

PROGRAMMAZIONE DISCIPLINARE di Tecniche di comunicazione

CLASSE 3 Indirizzo Accoglienza Turistica

Anno scolastico 2022/23

UNITÀ DI APPRENDIMENTO PROGRAMMATA	
TITOLO	Il Processo di Comunicazione
RISULTATI DI APPRENDIMENTO PROFILO DI INDIRIZZO	
Competenza in uscita	<ul style="list-style-type: none"> - n° 1: <i>Utilizzare tecniche tradizionali e innovative di lavorazione, di organizzazione, di commercializzazione dei servizi e dei prodotti enogastronomici, ristorativi e di accoglienza turistico-alberghiera, promuovendo le nuove tendenze alimentari ed enogastronomiche.</i> - n° 2: <i>Supportare la pianificazione e la gestione dei processi di approvvigionamento, di produzione e di vendita in un'ottica di qualità e di sviluppo della cultura dell'innovazione</i>

Competenze intermedie	<ul style="list-style-type: none"> - n° 4: <i>Predisporre prodotti, servizi e menù coerenti con il contesto e le esigenze della clientela (anche in relazione a specifici regimi dietetici e stili alimentari), perseguendo obiettivi di qualità, redditività e favorendo la diffusione di abitudini e stili di vita sostenibili e equilibrati.</i> - n° 5 <i>Curare tutte le fasi del ciclo cliente nel contesto professionale, applicando le tecniche di comunicazione più idonee ed efficaci nel rispetto delle diverse culture, delle prescrizioni religiose e delle specifiche esigenze dietetiche.</i> - n° 7: <i>Progettare, anche con tecnologie digitali, eventi enogastronomici e culturali che valorizzino il patrimonio delle tradizioni e delle tipicità locali, nazionali anche in contesti internazionali per la promozione del Made in Italy.</i> - n° 8: <i>Realizzare pacchetti di offerta turistica integrata con i principi dell'eco sostenibilità ambientale, promuovendo la vendita dei servizi e dei prodotti coerenti con il contesto territoriale, utilizzando il web.</i> - n° 9: <i>Gestire tutte le fasi del ciclo cliente applicando le più idonee tecniche professionali di Hospitality Management, rapportandosi con le altre aree aziendali, in un'ottica di comunicazione ed efficienza aziendale.</i> - n° 10: <i>Supportare le attività di budgeting-reporting aziendale e collaborare alla definizione delle strategie di Revenue Management, perseguendo obiettivi di redditività attraverso opportune azioni di marketing.</i> - n° 11: <i>Contribuire alle strategie di Destination Marketing attraverso la promozione dei beni culturali e ambientali, delle tipicità enogastronomiche, delle attrazioni, degli eventi e delle manifestazioni, per veicolare un'immagine riconoscibile e rappresentativa del territorio.</i>
Assi culturali coinvolti	Asse dei linguaggi, Asse Storico Sociale, Asse Scientifico, Tecnologico e professionale
Raccordi con le competenze degli insegnamenti dell'area generale	<ul style="list-style-type: none"> - n. 1 - <i>Agire in riferimento ad un sistema di valori, coerenti con i principi della Costituzione, in base ai quali essere in grado di valutare fatti e orientare i propri comportamenti personali, sociali e professionali.</i> - n. 2 - <i>Utilizzare il patrimonio lessicale ed espressivo della lingua Italiana secondo le esigenze comunicative nei vari contesti: sociali, culturali, scientifici ed economici, tecnologici e professionali.</i> - n. 3 - <i>Riconoscere gli aspetti geografici, ecologici, territoriali dell'ambiente naturale e antropico, le connessioni con le strutture demografiche, economiche, sociali, culturali e le trasformazioni intervenute nel corso del tempo.</i> - n. 7 - <i>Individuare ed utilizzare le moderne forme di comunicazione visiva e multimediale anche con riferimento alle strategie espressive e agli strumenti tecnici della comunicazione in rete.</i> - n. 8 - <i>Utilizza le reti e gli strumenti informatici nelle attività di studio, ricerca e approfondimento.</i> - n. 9 - <i>Riconoscere i principali aspetti comunicativi, culturali e relazionali dell'espressività corporea ed esercitare in modo efficace la pratica sportiva per il benessere individuale e collettivo.</i> - n. 10 - <i>Comprendere e utilizzare i principali concetti relativi all'economia, all'organizzazione, allo svolgimento dei processi produttivi e dei servizi.</i> - n. 11 - <i>Padroneggiare l'uso di strumenti tecnologici con particolare attenzione alla sicurezza e alla tutela della salute nei luoghi di lavoro, alla tutela della persona, dell'ambiente e del territorio.</i> - n. 12 - <i>Utilizzare i concetti e i fondamentali strumenti degli assi culturali per comprendere la realtà operativa in campi applicativi.</i>
Conoscenze/contenuti (sapere)	Abilità (saper fare)

