

PROGRAMMAZIONE DIPARTIMENTO DI Accoglienza Turistica	Materia	Asse*	Classi quinte
	Tecniche di comunicazione	Asse dei linguaggi	

Ins.te	Prof.ssa Mariarosaria Lazzarino
--------	---------------------------------

1. COMPETENZE CHIAVE DI CITTADINANZA
Progettare a. Elaborare strategie comunicative efficaci (es. un piano per una campagna pubblicitaria o un evento turistico) valutando i vincoli e le risorse disponibili. b. Pianificare una comunicazione aziendale utilizzando strumenti come la Piramide di Maslow per rispondere ai bisogni del target c. Elaborare e realizzare progetti riguardanti lo sviluppo delle proprie attività di studio e di lavoro d. Utilizzare le conoscenze apprese per stabilire obiettivi significativi, realistici e prioritari e le relative priorità e. Valutare vincoli e possibilità esistenti, definendo strategie d'azione e verificando i risultati
Comunicare a. Gestire la comunicazione paraverbale e non verbale per migliorare l'efficacia del messaggio. b. Utilizzare i linguaggi settoriali (turistico, giornalistico, pubblicitario) in modo appropriato. c. Utilizzare tutte le forme di comunicazione in modo aperto, attivo ed efficace d. Tenere un comportamento assertivo che bilanci i diritti di sé stessi e degli altri e. Simulare le procedure connesse alla comunicazione in vari ambiti
Collaborare e partecipare a. Lavorare con efficacia all'interno di un team, gestendo i conflitti e rispettando i ruoli. b. Partecipare attivamente al dialogo educativo c. Mostrare rispetto, fiducia, lealtà, onestà nella relazione con gli altri d. Sostenere gli altri e cooperare con loro in gruppo e a livello individuale e. Valorizzare le proprie e le altrui capacità, gestendo la conflittualità f. Contribuire all'apprendimento comune e alla realizzazione delle attività collettive, nel riconoscimento dei diritti fondamentali degli altri g. Integrare le competenze professionali, utilizzando le tecniche di comunicazione e relazione per ottimizzare la qualità del servizio e il coordinamento con i colleghi h. Essere in grado di svolgere la propria attività lavorando in équipe e integrando le proprie competenze con altre figure professionali, al fine di erogare un servizio di qualità
Agire in modo autonomo e consapevole

a. Sapersi inserire in modo attivo e consapevole nella vita sociale b. Far valere nella vita sociale i propri diritti e bisogni c. Riconoscere e rispettare i diritti e i bisogni altrui, le opportunità comuni d. Riconoscere e rispettare limiti, regole e responsabilità
Risolvere problemi a. Affrontare situazioni problematiche
b. Costruire e verificare ipotesi c. Individuare fonti e risorse adeguate d. Raccogliere e valutare i dati e. Proporre soluzioni utilizzando contenuti e metodi delle diverse discipline, secondo il tipo di problema
Individuare collegamenti e relazioni a. Individuare collegamenti e relazioni tra fenomeni, eventi e concetti diversi, anche appartenenti a diversi ambiti disciplinari e lontani nello spazio e nel tempo e rappresentarli con argomentazioni coerenti b. Adeguare le strategie comunicative e gli strumenti utilizzati in relazione alle richieste dei mercati
Acquisire e interpretare l'informazione a. Acquisire l'informazione ricevuta nei diversi ambiti e attraverso diversi strumenti comunicativi b. Interpretarla criticamente valutandone l'attendibilità e l'utilità, distinguendo fatti e opinioni c. Attuare strategie di pianificazione, compensazione, monitoraggio

2. OBIETTIVI COGNITIVO – FORMATIVI DISCIPLINARI

*Gli obiettivi per la classe quarta sono riferiti all'asse culturale di riferimento (dei linguaggi, matematico, scientifico–tecnologico, storico–sociale) e articolati in Competenze, Abilità/Capacità, Conoscenze**, come previsto dalla normativa sul nuovo obbligo di istruzione (L. 296/2007) e richiesto dalla certificazione delle competenze di base.*

