorio e per la promozione di eventi**

Il docente della “Seconda lingua straniera” nella propria azione didattica ed educativa crea situazioni di apprendimento tali da consentire allo studente di raggiungere i livelli di autonomia e padronanza attesi per l’intero percorso, in continuità con il biennio e le competenze dell’obbligo, che vengono sviluppate e approfondite.

L’acquisizione progressiva dei linguaggi settoriali è guidata dal docente con opportuni raccordi con le altre discipline, linguistiche e d’indirizzo, con opportuni approfondimenti sul lessico specifico. A tale scopo, gli studenti utilizzano gli strumenti multimediali e digitali per realizzare attività comunicative riferite ai diversi contesti di studio e di lavoro, in particolare al settore commerciale

L’articolazione dell’insegnamento di “Seconda lingua straniera” in conoscenze e abilità è di seguito indicata quale orientamento per la progettazione didattica del docente in relazione alle scelte compiute nell’ambito della programmazione del Consiglio di classe.

Secondo biennio

| Conoscenze | Abilità |
|---|--|
| <p>Aspetti comunicativi, socio-linguistici e paralinguistici della interazione e della produzione orale in relazione al contesto e agli interlocutori.</p> <p>Strategie compensative nell’interazione orale.</p> <p>Strutture morfosintattiche, ritmo e intonazione della frase adeguate al contesto comunicativo.</p> <p>Strategie per la comprensione globale e selettiva di testi relativamente complessi, scritti, orali e multimediali.</p> <p>Caratteristiche delle principali tipologie testuali, comprese quelle tecnico-professionali; fattori di coerenza e coesione del discorso.</p> <p>Lessico e fraseologia idiomatica frequenti relativi ad argomenti comuni di interesse generale, di studio, di lavoro; varietà espressive e di registro.</p> <p>Tecniche d’uso dei dizionari, anche settoriali, multimediali e in rete.</p> <p>Aspetti socio-culturali della lingua e dei Paesi in cui è parlata.</p> | <p>Interagire in brevi conversazioni su argomenti familiari inerenti la sfera personale e sociale, lo studio o il lavoro, utilizzando anche strategie compensative.</p> <p>Identificare e utilizzare le strutture linguistiche ricorrenti nelle principali tipologie testuali, anche a carattere professionale, scritte, orali o multimediali</p> <p>Utilizzare appropriate strategie ai fini della comprensione di brevi testi relativamente complessi, riguardanti argomenti di interesse personale, d’attualità o il settore d’indirizzo.</p> <p>Produrre testi brevi, semplici e coerenti per esprimere impressioni, opinioni, intenzioni e descrivere esperienze ed eventi di interesse personale, d’attualità o di lavoro.</p> <p>Utilizzare lessico ed espressioni di base per esprimere bisogni concreti della vita quotidiana, narrare esperienze e descrivere avvenimenti e progetti.</p> <p>Utilizzare i dizionari mono e bilingui, compresi quelli multimediali, ai fini di una scelta lessicale adeguata al contesto.</p> <p>Riconoscere la dimensione culturale e interculturale della</p> |