I fondamenti della comunicazione I modelli di spiegazione del processo comunicativo	Distinguere e controllare le varie fasi nell'emissione e ricezione del messaggio. Individuare i fattori interni ed esterni che influenzano la percezione, l'attenzione e la memorizzazione. Comprendere come rendere la comunicazione efficace										
Tempi	MESE	settembre	ottobre	novembre	dicembre	gennaio	febbraio	marzo	aprile	maggio	giugno
Metodologia	N. ORE	6	8								
Risorse umane <ul style="list-style-type: none"> • interne • esterne 	Docente interno										
Strumenti	<ul style="list-style-type: none"> • libri di testo • articoli di quotidiani e riviste • documenti • audiovisivi • strumenti e materiali multimediali • GSuite for education 										

Valutazione

VALUTAZIONE DI PROCESSO

- comprensione della domanda o del compito
- capacità di gestione e di ricerca delle informazioni
- interventi nel corso delle lezioni sia in presenza che a distanza
- partecipazione al dibattito, nel gruppo o in classe intera
- risultati nelle prove intermedie formative
- collaborazione con i compagni
- espressione di opinioni pertinenti
- condivisione di riflessioni
- rispetto delle regole del dialogo

VALUTAZIONE DI PRODOTTO

- relazioni alla classe su argomenti approfonditi individualmente o in gruppo
- consegna lavori assegnati, anche in modalità a distanza
- produzione elaborati (audio, video, ppt....)
- prove a domande aperte
- prove di produzione scritta, seguendo consegne di varia tipologia
- prove pratiche

RIFLESSIONI SULL'ESPERIENZA

(capacità comunicative ed espressive, uso del linguaggio specifico della/e disciplina/e di riferimento, capacità di autovalutazione)

- osservazioni sistematiche
- autobiografie narrative
- rubriche valutative

COMPITO DI REALTÀ:

-Presentazione orale per sole immagini

-Album dei Ricordi: strutturazione lavoro pratico scritto che alterna immagini a rielaborazione personale, concreta e reale dei contenuti appresi in relazione alla propria esperienza personale a scuola, in famiglia, in viaggio in relazione ad un eventuale lavoro futuro.

PROGRAMMAZIONE DISCIPLINARE di Tecniche di comunicazione

CLASSE 3 Indirizzo Accoglienza Turistica

Anno scolastico 2022/23

UNITÀ DI APPRENDIMENTO PROGRAMMATA	
TITOLO	Pragmatica e Linguaggio Corporeo
RISULTATI DI APPRENDIMENTO PROFILO DI INDIRIZZO	
Competenza in uscita	<ul style="list-style-type: none"> - n° 1: Utilizzare tecniche tradizionali e innovative di lavorazione, di organizzazione, di commercializzazione dei servizi e dei prodotti enogastronomici, ristorativi e di accoglienza turistico-alberghiera, promuovendo le nuove tendenze alimentari ed enogastronomiche. - n° 2: Supportare la pianificazione e la gestione dei processi di approvvigionamento, di produzione e di vendita in un'ottica di qualità e di sviluppo della cultura dell'innovazione
Competenze intermedie	<ul style="list-style-type: none"> - n° 4: Predisporre prodotti, servizi e menù coerenti con il contesto e le esigenze della clientela (anche in relazione a specifici regimi dietetici e stili alimentari), perseguendo obiettivi di qualità, redditività e favorendo la diffusione di abitudini e stili di vita sostenibili e equilibrati. - n° 5 Curare tutte le fasi del ciclo cliente nel contesto professionale, applicando le tecniche di comunicazione più idonee ed efficaci nel rispetto delle diverse culture, delle prescrizioni religiose e delle specifiche esigenze dietetiche. - n° 7: Progettare, anche con tecnologie digitali, eventi enogastronomici e culturali che valorizzino il patrimonio delle tradizioni e delle tipicità locali, nazionali anche in contesti internazionali per la promozione del Made in Italy. - n° 8: Realizzare pacchetti di offerta turistica integrata con i principi dell'eco sostenibilità ambientale, promuovendo la vendita dei servizi e dei prodotti coerenti con il contesto territoriale, utilizzando il web. - n° 9: Gestire tutte le fasi del ciclo cliente applicando le più idonee tecniche professionali di Hospitality Management, rapportandosi con le altre aree aziendali, in un'ottica di comunicazione ed efficienza aziendale. - n° 10: Supportare le attività di budgeting-reporting aziendale e collaborare alla definizione delle strategie di Revenue Management, perseguendo obiettivi di redditività attraverso opportune azioni di marketing. - n° 11: Contribuire alle strategie di Destination Marketing attraverso la promozione dei beni culturali e ambientali, delle tipicità enogastronomiche, delle attrazioni, degli eventi e delle manifestazioni, per veicolare un'immagine riconoscibile e rappresentativa del territorio.

