



Istituto di Istruzione Secondaria Superiore
**LÉONTINE e GIUSEPPE
DE NITTIS**
- Liceo Artistico | Istituto Professionale -

DISCIPLINA: TECNICHE PROFESSIONALI DEI SERVIZI COMMERCIALI

COMPETENZE

- Utilizzare il patrimonio lessicale ed espressivo della lingua italiana secondo le esigenze comunicative nei vari contesti: sociali, culturali, scientifici, economici, tecnologici e professionali.
- Operare in sicurezza e nel rispetto delle norme di igiene e di salvaguardia ambientale, prevenendo eventuali situazioni di rischio.
- Individuare e utilizzare le moderne forme di comunicazione visiva e multimediale, anche con riferimento alle strategie espressive e agli strumenti tecnici della comunicazione in rete.
- 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.
- Riconoscere e valutare, anche per gli aspetti visivi della comunicazione, campagne informative, pubblicitarie e promozionali del brand aziendale coerenti alla mission e vision.
- Collaborare all'elaborazione di messaggi per la promozione di un brand aziendale.
- Interagire nell'area della gestione commerciale per le attività relative al mercato, alla ideazione di prodotti coerenti con le strategie di marketing e finalizzate al raggiungimento della customer satisfaction.
- Interagire nei contesti produttivi del settore utilizzando tecniche e strumentazioni adeguate.
- Applicare le metodologie e le tecniche della gestione per progetti.
- Produrre i file grafici in formato adatto alla pubblicazione su diversi supporti.

ABILITÀ

- Riconoscere funzioni, ruoli e responsabilità dei soggetti coinvolti nel mondo del lavoro
- Individuare i media più adeguati per azioni di promozione commerciale e pubblicitaria in funzione di obiettivi e target di riferimento specifici.
- Analizzare le diverse campagne informative-pubblicitarie, anche per gli aspetti visivi della comunicazione, per promuovere l'immagine aziendale.
- Ricercare e analizzare modelli di comunicazione pubblicitaria relativi a prodotti/servizi sui media tradizionali e sul web.
- Utilizzare le informazioni relative all'immagine aziendale per elaborare rappresentazioni grafiche di comunicazione con particolare riferimento alla sostenibilità e al patrimonio culturale e artistico locale.
- Utilizzare strumenti e tecniche per l'elaborazione di messaggi per la promozione del brand aziendale e di prodotti e servizi in situazioni diversificate.
- Riconoscere le caratteristiche di mission e vision aziendale.
- Utilizzare tecniche di adattamento e trasferimento del prodotto al supporto. Applicare metodi di controllo degli standard qualitativi su supporto.
- Verificare l'impatto grafico-comunicativo del prodotto.

CONOSCENZE

- Elementi di base dell'immagine aziendale.



Istituto di Istruzione Secondaria Superiore
**LÉONTINE e GIUSEPPE
DE NITTIS**
- Liceo Artistico | Istituto Professionale -

- Aspetti visivi della comunicazione.
- Strumenti e tecniche per l'elaborazione di messaggi pubblicitari
- Strategie e linguaggi della comunicazione commerciale e pubblicitaria.
- La formazione generale e specifica del lavoratore.

ARTICOLAZIONE DELLE CONOSCENZE

UDA 1 – IL MARKETING, L'AGENZIA PUBBLICITARIA
<p>MARKETING Strategie e linguaggi della comunicazione commerciale e pubblicitaria. Beni e servizi Il ciclo produttivo Il marketing e il marketing mix Il target group Il ciclo di vita di un prodotto</p> <p>LA STRUTTURA DELL'AGENZIA Reparto creativo e di Produzione</p> <p>Approfondimenti di Adobe Photoshop e Adobe Illustrator*</p>
UDA 2 – PROGETTAZIONE E GRAFICA PUBBLICITARIA
<p>LA CREAZIONE DI UNA CAMPAGNA PUBBLICITARIA Metodologia progettuale – Brief Aspetti visivi della comunicazione. Sviluppo e utilizzo dei software specifici della grafica multimediale*</p> <p>L'ITER PROGETTUALE SPERIMENTARE UN PROCESSO CREATIVO Fasi operative Strumenti e tecniche per l'elaborazione di messaggi pubblicitari Dal disegno all'elaborazione digitale*</p> <p>ESEMPIO DI UNA CAMPAGNA PUBBLICITARIA</p> <p>IL MARCHIO Il manuale d'uso del marchio</p>
UDA 3 – PRODUZIONE ED ELABORAZIONE DELLE IMMAGINI
<p>SOFTWARE PER LE IMMAGINI* Acquisizione delle immagini* Elaborazione delle immagini* Metodi di esportazione*</p> <p>L'ANNUNCIO PUBBLICITARIO Il Volantino La Locandina</p> <p>LA MACCHINA FOTOGRAFICA* Tecnica fotografica*</p>



Istituto di Istruzione Secondaria Superiore
**LÉONTINE e GIUSEPPE
DE NITTIS**
- Liceo Artistico | Istituto Professionale -

