



Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca

Ufficio Scolastico Regionale per la Campania

ISTITUTO ISTRUZIONE SUPERIORE “E.FERRARI”

Istituto Professionale per i servizi per l'Enogastronomia e l'Ospitalità Alberghiera cod. mecc. SARH02901B

Istituto Professionale per l'Industria e l'Artigianato cod. mecc. SARI02901V

Istituto Tecnico settore tecnologico - Agraria, Agroalimentare e Agroindustria cod. mecc. SATF02901Q

Via Rosa Jemma, 301 - 84091 BATTIPAGLIA - tel. 0828370560 - fax 0828370651 - C.F.: 91008360652 - Codice Mecc. SAIS029007

Internet: www.ipsiaferrari.it - post.cert. SAIS029007@pec.istruzione.it

PROGRAMMAZIONE EDUCATIVO – DIDATTICA CLASSE V B ACC. TUR. ANNO SCOLASTICO 2021/2022

DISCIPLINA: TECNICA DI COMUNICAZIONE E RELAZIONE

DOCENTE: RUSSO MARGHERITA

LIBRO DI TESTO: STRATEGIE VINCENTI NELLA COMUNICAZIONE TURISTICA

Di P. Boccia e C. Izzo Ed. Simone per la scuola,

CARATTERISTICHE DELLA CLASSE

La classe si presenta eterogenea dal punto di vista dell'estrazione sociale e delle competenze cognitive precedentemente acquisite. Gli alunni sono interessati ad apprendere e desiderosi di ampliare le proprie conoscenze con curiosità viva e crescente, rispettano le regole condivise; mostrano buona motivazione allo studio, sono sempre partecipi al dialogo educativo, collaborano tra loro e mostrano interesse per la disciplina trattata. Lavorano e si impegnano nello studio.

Dagli elementi di giudizio finora raccolti si delinea un quadro complessivo della classe che evidenzia:

| | |
|---|-------------|
| Un livello cognitivo globale di ingresso | Accettabile |
| Un possesso di abilità trasversali minime | Adeguito |
| Un clima educativo della classe | Buono |

LE FINALITA' DELLA DISCIPLINA

Il Piano di Lavoro è articolato in unità didattiche di apprendimento per rendere più snella ed efficace sia la fase di trattazione che quella di verifica dell'avvenuta assimilazione degli argomenti affrontati.

STRUTTURAZIONE U.D.A.

U.D.A.1: LA RICERCA DI MERCATO E LE TECNICHE DI MARKETING

(Ottobre-Dicembre)

Finalità: Familiarizzare con le principali attività di marketing per conoscere il ciclo di vita di un prodotto e i comportamenti dell'acquirente.

| COMPETENZE | ABILITA'/CAPACITA' | CONOSCENZE |
|--|--|--|
| Conoscere le principali tecniche di analisi del mercato per orientare le scelte operative. | Conoscere il territorio di riferimento. | Le ricerche di mercato. |
| Saper individuare i bisogni del consumatore. | Individuare le tecniche più idonee alla promozione/vendita di un prodotto. | Le politiche di marketing operativo. |
| Utilizzare il linguaggio tecnico – scientifico adeguato al contesto lavorativo. | Saper coniugare le conoscenze teoriche acquisite con l'esigenza del turista. | Obiettivi, attività e tecniche di marketing. |

U.D.A. 2: PROCEDURA E MODALITA' DI VENDITA DEI PACCHETTI TURISTICI IN RELAZIONE ALLA CARATTERISTICA DELLA CLIENTELA

(Gennaio-Febbraio)

Finalita': Saper individuare le caratteristiche di una campagna pubblicitaria.

| COMPETENZE | ABILITA'/CAPACITA' | CONOSCENZE |
|--|--|--|
| Utilizzare modalità di vendita dei pacchetti turistici personalizzati. | Riconoscere i diversi elementi che entrano in gioco nel processo comunicativo. | Il messaggio pubblicitario e l'advertising. |
| Riconoscere procedure di comunicazione efficaci. | Applicare gli aspetti teorici della comunicazione alle relazioni quotidiane e professionali | Individuare il target group nell'ambito dei pacchetti turistici. |
| Facilitare la comunicazione nel settore turistico conoscendo le caratteristiche della clientela. | Riconoscere gli elementi che devono contraddistinguere una comunicazione efficace nell'ambito della professione. | I metodi di stanziamento del budget ottimale. |
| | | La presentazione dei pacchetti turistici in pubblico. |