Assi culturali coinvolti	Asse dei linguaggi, Asse Storico Sociale, Asse Scientifico, Tecnologico e professionale																																				
Raccordi con le competenze degli insegnamenti dell'area generale	<ul style="list-style-type: none"> - n. 1 - Agire in riferimento ad un sistema di valori, coerenti con i principi della Costituzione, in base ai quali essere in grado di valutare fatti e orientare i propri comportamenti personali, sociali e professionali. - n. 2 - Utilizzare il patrimonio lessicale ed espressivo della lingua Italiana secondo le esigenze comunicative nei vari contesti: sociali, culturali, scientifici ed economici, tecnologici e professionali. - n. 3 - Riconoscere gli aspetti geografici, ecologici, territoriali dell'ambiente naturale e antropico, le connessioni con le strutture demografiche, economiche, sociali, culturali e le trasformazioni intervenute nel corso del tempo. - n. 7 - Individuare ed utilizzare le moderne forme di comunicazione visiva e multimediale anche con riferimento alle strategie espressive e agli strumenti tecnici della comunicazione in rete. - n. 8 - Utilizza le reti e gli strumenti informatici nelle attività di studio, ricerca e approfondimento. - n. 9 - Riconoscere i principali aspetti comunicativi, culturali e relazionali dell'espressività corporea ed esercitare in modo efficace la pratica sportiva per il benessere individuale e collettivo. - n. 10 - Comprendere e utilizzare i principali concetti relativi all'economia, all'organizzazione, allo svolgimento dei processi produttivi e dei servizi. - n. 11 - Padroneggiare l'uso di strumenti tecnologici con particolare attenzione alla sicurezza e alla tutela della salute nei luoghi di lavoro, alla tutela della persona, dell'ambiente e del territorio. - n. 12 - Utilizzare i concetti e i fondamentali strumenti degli assi culturali per comprendere la realtà operativa in campi applicativi. 																																				
Conoscenze/contenuti (sapere)					Abilità (saper fare)																																
Pragmatica e linguaggio corporeo pragmatica della comunicazione Linguaggio non verbale corporeo					Utilizzare il dialogo come uno strumento efficace di persuasione. Sviluppare un linguaggio empatico per ridurre le incomprensioni. Riconoscere i linguaggi del corpo. Saper osservare e interpretare gli stati d'animo propri e degli altri in modo corretto.																																
Tempi					<table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <th style="width: 10%;">MESE</th> <th style="width: 10%;">settembre</th> <th style="width: 10%;">ottobre</th> <th style="width: 10%;">novembre</th> <th style="width: 10%;">dicembre</th> <th style="width: 10%;">gennaio</th> <th style="width: 10%;">febbraio</th> <th style="width: 10%;">marzo</th> <th style="width: 10%;">aprile</th> <th style="width: 10%;">maggio</th> <th style="width: 10%;">giugno</th> </tr> <tr> <th>N. ORE</th> <td></td> <td></td> <td>8</td> <td>6</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>											MESE	settembre	ottobre	novembre	dicembre	gennaio	febbraio	marzo	aprile	maggio	giugno	N. ORE			8	6						
					MESE	settembre	ottobre	novembre	dicembre	gennaio	febbraio	marzo	aprile	maggio	giugno																						
N. ORE			8	6																																	

Metodologia	<ul style="list-style-type: none"> • lezione dialogata e interattiva • class-room • ricerca e lettura individuale • lavoro di gruppo • esercitazione pratica • problem solving • cooperative learning • costruzione di mappe concettuali, schemi e tabelle • autovalutazione • altre attività e metodologie laboratoriali
Risorse umane <ul style="list-style-type: none"> • interne • esterne 	Docente interno
Strumenti	<ul style="list-style-type: none"> • libri di testo • articoli di quotidiani e riviste • documenti • audiovisivi • strumenti e materiali multimediali • GSuite for education