Criteri e strumenti*

LA VIDEOCAMERA

Dall'idea creativa allo spot

Acquisizione e montaggio di un video*

UDA 4 –I MEDIA E LA STAMPA

LE CARATTERISTICHE DEI MEDIA

Mass media classici

New media- Video presentazione*

LA STAMPA

La stampa xilografica e la stampa tipografica

La stampa calcografica e rotocalcografica

La stampa serigrafica

LA STAMPA DIGITALE

Metodi di stampa RGB – CMYK*

PRODOTTI MULTIMEDIALI*

Dal file alle pubblicazioni web*

*Argomenti trattati dal docente di compresenza

ABILITÀ MINIME

- Utilizzare strumenti e tecniche per l'elaborazione di messaggi per la promozione del brand aziendale e di prodotti e servizi in situazioni diversificate.
- Individuare i media più adeguati per azioni di promozione commerciale e pubblicitaria in funzione di obiettivi e target di riferimento specifici.
- Verificare l'impatto grafico-comunicativo del prodotto.

CONOSCENZE ESSENZIALI

- Il marketing
- Il target group
- Il ciclo di vita del prodotto
- Le caratteristiche dei mass media
- Software per le immagini
- La stampa
- La macchina fotografica
- Il flyer
- Prodotti multimediali

MODALITÀ DI VERIFICA

- Elaborato scritto-grafico
- Presentazione elaborato
- Elaborato grafico-pratico
- Elaborato digitale

DISCIPLINA: COMPRESENZA DI TECNICHE PROFESSIONALI DEI SERVIZI COMMERCIALI

COMPETENZE



Istituto di Istruzione Secondaria Superiore
**LÉONTINE e GIUSEPPE
DE NITTIS**
- Liceo Artistico | Istituto Professionale -

- Operare in sicurezza e nel rispetto delle norme di igiene e di salvaguardia ambientale, prevenendo eventuali situazioni di rischio
- Individuare e utilizzare le moderne forme di comunicazione visiva e multimediale, anche con riferimento alle strategie espressive e agli strumenti tecnici della comunicazione in rete
- Interagire nei contesti produttivi del settore utilizzando tecniche e strumentazioni adeguate
- Applicare le metodologie e le tecniche della gestione per progetti
- Produrre i file grafici in formato adatto alla pubblicazione su diversi supporti

ABILITÀ

- Individuare i media più adeguati per azioni di promozione commerciale e pubblicitaria in funzione di obiettivi e target di riferimento specifici
- Ricercare e analizzare modelli di comunicazione pubblicitaria relativi a prodotti/servizi sui media tradizionali e sul web
- Utilizzare strumenti e tecniche per l'elaborazione di messaggi per la promozione del brand aziendale e di prodotti e servizi in situazioni diversificate
- Utilizzare tecniche di adattamento e trasferimento del prodotto al supporto. Applicare metodi di controllo degli standard qualitativi su supporto
- Verificare l'impatto grafico-comunicativo del prodotto

CONOSCENZE

- Aspetti visivi della comunicazione
- Strumenti e tecniche per l'elaborazione di messaggi pubblicitari
- Strategie e linguaggi della comunicazione commerciale e pubblicitaria
- La formazione generale e specifica del lavoratore

ARTICOLAZIONE DELLE CONOSCENZE

UDA 1 – IL MARKETING, L'AGENZIA PUBBLICITARIA
Approfondimenti di Adobe Photoshop e Adobe Illustrator
UDA 2 – PROGETTAZIONE E GRAFICA PUBBLICITARIA
<i>LA CREAZIONE DI UNA CAMPAGNA PUBBLICITARIA</i> Sviluppo e utilizzo dei software specifici della grafica multimediale <i>L'ITER PROGETTUALE</i> Dal disegno all'elaborazione digitale



Istituto di Istruzione Secondaria Superiore
**LÉONTINE e GIUSEPPE
DE NITTIS**
- Liceo Artistico | Istituto Professionale -

UDA 3 – PRODUZIONE ED ELABORAZIONE DELLE IMMAGINI

SOFTWARE PER LE IMMAGINI

Acquisizione delle immagini

Elaborazione delle immagini

Metodi di esportazione

LA MACCHINA FOTOGRAFICA

Tecnica fotografica

La videocamera

Acquisizione e montaggio di un video

UDA 4 – I MEDIA E LA STAMPA

Le caratteristiche dei media

New media-Video presentazione

LA STAMPA DIGITALE

Metodi di stampa RGB – CMYK

PRODOTTI MULTIMEDIALI

Dal file alle pubblicazioni web

ABILITÀ MINIME

- Utilizzare strumenti e tecniche per l'elaborazione di messaggi per la promozione del brand aziendale e di prodotti e servizi in situazioni diversificate
- Individuare i media più adeguati per azioni di promozione commerciale e pubblicitaria in funzione di obiettivi e target di riferimento specifici
- Verificare l'impatto grafico-comunicativo del prodotto

CONOSCENZE ESSENZIALI

- Software per le immagini
- La macchina fotografica
- Prodotti multimediali

MODALITÀ DI VERIFICA

- Elaborato grafico-pratico
- Elaborato digitale