ISTITUTO TECNICO ECONOMICO STATALE

"Amministrazione, Finanza e Marketing: Relazioni Internazionali – Turismo"

"LUIGI EINAUDI"

CURRICOLO DISCIPLINARE DI TECNOLOGIE DELLA COMUNICAZIONE CLASSE QUARTA RIM

COMPETENZA/E DI RIFERIMENTO DISCIPLINARE: DIGITALE

COMPETENZE TRASVERSALI: IN MATERIA DI CITTADINANZA – IMPRENDITORIALE – IN MATERIA DI CONSAPEVOLEZZA ED ESPRESSIONI CULTURALI – PERSONALE, SOCIALE, CAPACITA' DI IMPARARE A IMPARARE

NUCLEI FONDANTI	CONOSCENZE		ABILITÀ	COMPETENZE	COMPETENZE DI CITTADINANZA DIGITALE (desunte dal modello europeo DigComp 2.2)	dal CURRICOLO di ED. CIVICA
	In presenza	In DDI				
A) Web design: comunicazione efficace nel web (approfondimento)	- Conoscere i principi e le tecniche per realizzare siti web usabili e accessibili con layout responsivo - Conoscere i principi e le tecniche per realizzare infografiche efficaci	- Conoscere i principi di base per realizzare siti web usabili e accessibili con layout responsivo - Conoscere i principi di base per realizzare infografiche efficaci	- Applicare gli standard dei linguaggi per il web - Applicare i principi della comunicazione efficace nel web - Applicare i principi della creazione di infografiche efficaci	- Rielaborare ed effettuare sintesi usando il lessico specialistico di settore - Produrre oggetti multimediali seguendo i principi di comunicazione efficace - Padroneggiare l'uso delle reti e degli strumenti informatici nelle attività di studio, ricerca e approfondimento disciplinare	**Area di competenza:** Alfabetizzazione su informazioni e dati **Descrittori:** 1.1 Navigare, ricercare e filtrare dati, informazioni e contenuti digitali **Area di competenza:** Comunicazione e collaborazione **Descrittori:** 2.2. Condividere informazioni attraverso le tecnologie digitali **Area di competenza:** Creazione di contenuti digitali **Descrittori:**	

					3.1. Sviluppare contenuti digitali 3.3. Copyright e licenze **Area di competenza:** Risolvere problemi **Descrittori:** 5.2. Individuare bisogni e risposte tecnologiche	
B) Marketing digitale	- Conoscere i concetti di base del marketing digitale ((contenuti del ***corso di formazione Google Digital Training***: Concetti di base del marketing digitale): ● Pianificare una strategia per il business online; ● Web marketing; ● SEO e SEM; ● Proximity marketing; ● Social media marketing; ● Mobile marketing; ● Content marketing; ● E-mail marketing; ● Video marketing: ● Online advertising; ● Analisi dei dati;	Conoscere negli aspetti essenziali i concetti di base del marketing digitale (contenuti del corso di formazione Google Digital Training: Concetti di base del marketing digitale): ● pianificare una strategia per il business online; ● Web marketing; ● SEO e SEM; ● Proximity marketing; ● Social media marketing; ● Mobile marketing; ● Content marketing; ● E-mail marketing; ● Video marketing	- Utilizzare le diverse forme di comunicazione a servizio delle esigenze aziendali - Individuare la tecnologia più efficace per le diverse tipologie di comunicazione - Riconoscere la tipologia di comunicazione adatta al contesto - Elaborare dati e documenti relativi alle attività di marketing - Utilizzare con senso critico gli strumenti di IA a disposizione per il marketing digitale (dal copywriting alla generazione di immagini)	- Inquadrare l'attività di marketing nel ciclo di vita dell'azienda - Padroneggiare l'uso delle reti e degli strumenti informatici, anche IA, nelle attività di studio, ricerca e approfondimento disciplinare	**Area di competenza:** → Sicurezza **Descrittori:** 4.2. Proteggere i dati personali e la privacy 4.4 Proteggere l'ambiente **Area di competenza:** → Comunicazione e collaborazione **Descrittori:** 2.6 Gestire l'identità digitale ← **Area di competenza:** Risolvere problemi **Descrittori:** 5.2. Individuare bisogni e risposte tecnologiche	**Marketing digitale sostenibile** Approfondimento su **web reputation e social recruiting** (UdA "Mi parli di lei")

	● Strumenti di IA per il marketing digitale					
C) Social media marketing - project based learning - didattica orientativa	- Conoscere i passi per la definizione di una strategia di social media marketing - Conoscere cosa sono e come sono strutturati un piano editoriale e un calendario editoriale - Conoscere le metriche utili per verificare il rendimento di una campagna di social media marketing	- Conoscere i passi per la definizione di una strategia di social media marketing - Conoscere cosa sono e come sono strutturati un piano editoriale e un calendario editoriale	- Progettare una strategia di social media marketing - Creare un piano editoriale e un calendario editoriale - Creare post e relativi copy, storie e reel per canali social aziendali - Raccogliere e analizzare gli insight restituiti dalle piattaforme social	- Definire una strategia di social media marketing - Realizzare i contenuti da utilizzare per la campagna pubblicitaria sui canali social di attività commerciali o del terzo settore reali - Analizzare i dati di una strategia di social media marketing e formulare proposte per l'ottimizzazione dei contenuti al fine di migliorare il rendimento	**Area di competenza:** Alfabetizzazione su informazioni e dati **Descrittori:** 1.1 Navigare, ricercare e filtrare dati, informazioni e contenuti digitali 1.2 Valutare dati, informazioni e contenuti digitali **Area di competenza:** Comunicazione e collaborazione **Descrittori:** 2.1. Interagire con gli altri attraverso le tecnologie 2.2. Condividere informazioni attraverso le tecnologie digitali 2.3. Esercitare la cittadinanza attraverso le tecnologie digitali 2.4. Collaborare attraverso le tecnologie digitali 2.5 Netiquette **Area di competenza:** Creazione di contenuti digitali **Descrittori:** 3.1. Sviluppare contenuti digitali	

					3.2. Integrare e rielaborare contenuti digitali **Area di competenza:** Risolvere problemi **Descrittori:** 5.3. Utilizzare in modo creativo le tecnologie digitali	

METODOLOGIE	**ATTIVITÀ**
Lezione frontale/dialogata **Problem posing & solving** **Flipped classroom** **Attività di cooperative learning** **Project Based Learning e compiti autentici**	**Lavori di ricerca e di produzione individuali e di gruppo** **Esercitazioni pratiche** **Simulazioni esercizi guidati e aperti a breve e lungo termine** **Consultazione documentazione ufficiale di standard** **Corso di formazione Google Digital Training sui concetti di base del Marketing Digitale**
DIDATTICA ORIENTATIVA	• **ATTIVITÀ COOPERATIVE** • **COMPITI DI REALTÀ e AUTENTICI** • **AUTOVALUTAZIONE**
CURVATURE	**QUARTO ANNO** - Realizzazione di prodotti di *videocomunicazione* nell'ambito dell'UdA sul colloquio di lavoro (diritto, lingue, economia aziendale, relazioni internazionali) e come parte dell'attività interdisciplinare di project based learning sulla definizione di una campagna di marketing digitale. - Approfondimento sul *marketing digitale sostenibile*. - Consigliato a tutti gli studenti il conseguimento della **certificazione DigComp 2.2** e di moduli a scelta previsti nella ***Certificazione ICDL Standard*** e inerenti alla curvatura *(digital marketing, web editing, image editing)* al termine della classe quarta.