Valutazione

VALUTAZIONE DI PROCESSO

- comprensione della domanda o del compito
- capacità di gestione e di ricerca delle informazioni
- interventi nel corso delle lezioni sia in presenza che a distanza
- partecipazione al dibattito, nel gruppo o in classe intera
- risultati nelle prove intermedie formative
- collaborazione con i compagni
- espressione di opinioni pertinenti
- condivisione di riflessioni
- rispetto delle regole del dialogo

VALUTAZIONE DI PRODOTTO

- relazioni alla classe su argomenti approfonditi individualmente o in gruppo
- consegna lavori assegnati, anche in modalità a distanza
- produzione elaborati (audio, video, ppt....)
- prove a domande aperte
- prove di produzione scritta, seguendo consegne di varia tipologia
- prove pratiche

RIFLESSIONI SULL'ESPERIENZA

(capacità comunicative ed espressive, uso del linguaggio specifico della/e disciplina/e di riferimento, capacità di autovalutazione)

- osservazioni sistematiche
- autobiografie narrative
- rubriche valutative

COMPITO DI REALTÀ:

Giochi di ruolo: costruzione a gruppi di simulazioni per far emergere i contenuti del testo. ricerca e definizione di parole chiave e loro significato ed esposizione alla classe in relazione al gioco di ruolo e alle pagine assegnate al gruppo.

Diario Riflessivo: rilettura del libro di testo e delle parole chiave/giochi di ruolo presentati dalla classe in un'ottica di autoanalisi, auto osservazione e auto descrizione per acquisizione di consapevolezza e competenze.

PROGRAMMAZIONE DISCIPLINARE di Tecniche di comunicazione

CLASSE 3 Indirizzo Accoglienza Turistica

Anno scolastico 2022/23

UNITÀ DI APPRENDIMENTO PROGRAMMATA	
TITOLO	La comunicazione persuasiva
RISULTATI DI APPRENDIMENTO PROFILO DI INDIRIZZO	
Competenza in uscita	<ul style="list-style-type: none"> - n° 1: <i>Utilizzare tecniche tradizionali e innovative di lavorazione, di organizzazione, di commercializzazione dei servizi e dei prodotti enogastronomici, ristorativi e di accoglienza turistico-alberghiera, promuovendo le nuove tendenze alimentari ed enogastronomiche.</i> - n° 2: <i>Supportare la pianificazione e la gestione dei processi di approvvigionamento, di produzione e di vendita in un'ottica di qualità e di sviluppo della cultura dell'innovazione</i>

Competenze intermedie	<ul style="list-style-type: none"> - n° 4: <i>Predisporre prodotti, servizi e menù coerenti con il contesto e le esigenze della clientela (anche in relazione a specifici regimi dietetici e stili alimentari), perseguendo obiettivi di qualità, redditività e favorendo la diffusione di abitudini e stili di vita sostenibili e equilibrati.</i> - n° 5 <i>Curare tutte le fasi del ciclo cliente nel contesto professionale, applicando le tecniche di comunicazione più idonee ed efficaci nel rispetto delle diverse culture, delle prescrizioni religiose e delle specifiche esigenze dietetiche.</i> - n° 7: <i>Progettare, anche con tecnologie digitali, eventi enogastronomici e culturali che valorizzino il patrimonio delle tradizioni e delle tipicità locali, nazionali anche in contesti internazionali per la promozione del Made in Italy.</i> - n° 8: <i>Realizzare pacchetti di offerta turistica integrata con i principi dell'eco sostenibilità ambientale, promuovendo la vendita dei servizi e dei prodotti coerenti con il contesto territoriale, utilizzando il web.</i> - n° 9: <i>Gestire tutte le fasi del ciclo cliente applicando le più idonee tecniche professionali di Hospitality Management, rapportandosi con le altre aree aziendali, in un'ottica di comunicazione ed efficienza aziendale.</i> - n° 10: <i>Supportare le attività di budgeting-reporting aziendale e collaborare alla definizione delle strategie di Revenue Management, perseguendo obiettivi di redditività attraverso opportune azioni di marketing.</i> - n° 11: <i>Contribuire alle strategie di Destination Marketing attraverso la promozione dei beni culturali e ambientali, delle tipicità enogastronomiche, delle attrazioni, degli eventi e delle manifestazioni, per veicolare un'immagine riconoscibile e rappresentativa del territorio.</i>
Assi culturali coinvolti	Asse dei linguaggi, Asse Storico Sociale, Asse Scientifico, Tecnologico e professionale
Raccordi con le competenze degli insegnamenti dell'area generale	<ul style="list-style-type: none"> - n. 1 - <i>Agire in riferimento ad un sistema di valori, coerenti con i principi della Costituzione, in base ai quali essere in grado di valutare fatti e orientare i propri comportamenti personali, sociali e professionali.</i> - n. 2 - <i>Utilizzare il patrimonio lessicale ed espressivo della lingua Italiana secondo le esigenze comunicative vari contesti: sociali, culturali, scientifici ed economici, tecnologici e professionali.</i> - n. 3 - <i>Riconoscere gli aspetti geografici, ecologici, territoriali dell'ambiente naturale e antropico, le connessioni con le strutture demografiche, economiche, sociali, culturali e le trasformazioni intervenute nel corso del tempo.</i> - n. 7 - <i>Individuare ed utilizza le moderne forme di comunicazione visiva e multimediale anche con riferimento alle strategie espressive e agli strumenti tecnici della comunicazione in rete.</i> - n. 8 - <i>Utilizza le reti e gli strumenti informatici nelle attività di studio, ricerca e approfondimento.</i> - n. 9 - <i>Riconoscere i principali aspetti comunicativi, culturali e relazionali dell'espressività corporea ed esercitare in modo efficace la pratica sportiva per il benessere individuale e collettivo.</i> - n. 10 - <i>Comprendere e utilizzare i principali concetti relativi all'economia, all'organizzazione, allo svolgimento dei processi produttivi e dei servizi.</i> - n. 11 - <i>Padroneggiare l'uso di strumenti tecnologici con particolare attenzione alla sicurezza e alla tutela della salute nei luoghi di lavoro, alla tutela della persona, dell'ambiente e del territorio.</i> - n. 12 - <i>Utilizzare i concetti e i fondamentali strumenti degli assi culturali per comprendere la realtà operativa in campi applicativi.</i>
Conoscenze/contenuti (sapere)	Abilità (saper fare)