CL AS SI QUI NT E	Competenze	Abilità/capacità	Conoscenze
	• Partecipare alla progettazione e alla gestione di servizi turistici valorizzando le risorse enogastronomiche e culturali del territorio (<i>Made in Italy</i>). • Utilizzare tecniche di <i>Public Speaking</i> e linguaggi multimediali per presentare prodotti o idee in contesti aziendali e pubblici. • Agire in modo autonomo nella costruzione della propria carriera professionale, riconoscendo le proprie competenze trasversali (<i>soft skills</i>) e i propri diritti/doveri come lavoratore.	• Saper analizzare il posizionamento di un prodotto turistico rispetto ai competitor. • Collaborare alla creazione di una campagna pubblicitaria o di promozione territoriale • Produrre testi persuasivi per il web e per la promozione turistica utilizzando il linguaggio settoriale corretto. • Redigere un CV efficace e una lettera di presentazione; simulare un colloquio di lavoro gestendo l'ansia e la comunicazione non verbale. • Riconoscere le tecniche di "greenwashing" o le discriminazioni nei contesti lavorativi e pubblicitari.	• Concetti di marketing mix (4P), posizionamento, segmentazione del target e ciclo di vita della destinazione turistica. • Differenza tra vision e mission, strumenti della comunicazione interna ed esterna, e tecniche di <i>Public Speaking</i>. • Struttura di un'agenzia pubblicitaria, fasi di una campagna, tecniche persuasive, l'imbuto promozionale e nuovi trend (<i>Experiential Marketing</i>). • Strategie per la fidelizzazione del cliente e gestione dei servizi post-vendita. • Tipologie di curriculum vitae, canali di <i>job recruitment</i>, il colloquio di lavoro e le normative sulla sicurezza e discriminazione. • Sviluppo sostenibile nel turismo

	Integrare i principi della sostenibilità e del rispetto delle diversità nelle strategie di comunicazione e marketing aziendale.		e contrasto agli stereotipi di genere nella pubblicità.
--	---	--	---

3. OBIETTIVI MINIMI

Il Dipartimento stabilisce i seguenti obiettivi minimi obbligatori in termini di conoscenze e competenze per la classe quarta (anche per il recupero). .

	Competenze	Abilità/capacità	Conoscenze
--	-------------------	-------------------------	-------------------

CLAS SI QUIN TE	• Essere in grado di svolgere compiti semplici seguendo le istruzioni fornite per promuovere un servizio turistico. • Interagire in modo educato e professionale con un potenziale cliente o datore di lavoro. • Riconoscere l'importanza della sostenibilità ambientale nel proprio lavoro futuro (es. gestione rifiuti in hotel o risparmio energetico). • Saper cercare offerte di lavoro sui principali canali digitali e candidarsi in modo autonomo.	• Saper compilare un semplice schema di marketing mix per un prodotto turistico noto. • Saper presentare brevemente se stessi o un prodotto utilizzando un linguaggio corretto, evitando termini troppo gergali (tecniche base di Public Speaking). • Saper leggere un annuncio di lavoro e capire quali requisiti sono richiesti. • Saper scrivere un Curriculum Vitae (formato Europass) con i propri dati e studi. • Saper distinguere un'informazione utile da una pubblicità ingannevole in modo elementare.	• Conoscere la differenza tra prodotto e mercato e saper elencare le 4P del marketing mix (Prodotto, Prezzo, Posto/Distribuzione, Promozione). • Distinguere tra comunicazione interna (tra colleghi) ed esterna (verso il cliente). Sapere cos'è la Mission di un'azienda. • Conoscere le fasi principali di una campagna pubblicitaria e le figure chiave che lavorano in un'agenzia. • Sapere perché è importante che il cliente sia soddisfatto e cosa significa "fidelizzazione". • Conoscere la struttura base di un Curriculum Vitae e le regole principali per affrontare un colloquio. • Sapere cosa si intende per turismo sostenibile e saper identificare uno stereotipo banale in un messaggio.
--------------------------	---	---	---

4. CONTENUTI DISCIPLINARI

Il Dipartimento stabilisce i seguenti argomenti da sviluppare e/o approfondire tra classi in parallelo:

Classi Quinte	• Il Mercato Turistico: Analisi dal punto di vista del produttore e del consumatore. • Vision e Mission: Definizione dell'identità aziendale e degli obiettivi a lungo termine. • Comunicazione Efficace: Gli strumenti della comunicazione aziendale e la gestione del target di riferimento. • Public Speaking e Retorica: Tecniche di esposizione orale, uso del linguaggio verbale persuasivo e delle figure retoriche. • Il Communication Mix: Pubbliche relazioni, pubblicità, promozione delle vendite e attività dei venditori. • L'Imbuto Promozionale: Il percorso del cliente dal primo contatto all'acquisto (Marketing Funnel). • Strategie di Marketing: Fase di analisi, posizionamento sul mercato e fase operativa (Marketing Mix). • Destination Marketing: Strategie per la promozione del territorio e valorizzazione dei prodotti enogastronomici (Made in Italy).
---------------	--

	• Customer Satisfaction: Tecniche per misurare il gradimento, gestione della fedeltà del cliente (<i>Loyalty</i>) e servizi post-vendita. • L'Agenzia Pubblicitaria: Organigramma e figure professionali (Account, Copywriter, Art Director). • La Campagna Pubblicitaria: Tipologie di campagne, ciclo di vita di una destinazione turistica e fasi della promozione. • I Maestri dell'Advertising: Studio dei grandi pubblicitari (Bernbach, Lois, Wells Lawrence, Wieden). • Nuove Frontiere: Internet meme, <i>Memevertising</i> ed Experiential Marketing (Marketing esperienziale). • Etica e Società: Analisi degli stereotipi di genere nella pubblicità (Itinerari di Educazione Civica). • Auto-orientamento: Analisi delle proprie capacità, competenze e <i>Soft Skills</i>. • Strumenti di Ricerca: Il Curriculum Vitae (Europass vs Creativo) e la lettera di presentazione. • Job Placement: Canali di reclutamento, agenzie per il lavoro e utilizzo di piattaforme digitali. • Il Colloquio di Lavoro: Tecniche per affrontare la selezione, modalità scritte e orali. • Diritti e Legalità: Contrasto alla discriminazione sul lavoro e sicurezza negli ambienti professionali.
--	---

6. METODOLOGIE			
x	Lezione frontale (presentazione di contenuti e dimostrazioni logiche)	x	Cooperative learning (lavoro collettivo guidato o autonomo)
x	Lezione interattiva (discussioni sui libri o a tema, interrogazioni collettive)	x	Problem solving (definizione collettiva)
x	Lezione multimediale (utilizzo della LIM, di PPT, di audio video)		Attività di laboratorio (esperienza individuale o di gruppo)
x	Lezione / applicazione		Esercitazioni pratiche
x	Lettura e analisi diretta dei testi	x	Altro: partecipazione alle attività di alternanza scuola lavoro organizzate dalla scuola

7. MEZZI, STRUMENTI, SPAZI					
x	Libri di testo		Registratore		Cineforum
x	Altri libri / Approfondimenti anche digitali		Lettore DVD	x	Mostre / Visite guidate in luoghi di particolare importanza storica ed artistica
x	Dispense, schemi	x	Computer		Visite guidate aziendali
x	Dettatura di appunti		Laboratorio di accoglienza turistica		Tirocini formativi curriculari in Italia e all'estero
x	Videoproiettore/LIM		Biblioteca	x	Incontri con esperti di settore

8. TIPOLOGIA DI VERIFICHE					
TIPOLOGIA			1° periodo	2° periodo	
	Analisi del testo	x	Test strutturato	X	X
	Saggio breve	x	Risoluzione di problemi	X	X

	Articolo di giornale	x	Prova grafica / pratica	X	X
	Tema - relazione	x	Interrogazione/ Presentazione lavori individuali	X	X
x	Test a risposta aperta		Simulazione colloquio	X	X

x	Test semistrutturato		Prove scritte	X	X	
---	----------------------	--	---------------	---	---	--

9. CRITERI DI VALUTAZIONE

Per la valutazione saranno adottati i criteri stabiliti dal POF d'Istituto, le griglie elaborate dal Dipartimento ed allegate alla presente programmazione. La valutazione terrà conto di:

x	Livello individuale di acquisizione di conoscenze	x	Impegno
x	Livello individuale di acquisizione di abilità e competenze	x	Partecipazione
x	Progressi compiuti rispetto al livello di partenza	x	Frequenza
x	Interesse	x	Comportamento

10. OSSERVAZIONI

MONZA, 24 aprile 2026

I docenti del Dipartimento

Prof.ssa Mariarosaria Lazzarino

