



**PIANO di LAVORO del Docente**  
**per le classi degli indirizzi Professionali Nuovo Ordinamento (D.Lvo 61/2017)**

Classe **5<sup>A</sup>Ac**                      **Indirizzo Professionale per i servizi Commerciali**  
Disciplina    **Tecniche di comunicazione e relazione**  
Docente        **Michela Pagliardi**                      **a. s. 2023/2024**

Codice Unità Didattiche

Ore

**1° Quadrimestre**

|            |                                                              |    |
|------------|--------------------------------------------------------------|----|
|            | <b>Unità di apprendimento G “Il direct marketing”</b>        |    |
| G1 TProCom | Gli obiettivi del marketing di relazione                     | 4  |
| G2 TProCom | Gli strumenti del direct marketing: Telemarketing e database | 4  |
| G3 TProCom | La misurabilità del DM e il Customer Relationship Management | 4  |
|            | <b>Unità di apprendimento H “Comunicare con gli eventi”</b>  |    |
| H1 TProCom | Cosa si intende per evento                                   | 5  |
| H2 TProCom | Pianificazione, scelta della sede e promozione dell’evento   | 10 |

**2° Quadrimestre**

|            |                                                                                                   |   |
|------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|---|
|            | <b>Unità di apprendimento I “Instaurare rapporti con i media: l’attività dell’ufficio stampa”</b> |   |
| I1 TProCom | Pubbliche relazioni                                                                               | 5 |
| I2 TProCom | Gli strumenti nelle PR                                                                            | 5 |
|            | <b>Unità di apprendimento L “Criteri per definire e progettare campagne pubblicitarie”</b>        |   |
| L1 TProCom | La costruzione dell’identità aziendale: immagine, marchio e marca                                 | 4 |
| L2 TProCom | La campagna pubblicitaria: tipologie e mezzi utilizzati                                           | 4 |
| L3 TProCom | La scelta dei mezzi di comunicazione. <i>Social integration e social media metric</i>             | 4 |

**Verifiche previste nell’anno**

|      |                                        |   |
|------|----------------------------------------|---|
| n° 4 | Scritte – per una stima di ore         | 4 |
| n° 2 | Orali – per una stima di ore           | 4 |
| n° 2 | Altra tipologia – per una stima di ore | 4 |
|      |                                        |   |

**Unità di Apprendimento multidisciplinari (Educazione civica, altre UdA multidisciplinari...)**

|  |                                                   |   |
|--|---------------------------------------------------|---|
|  | Uda Multidisciplinare “Comunicazione e Marketing” | 5 |
|  |                                                   |   |

**Totale ore di lezione del corso** 66



MO.09.02-Rev.05-Classi Professionali Nuovo Ordinamento (D.Lvo 61/2017)

*Nota: Il piano annuale per classe - disciplina è un preventivo che evidenzia le **Unità di Apprendimento** con le rispettive **Unità didattiche** che si intendono sviluppare e il **tempo impiegato**, il **numero di verifiche** che si intendono effettuare e la stima **totale delle ore del corso** che corrisponde al **monte ore curricolare della disciplina**. Le Unità di Apprendimento, il codice e il titolo delle Unità didattiche fanno riferimento alla progettazione per disciplina (Piano standard di disciplina) depositata presso l'Istituto dal Coordinatore di disciplina. Questa scheda va caricata on line sul sito dell'Istituto e va presentata alla classe come parte integrante del Contratto formativo.*