La comunicazione persuasiva La percezione soggettiva della realtà		Sviluppare un rapporto empatico, avendo la capacità di saper interpretare i bisogni del cliente. Sviluppare le proprie capacità comunicative.									
Tempi	MESE	settembre	ottobre	novembre	dicembre	gennaio	febbraio	marzo	aprile	maggio	giugno
	N. ORE					6	8	8			
Metodologia	<ul style="list-style-type: none"> • lezione dialogata e interattiva • class-room • ricerca e lettura individuale • lavoro di gruppo • esercitazione pratica • problem solving • cooperative learning • costruzione di mappe concettuali, schemi e tabelle • autovalutazione • altre attività e metodologie laboratoriali 										
Risorse umane • interne • esterne	Docente interno										
Strumenti	<ul style="list-style-type: none"> • libri di testo • articoli di quotidiani e riviste • documenti • audiovisivi • strumenti e materiali multimediali • GSuite for education 										

Valutazione

VALUTAZIONE DI PROCESSO

- comprensione della domanda o del compito
- capacità di gestione e di ricerca delle informazioni
- interventi nel corso delle lezioni sia in presenza che a distanza
- partecipazione al dibattito, nel gruppo o in classe intera
- risultati nelle prove intermedie formative
- collaborazione con i compagni
- espressione di opinioni pertinenti
- condivisione di riflessioni
- rispetto delle regole del dialogo

VALUTAZIONE DI PRODOTTO

- relazioni alla classe su argomenti approfonditi individualmente o in gruppo
- consegna lavori assegnati, anche in modalità a distanza
- produzione elaborati (audio, video, ppt....)
- prove a domande aperte
- prove di produzione scritta, seguendo consegne di varia tipologia
- prove pratiche

RIFLESSIONI SULL'ESPERIENZA

(capacità comunicative ed espressive, uso del linguaggio specifico della/e disciplina/e di riferimento, capacità di autovalutazione)

- osservazioni sistematiche
- autobiografie narrative
- rubriche valutative

COMPITO DI REALTÀ:

Analisi, studio e ricerca di alcuni **esempi di pubblicità** e loro caratteristiche

Studio di Caso: analisi e ricerca di un **marchio/logo/azienda** e delle sue modalità comunicative, promozionali, pubblicitarie

PROGRAMMAZIONE DISCIPLINARE di Tecniche di comunicazione

CLASSE 3 Indirizzo Accoglienza Turistica

Anno scolastico 2022/23

UNITÀ DI APPRENDIMENTO PROGRAMMATA	
TITOLO	La scuola, la Famiglia, il Lavoro, gli Amici
RISULTATI DI APPRENDIMENTO PROFILO DI INDIRIZZO	
Competenza in uscita	<ul style="list-style-type: none"> - n° 1: <i>Utilizzare tecniche tradizionali e innovative di lavorazione, di organizzazione, di commercializzazione dei servizi e dei prodotti enogastronomici, ristorativi e di accoglienza turistico-alberghiera, promuovendo le nuove tendenze alimentari ed enogastronomiche.</i> - n° 2: <i>Supportare la pianificazione e la gestione dei processi di approvvigionamento, di produzione e di vendita in un'ottica di qualità e di sviluppo della cultura dell'innovazione</i>