| | |
|---|---|
| | lingua. |
| Quinto anno | |
| Conoscenze | Abilità |
| <p>Aspetti socio-linguistici e paralinguistici della comunicazione, in relazione ai contesti di studio e di lavoro tipici del settore dei servizi commerciali.</p> <p>Strategie di esposizione orale e d'interazione in contesti di studio e di lavoro, anche formali.</p> <p>Strutture morfosintattiche adeguate alle tipologie testuali e ai contesti d'uso, in particolare professionali.</p> <p>Strategie di comprensione di testi relativamente complessi riguardanti argomenti socio-culturali, riferiti in particolare al settore di indirizzo.</p> <p>Modalità di produzione di testi comunicativi relativamente complessi, scritti e/o orali, continui e non continui, anche con l'ausilio di strumenti multimediali e per la fruizione in rete.</p> <p>Lessico e fraseologia convenzionale per affrontare situazioni sociali e di lavoro; varietà di registro e di contesto.</p> <p>Lessico e fraseologia di settore codificati da organismi internazionali.</p> <p>Aspetti socio-culturali della lingua e dei Paesi in cui è parlata, con particolare riferimento all'organizzazione del sistema dei servizi commerciali.</p> <p>Modalità e problemi basilari della traduzione di testi tecnici.</p> | <p>Esprimere e argomentare le proprie opinioni con relativa spontaneità nell'interazione anche con madrelingua su argomenti generali, di studio o di lavoro.</p> <p>Utilizzare strategie nell'interazione e nell'esposizione orale in relazione agli elementi di contesto.</p> <p>Comprendere testi orali in lingua standard, anche estesi, riguardanti argomenti noti d'attualità, di studio e lavoro, cogliendone le idee principali ed elementi di dettaglio.</p> <p>Comprendere globalmente, utilizzando appropriate strategie, messaggi radio-televisivi e brevi filmati divulgativi tecnico-scientifici di settore.</p> <p>Comprendere idee principali, dettagli e punto di vista in testi scritti relativamente complessi riguardanti argomenti di attualità, di studio e di lavoro</p> <p>Utilizzare le principali tipologie testuali, anche tecnico-professionali, rispettando le costanti che le caratterizzano.</p> <p>Produrre testi scritti e orali coerenti e coesi, anche tecnico professionali, riguardanti esperienze, situazioni e processi relativi al settore dei servizi commerciali.</p> <p>Utilizzare il lessico del settore dei servizi commerciali, compresa la nomenclatura internazionale codificata.</p> <p>Trasporre in lingua italiana brevi testi scritti nella lingua comunitaria relativi all'ambito di studio e di lavoro e viceversa.</p> <p>Riconoscere la dimensione culturale della lingua ai fini della mediazione linguistica e della comunicazione interculturale.</p> |

Disciplina: **Diritto/Economia**

Il docente di "Diritto/Economia" concorre a far conseguire allo studente, al termine del percorso quinquennale, i seguenti risultati di apprendimento relativi al profilo educativo, culturale e professionale: *utilizzare le reti e gli strumenti informatici nelle attività di studio, ricerca e approfondimento disciplinare; comprendere e utilizzare i principali concetti relativi all'economia, all'organizzazione, allo svolgimento dei processi produttivi e dei servizi; essere sensibili alle differenze di cultura e di atteggiamento dei destinatari, al fine di fornire un servizio il più possibile personalizzato; 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; applicare le normative che disciplinano i processi dei servizi, con riferimento alla riservatezza, alla sicurezza e salute sui luoghi di vita e di lavoro, alla tutela e alla valorizzazione dell'ambiente e del territorio.*

Secondo biennio e quinto anno

I risultati di apprendimento sopra riportati in esito al percorso quinquennale costituiscono il riferimento delle attività didattiche della disciplina nel secondo biennio e nel quinto anno. Il docente, nell'ambito della programmazione del Consiglio di classe, concorre inoltre al raggiungimento di competenze comuni del settore servizi e specifiche dell'indirizzo commerciale, in particolare:

- **individuare le tendenze dei mercati locali, nazionali e internazionali**
- **interagire nel sistema azienda e riconoscere i diversi modelli di strutture organizzative aziendali**
- **svolgere attività connesse all'attuazione delle rilevazioni aziendali con l'utilizzo di strumenti tecnologici e software applicativi di settore**
- **contribuire alla realizzazione dell'amministrazione delle risorse umane con riferimento alla gestione delle paghe, al trattamento di fine rapporto ed ai connessi adempimenti previsti dalla normativa vigente**
- **interagire nell'area della gestione commerciale per le attività relative al mercato e finalizzate al raggiungimento della *customer satisfaction***
- **partecipare ad attività dell'area *marketing* ed alla realizzazione di prodotti pubblicitari**
- **realizzare attività tipiche del settore turistico e funzionali all'organizzazione di servizi per la valorizzazione del territorio e per la promozione di eventi**
- **applicare gli strumenti dei sistemi aziendali di controllo di qualità e analizzare i risultati**

La didattica laboratoriale favorisce lo sviluppo delle competenze nell'intero percorso formativo. Nel quinto anno, in particolare, la risoluzione di casi e l'organizzazione di progetti in collaborazione con il territorio e con le imprese del settore, contribuisce all'orientamento degli studenti nella prospettiva della transizione al mondo del lavoro o dell'acquisizione di ulteriori specializzazioni o titoli di studio a livello post secondario

L'articolazione dell'insegnamento di "Diritto ed Economia" in conoscenze e abilità è di seguito indicata quale orientamento per la progettazione didattica del docente in relazione alle scelte compiute nell'ambito della programmazione collegiale del Consiglio di classe.