U.D.A.3: TECNICHE DI MARKETING TURISTICO-ALBERGHIERO
(Marzo-Aprile)

Finalità: Conoscere le competenze dell'operatore turistico e imparare a presentarsi

| COMPETENZE | ABILITA'/CAPACITA' | CONOSCENZE |
|---|---|--|
| Saper utilizzare le competenze comunicative per promuovere pacchetti turistici. | Riconoscere procedure di comunicazione efficaci per la promozione di prodotti turistici in relazione al contesto e al destinatario. | Le caratteristiche del marketing dei servizi. |
| Presentare se stessi e il proprio profilo professionale. | Promuovere la vendita dei pacchetti turistici per valorizzare il territorio e i suoi prodotti. | L'impresa turistico alberghiera. Il profilo dell'operatore nel settore turistico. |

U.D.A. 4: STRATEGIE DI COMUNICAZIONE E PUBBLICIZZAZIONE ORIENTATE AL CLIENTE (Maggio)

Finalità: Saper definire le strategie di comunicazione e pubblicità

| COMPETENZE | ABILITA'/CAPACITA' | CONOSCENZE |
|---|---|---|
| Utilizzare tecniche di comunicazione, con particolare attenzione agli strumenti digitali. | Riconoscere procedure di comunicazione efficaci per la promozione di prodotti turistici in relazione al contesto e al destinatario. | Tecniche di promozione turistico – alberghiero. |
| Utilizzare una comunicazione efficace e sicura per ottenere risultati concreti. | Promuovere la vendita dei pacchetti turistici per valorizzare il territorio e i suoi prodotti. | Marketing per la promozione del prodotto turistico. |
| Conoscere i principali fattori che determinano la comunicazione in un settore aziendale. | I mass –media per la promozione del turismo. | Marketing territoriale. |
| Conoscere come l'azienda individua e interpreta gli orientamenti della clientela. | | La comunicazione aziendale. La comunicazione pubblicitaria |

METODOLOGIA:

| | | | |
|--|----------------------|--|---------------------------------------|
| | Lezione frontale | | Problem solving |
| | Brain Storming | | Elaborazione di mappe concettuali |
| | Discussione guidata | | Esercitazioni individuali e di gruppo |
| | Lezione multimediale | | Piattaforme digitali |

STRUMENTI DI LAVORO

| |
|--|
| Libro di testo |
| Riviste specifiche- Testi da consultazione- Dispense |
| Video lezioni - Piattaforme digitali |
| Risorse digitali – Software didattici vari |
| Altro |

STRUMENTI DI VERIFICA E VALUTAZIONE

| |
|---|
| Osservazione attenta e sistematica dei comportamenti individuali e collettivi |
| Colloquio |

ATTIVITÀ DI RECUPERO E/O APPROFONDIMENTO

| |
|--------------------------------|
| Gruppi di lavoro |
| Processi individualizzati |
| Ripetizioni argomenti trattati |
| Altro |

GRIGLIA DI VALUTAZIONE DEI RISULTATI

| Livello EQF | Descrittori | N. alunni | Voto in decimi | Grado di Padronanza |
|--------------------|--|------------------|-----------------------|----------------------------|
| 3 | Comprende le informazioni principali e secondarie e sa rielaborare e collegare autonomamente, utilizzando varie fonti. Espone in modo corretto e linguisticamente appropriato. Esprime valutazioni personali e le argomenta. | | 9-10 | AVANZATO |

| | | | | |
|-----------|---|--|------------|----------------------|
| 2 | Comprende le informazioni principali e le sa rielaborare e collegare in modo pertinente alle richieste. Espone e utilizza i linguaggi specifici in modo corretto. Esprime semplici valutazioni personali. | | 7-8 | INTERMEDIO |
| 1 | Comprende le informazioni principali di testi orali/scritti. Espone e utilizza i linguaggi specifici in modo semplice, se guidato. | | 6 | BASE |
| // | | | ≤ 5 | NON RAGGIUNTO |

Battipaglia, 29.11.2020

Firma

Margherita Russo