Competenze intermedie	<ul style="list-style-type: none"> - n° 4: <i>Predisporre prodotti, servizi e menù coerenti con il contesto e le esigenze della clientela (anche in relazione a specifici regimi dietetici e stili alimentari), perseguendo obiettivi di qualità, redditività e favorendo la diffusione di abitudini e stili di vita sostenibili e equilibrati.</i> - n° 5 <i>Curare tutte le fasi del ciclo cliente nel contesto professionale, applicando le tecniche di comunicazione più idonee ed efficaci nel rispetto delle diverse culture, delle prescrizioni religiose e delle specifiche esigenze dietetiche.</i> - n° 7: <i>Progettare, anche con tecnologie digitali, eventi enogastronomici e culturali che valorizzino il patrimonio delle tradizioni e delle tipicità locali, nazionali anche in contesti internazionali per la promozione del Made in Italy.</i> - n° 8: <i>Realizzare pacchetti di offerta turistica integrata con i principi dell'eco sostenibilità ambientale, promuovendo la vendita dei servizi e dei prodotti coerenti con il contesto territoriale, utilizzando il web.</i> - n° 9: <i>Gestire tutte le fasi del ciclo cliente applicando le più idonee tecniche professionali di Hospitality Management, rapportandosi con le altre aree aziendali, in un'ottica di comunicazione ed efficienza aziendale.</i> - n° 10: <i>Supportare le attività di budgeting-reporting aziendale e collaborare alla definizione delle strategie di Revenue Management, perseguendo obiettivi di redditività attraverso opportune azioni di marketing.</i> - n° 11: <i>Contribuire alle strategie di Destination Marketing attraverso la promozione dei beni culturali e ambientali, delle tipicità enogastronomiche, delle attrazioni, degli eventi e delle manifestazioni, per veicolare un'immagine riconoscibile e rappresentativa del territorio.</i>
Assi culturali coinvolti	Asse dei linguaggi, Asse Storico Sociale, Asse Scientifico, Tecnologico e professionale
Raccordi con le competenze degli insegnamenti dell'area generale	<ul style="list-style-type: none"> - n. 1 - <i>Agire in riferimento ad un sistema di valori, coerenti con i principi della Costituzione, in base ai quali essere in grado di valutare fatti e orientare i propri comportamenti personali, sociali e professionali.</i> - n. 2 - <i>Utilizzare il patrimonio lessicale ed espressivo della lingua Italiana secondo le esigenze comunicative nei vari contesti: sociali, culturali, scientifici ed economici, tecnologici e professionali.</i> - n. 3 - <i>Riconoscere gli aspetti geografici, ecologici, territoriali dell'ambiente naturale e antropico, le connessioni con le strutture demografiche, economiche, sociali, culturali e le trasformazioni intervenute nel corso del tempo.</i> - n. 7 - <i>Individuare ed utilizzare le moderne forme di comunicazione visiva e multimediale anche con riferimento alle strategie espressive e agli strumenti tecnici della comunicazione in rete.</i> - n. 8 - <i>Utilizza le reti e gli strumenti informatici nelle attività di studio, ricerca e approfondimento.</i> - n. 9 - <i>Riconoscere i principali aspetti comunicativi, culturali e relazionali dell'espressività corporea ed esercitare in modo efficace la pratica sportiva per il benessere individuale e collettivo.</i> - n. 10 - <i>Comprendere e utilizzare i principali concetti relativi all'economia, all'organizzazione, allo svolgimento dei processi produttivi e dei servizi.</i> - n. 11 - <i>Padroneggiare l'uso di strumenti tecnologici con particolare attenzione alla sicurezza e alla tutela della salute nei luoghi di lavoro, alla tutela della persona, dell'ambiente e del territorio.</i> - n. 12 - <i>Utilizzare i concetti e i fondamentali strumenti degli assi culturali per comprendere la realtà operativa in campi applicativi.</i>
Conoscenze/contenuti (sapere)	Abilità (saper fare)