Secondo biennio

| Conoscenze | Abilità |
|---|---|
| Mercato e mercati settoriali. | Riconoscere le specificità dei singoli mercati . |
| Documenti della contabilità nazionale . | Riconoscere gli elementi che influenzano la determinazione del prezzo. |
| Funzioni della Moneta . | Individuare le funzioni della moneta. |
| Commercio internazionale e globalizzazione del mercato. | Riconoscere gli elementi che determinano il mercato della moneta , le cause e gli effetti dell'inflazione e della deflazione. |
| Fattori e processi di crescita economica e sviluppo sostenibile. | Reperire e interpretare i dati della contabilità nazionale cogliendo le relazioni tra grandezze macroeconomiche. |
| Diritti reali e diritti di obbligazione. | Individuare le cause della internazionalizzazione dell'economia e coglierne le opportunità e i rischi per le imprese. |
| Tipologie dei contratti. | Individuare fattori e processi dello sviluppo sostenibile. |
| Concetti di illecito civile e responsabilità. | Riconoscere le tipologie contrattuali e gli obblighi connessi . |
| Impresa individuale ed impresa collettiva. | Distinguere contenuto e caratteri dei diversi diritti patrimoniali. |
| Strumenti di finanziamento dell'impresa e tipologie contrattuali. | Identificare i diversi strumenti di garanzia del credito . |
| Norme di tutela del consumatore. | |

| | |
|--|---|
| <p>Ambiti di approfondimento</p> <p><u>Servizi commerciali</u></p> <p>Impresa, ambiente e territorio: economie e diseconomie della produzione.</p> <p>Funzioni e servizi di Banche e Borsa e Assicurazioni.</p> <p>Rapporti monetari internazionali, politiche di cambio e bilancia dei pagamenti.</p> <p>I cicli economici e le politiche economiche.</p> <p>Disciplina giuridica di contratti di impresa e di lavoro.</p> <p>Procedure alternative di risoluzione del contenzioso con clienti e lavoratori.</p> <p><u>Servizi del turismo</u></p> <p>Ruolo di Regioni, Province, Comuni, Stato ed Enti pubblici non territoriali in materia di turismo.</p> <p>Fonti nazionali e comunitarie della legislazione turistica.</p> <p>Imprese turistiche e professioni turistiche.</p> <p>Tipologie di contratti del settore turistico.</p> <p>Prodotti e servizi turistici nel mercato nazionale e internazionale.</p> <p><u>Servizi della comunicazione</u></p> <p>Forme giuridiche e servizi delle agenzie di pubblicità e di comunicazione.</p> <p>Tutela del marchio aziendale.</p> <p>Diritti di privati e loro tutela nella comunicazione</p> | <p>Individuare le conseguenze dell'inadempimento e del fatto illecito.</p> <p>Utilizzare le fonti giuridiche relative all'attività, agli scambi ed agli adempimenti dell'impresa .</p> <p>Individuare la forma giuridica ed organizzativa più appropriata al progetto d'impresa.</p> <p>Correlare le modalità di finanziamento alle esigenze aziendali.</p> <p>Ambiti di approfondimento</p> <p><u>Servizi commerciali</u></p> <p>Analizzare la funzione di produzione riconoscendo le relazioni tra l'andamento dei costi e quello dei ricavi.</p> <p>Individuare aspetti positivi e negativi i dell'esternalizzazione della produzione.</p> <p>Descrivere le funzioni di banche, borsa e assicurazioni nel sistema economico.</p> <p>Comprendere gli effetti economici prodotti dalle oscillazioni nel cambio della valuta e dallo squilibrio nella bilancia dei pagamenti.</p> <p>Individuare gli effetti e il meccanismo d'azione delle politiche anticicliche.</p> <p>Individuare nella disciplina giuridica dei singoli contratti la norma da applicare al caso proposto.</p> <p>Distinguere gli aspetti sociali, giuridici, economici del rapporto di lavoro.</p> <p>Individuare i soggetti e le procedure per la composizione giudiziale ed extragiudiziale delle controversie nell'ambito dei rapporti d'impresa con clienti e lavoratori.</p> <p><u>Servizi del turismo</u></p> <p>Distinguere le attribuzioni di competenza istituzionale nel settore turistico.</p> <p>Individuare la normativa di settore.</p> <p>Riconoscere ruoli e funzioni di imprese e professioni nella filiera turistica.</p> <p>Identificare gli adempimenti necessari per avviare attività turistiche e ricettive.</p> <p>Distinguere contenuto e finalità dei contratti di settore.</p> <p>Individuare le norme giuridiche che regolano i contratti d'albergo, di trasporto, di intermediazione, di produzione di servizi ed applicarle per l'elaborazione di casi aziendali o in contesti di simulazione.</p> <p>Distinguere gli elementi che compongono il prodotto turistico.</p> <p>Individuare i fattori che influenzano la domanda turistica e applicare strategie per favorirla.</p> <p><u>Servizi della comunicazione</u></p> <p>Individuare forme giuridiche delle agenzie di pubblicità e di comunicazione in relazione ai servizi offerti</p> <p>Individuare requisiti e modalità di tutela e di cessione del</p> |
|--|---|