Ripresa dei contenuti di tutto l'anno scolastico	<p>Saper applicare le conoscenze e declinarle nella realtà Riflettere sulle proprie inclinazioni, caratteristiche, modalità comunicative e relazionali nei contesti di vita e di lavoro Aumentare le conoscenze, le consapevolezze, le capacità autocritica e metacognitiva in relazione al proprio vissuto di vita.</p>										
Tempi	MESE	settembre	ottobre	novembre	dicembre	gennaio	febbraio	marzo	aprile	maggio	giugno
Metodologia	N. ORE								8	8	2
Risorse umane <ul style="list-style-type: none"> • interne • esterne 	Docente interno										
Strumenti	<ul style="list-style-type: none"> • libri di testo • articoli di quotidiani e riviste • documenti • audiovisivi • strumenti e materiali multimediali • GSuite for education 										

Valutazione

VALUTAZIONE DI PROCESSO

- comprensione della domanda o del compito
- capacità di gestione e di ricerca delle informazioni
- interventi nel corso delle lezioni sia in presenza che a distanza
- partecipazione al dibattito, nel gruppo o in classe intera
- risultati nelle prove intermedie formative
- collaborazione con i compagni
- espressione di opinioni pertinenti
- condivisione di riflessioni
- rispetto delle regole del dialogo

VALUTAZIONE DI PRODOTTO

- relazioni alla classe su argomenti approfonditi individualmente o in gruppo
- consegna lavori assegnati, anche in modalità a distanza
- produzione elaborati (audio, video, ppt....)
- prove a domande aperte
- prove di produzione scritta, seguendo consegne di varia tipologia
- prove pratiche

RIFLESSIONI SULL'ESPERIENZA

(capacità comunicative ed espressive, uso del linguaggio specifico della/e disciplina/e di riferimento, capacità di autovalutazione)

- osservazioni sistematiche
- autobiografie narrative
- rubriche valutative

COMPITO DI REALTÀ:

Cortometraggio: strutturazione e stesura di un copione/trama e poi realizzazione di un cortometraggio che riassume le conoscenze, abilità e competenze acquisite durante l'anno scolastico in relazione alle tecniche di comunicazione e alle competenze del personale e delle professioni dell'accoglienza turistica.

PROGRAMMAZIONE DISCIPLINARE di Tecniche di comunicazione

CLASSE 4 Indirizzo Accoglienza Turistica

Anno scolastico 2022/23

UNITÀ DI APPRENDIMENTO PROGRAMMATA	
TITOLO	Comunicazione efficace e competenze relazionali nel settore turistico
RISULTATI DI APPRENDIMENTO PROFILO DI INDIRIZZO	
Competenza in uscita	<ul style="list-style-type: none"> - n° 1: <i>Utilizzare tecniche tradizionali e innovative di lavorazione, di organizzazione, di commercializzazione dei servizi e dei prodotti enogastronomici, ristorativi e di accoglienza turistico-alberghiera, promuovendo le nuove tendenze alimentari ed enogastronomiche.</i> - n° 2: <i>Supportare la pianificazione e la gestione dei processi di approvvigionamento, di produzione e di vendita in un'ottica di qualità e di sviluppo della cultura dell'innovazione</i> - n° 4: <i>Predisporre prodotti, servizi e menù coerenti con il contesto e le esigenze della clientela (anche in relazione a specifici regimi dietetici e stili alimentari), perseguendo obiettivi di qualità, redditività e favorendo la diffusione di abitudini e stili di vita sostenibili e equilibrati.</i> - n° 5 <i>Curare tutte le fasi del ciclo cliente nel contesto professionale, applicando le tecniche di comunicazione più idonee ed efficaci nel rispetto delle diverse culture, delle prescrizioni religiose e delle specifiche esigenze dietetiche.</i> - n° 7: <i>Progettare, anche con tecnologie digitali, eventi enogastronomici e culturali che valorizzino il patrimonio delle tradizioni e delle tipicità locali, nazionali anche in contesti internazionali per la promozione del Made in Italy.</i> - n° 8: <i>Realizzare pacchetti di offerta turistica integrata con i principi dell'eco sostenibilità ambientale, promuovendo la vendita dei servizi e dei prodotti coerenti con il contesto territoriale, utilizzando il web.</i>