| | |
|---|---|
| <p>Concorrenza e pubblicità</p> <p>Contratti di prestazione d'opera intellettuale pubblicità, marketing, sponsorizzazione, <i>testimonial</i>, merchandising, cessione del diritto d'autore., licenza del marchio</p> <p>Tipologie dei contratti in ambito comunicativo e pubblicitario</p> | <p>marchio aziendale</p> <p>Individuare le tutele normative delle espressioni di creazione intellettuale e artistica</p> <p>Distinguere, anche utilizzando la metodologia dei casi o della simulazione, i diversi tipi di pubblicità in rapporto al codice di autodisciplina pubblicitaria</p> <p>Distinguere contenuto e finalità dei diversi contratti</p> <p>Individuare le norme giuridiche di riferimento nei diversi contratti</p> |
| Quinto anno | |
| <p style="text-align: center;">Conoscenze</p> <p>Fonti nazionali ed internazionali di informazione economica.</p> <p>Normativa in materia di salute e sicurezza sui luoghi di lavoro e di tutela della privacy.</p> <p>Software di settore.</p> | <p style="text-align: center;">Abilità</p> <p>Individuare i documenti economici funzionali all'acquisizione di informazioni sulle tendenze dei mercati di riferimento</p> <p>Individuare tra le diverse forme contrattuali tipiche ed atipiche quelle più appropriata alla soluzione di casi</p> <p>Analizzare situazioni contrattuali reali problematiche ed individuare le possibili soluzioni</p> <p>Utilizzare strumenti informatici nella gestione dei documenti aziendali</p> <p>Individuare le figure preposte alla sicurezza e descrivere le loro funzioni</p> <p>Individuare le regole a tutela della riservatezza nella soluzione di casi riferiti a settori lavorativi significativi</p> <p>Applicare le conoscenze giuridiche ed economiche per l'analisi e la risoluzione di casi</p> |

Disciplina: **TECNICHE DI COMUNICAZIONE**

Il docente di “Tecniche di Comunicazione” concorre a far conseguire allo studente, al termine del percorso quinquennale, i seguenti risultati di apprendimento, relativi al profilo educativo, culturale e professionale: *utilizzare il patrimonio lessicale ed espressivo della lingua italiana secondo le esigenze comunicative nei vari contesti: sociali, culturali, scientifici, economici, tecnologici, stabilire collegamenti tra le tradizioni culturali locali, nazionali ed internazionali, sia in una prospettiva interculturale sia ai fini della mobilità di studio e di lavoro; cogliere criticamente i mutamenti culturali, sociali, economici e tecnologici che influiscono sull'evoluzione dei bisogni e sull'innovazione dei processi di servizio; essere sensibili alle differenze di cultura e di atteggiamento dei destinatari, al fine di fornire un servizio il più possibile personalizzato; sviluppare ed esprimere le proprie qualità di relazione, comunicazione, ascolto, cooperazione e senso di responsabilità nell'esercizio del proprio ruolo; padroneggiare l'uso di strumenti tecnologici con particolare attenzione alla sicurezza nei luoghi di vita e di lavoro, alla tutela della persona, dell'ambiente e del territorio.*

Secondo biennio e quinto anno

I risultati di apprendimento sopra riportati in esito al percorso quinquennale costituiscono il riferimento delle attività didattiche della disciplina nel secondo biennio e nel quinto anno. La disciplina, nell'ambito della programmazione del Consiglio di classe, concorre in particolare al raggiungimento dei seguenti risultati di apprendimento, relativi all'indirizzo, espressi in termini di competenze:

- **interagire nel sistema azienda e riconoscere i diversi modelli di strutture organizzative aziendali;**
- **svolgere attività connesse all'attuazione delle rilevazioni aziendali con l'utilizzo di strumenti tecnologici e software applicativi di settore**
- **interagire nell'area della gestione commerciale per le attività relative al mercato e finalizzate al raggiungimento della *customer satisfaction***
- **partecipare ad attività dell'area *marketing* ed alla realizzazione di prodotti pubblicitari**
- **interagire col sistema informativo aziendale anche attraverso l'uso di strumenti informatici e telematici**
- **utilizzare e produrre strumenti di comunicazione visiva e multimediale, anche con riferimento alle strategie espressive e agli strumenti tecnici della comunicazione in rete**
- **applicare le metodologie e le tecniche della gestione per progetti**
- **individuare e utilizzare gli strumenti di comunicazione e di *team working* più appropriati per intervenire nei contesti organizzativi e professionali di riferimento**

L'integrazione della disciplina con “Tecniche professionali dei servizi commerciali” concorre a completare gli apprendimenti, all'interno dell'indirizzo di riferimento.

La didattica laboratoriale favorisce lo sviluppo delle competenze nell'intero percorso formativo. Nel quinto anno, in particolare, la risoluzione di casi e l'organizzazione di progetti in collaborazione con il territorio e con le imprese del settore, contribuisce all'orientamento degli studenti nella prospettiva della transizione al mondo del lavoro o dell'acquisizione di ulteriori specializzazioni o titoli di studio a livello post secondario

L'articolazione dell'insegnamento di “Tecniche di comunicazione” in conoscenze e abilità è di seguito indicata quale orientamento per la progettazione didattica del docente in relazione alle scelte compiute nell'ambito della programmazione collegiale del Consiglio di classe.

Secondo biennio

| Conoscenze | Abilità |
|--|--|
| Struttura e codici dei processi comunicativi. | Riconoscere ed interpretare tecniche e strategie della comunicazione verbale e non verbale al fine di ottimizzare l'interazione comunicativa |
| Tecniche e strategie nella comunicazione audiovisiva. | Riconoscere le potenzialità della comunicazione a stampa e audiovisiva |
| Mezzi, strumenti e metodi delle comunicazioni di massa. | Individuare i fattori interni ed esterni che influenzano la percezione, l'attenzione e la memorizzazione delle informazioni |
| Processi comunicativi e target di riferimento. | Individuare linguaggi funzionali ai contesti comunicativi e alla sicurezza |
| Modelli comunicativi e linguaggi dei media tradizionali e dei <i>new media</i> . | Interpretare dati su stili di vita e comportamenti dei consumatori per individuare bisogni, gusti e abitudini di persone e gruppi sociali |
| Comunicazione pubblicitaria. | Analizzare e interpretare messaggi di comunicazione visiva e pubblicitaria |
| Software per la gestione di testi e immagini. | Utilizzare software per elaborare testi e immagini funzionali alla comunicazione |
| Sicurezza nella comunicazione pubblicitaria | |

Quinto anno

| Conoscenze | Abilità |
|--|---|
| Dinamiche sociali e tecniche di comunicazione individuale e di gruppo | Individuare le strategie di comunicazione dell'immagine aziendale |
| Tecniche di fidelizzazione della clientela | Individuare le tecniche per la fidelizzazione del cliente |
| Strutture dei processi e comunicativi con riferimento ai caratteri dei singoli media | Individuare strategie per la promozione delle vendite |
| Criteri e metodi per la definizione e progettazione di campagne pubblicitarie | Utilizzare il linguaggio visivo in funzione del target di clienti e della tipologia del messaggio |
| Lessico di settore in lingua inglese. | Realizzare prodotti a stampa e audiovisivi per la comunicazione pubblicitaria |
| | Individuare attrezzature idonee alla realizzazione di un prodotto pubblicitario |
| | Utilizzare il software di settore per la realizzazione di prodotti pubblicitari |
| | Intervenire nella realizzazione di un piano di comunicazione aziendale o di campagne pubblicitarie. |
| | Sviluppare casi aziendali e progetti in collaborazione con il territorio |
| | Utilizzare il lessico di settore in lingua inglese |