Competenze intermedie	<ul style="list-style-type: none"> - - n° 9: <i>Gestire tutte le fasi del ciclo cliente applicando le più idonee tecniche professionali di Hospitality Management, rapportandosi con le altre aree aziendali, in un'ottica di comunicazione ed efficienza aziendale.</i> - n° 10: <i>Supportare le attività di budgeting-reporting aziendale e collaborare alla definizione delle strategie di Revenue Management, perseguendo obiettivi di redditività attraverso opportune azioni di marketing.</i> - n° 11: <i>Contribuire alle strategie di Destination Marketing attraverso la promozione dei beni culturali e ambientali, delle tipicità enogastronomiche, delle attrazioni, degli eventi e delle manifestazioni, per veicolare un'immagine riconoscibile e rappresentativa del territorio.</i>
Assi culturali coinvolti	Asse dei linguaggi, Asse Storico Sociale, Asse Scientifico, Tecnologico e professionale
Raccordi con le competenze degli insegnamenti dell'area generale	<ul style="list-style-type: none"> - n. 1 - <i>Agire in riferimento ad un sistema di valori, coerenti con i principi della Costituzione, in base ai quali essere in grado di valutare fatti e orientare i propri comportamenti personali, sociali e professionali.</i> - n. 2 - <i>Utilizzare il patrimonio lessicale ed espressivo della lingua Italiana secondo le esigenze comunicative nei vari contesti: sociali, culturali, scientifici ed economici, tecnologici e professionali.</i> - n. 3 - <i>Riconoscere gli aspetti geografici, ecologici, territoriali dell'ambiente naturale e antropico, le connessioni con le strutture demografiche, economiche, sociali, culturali e le trasformazioni intervenute nel corso del tempo.</i> - n. 7 - <i>Individuare ed utilizzare le moderne forme di comunicazione visiva e multimediale anche con riferimento alle strategie espressive e agli strumenti tecnici della comunicazione in rete.</i> - n. 8 - <i>Utilizza le reti e gli strumenti informatici nelle attività di studio, ricerca e approfondimento.</i> - n. 9 - <i>Riconoscere i principali aspetti comunicativi, culturali e relazionali dell'espressività corporea ed esercitare in modo efficace la pratica sportiva per il benessere individuale e collettivo.</i> - n. 10 - <i>Comprendere e utilizzare i principali concetti relativi all'economia, all'organizzazione, allo svolgimento dei processi produttivi e dei servizi.</i> - n. 11 - <i>Padroneggiare l'uso di strumenti tecnologici con particolare attenzione alla sicurezza e alla tutela della salute nei luoghi di lavoro, alla tutela della persona, dell'ambiente e del territorio.</i> - n. 12 - <i>Utilizzare i concetti e i fondamentali strumenti degli assi culturali per comprendere la realtà operativa in campi applicativi.</i>
Conoscenze/contenuti (sapere)	Abilità (saper fare)
Comunicazione efficace Competenze relazionali nel settore turistico	<p>Individuare emozioni in sé e negli altri Considerare il proprio punto di vista e quello altrui Manifestare intenzioni, opinioni, interessi Riconoscere il proprio stile comunicativo Riflettere e connettere la propria persona al mondo del lavoro</p>

Tempi	MESE	settembre	ottobre	novembre	dicembre	gennaio	febbraio	marzo	aprile	maggio	giugno
	N. ORE	6	8								
Metodologia	<ul style="list-style-type: none"> • lezione dialogata e interattiva • class-room • ricerca e lettura individuale • lavoro di gruppo • simulazione • esercitazione pratica • problem solving • cooperative learning • costruzione di mappe concettuali, schemi e tabelle • autovalutazione • altre attività e metodologie laboratoriali 										
Risorse umane <ul style="list-style-type: none"> • interne • esterne 	Docente interno										
Strumenti	<ul style="list-style-type: none"> • libri di testo • articoli di quotidiani e riviste • documenti • audiovisivi • strumenti e materiali multimediali • GSuite for education 										

Valutazione

VALUTAZIONE DI PROCESSO

- comprensione della domanda o del compito
- capacità di gestione e di ricerca delle informazioni
- interventi nel corso delle lezioni sia in presenza che a distanza
- partecipazione al dibattito, nel gruppo o in classe intera
- risultati nelle prove intermedie formative
- collaborazione con i compagni
- espressione di opinioni pertinenti
- condivisione di riflessioni
- rispetto delle regole del dialogo

VALUTAZIONE DI PRODOTTO

- relazioni alla classe su argomenti approfonditi individualmente o in gruppo
- consegna lavori assegnati, anche in modalità a distanza
- produzione elaborati (audio, video, ppt....)
- prove a domande aperte
- prove di produzione scritta, seguendo consegne di varia tipologia
- prove pratiche

RIFLESSIONI SULL'ESPERIENZA

(capacità comunicative ed espressive, uso del linguaggio specifico della/e disciplina/e di riferimento, capacità di autovalutazione)

- osservazioni sistematiche
- autobiografie narrative
- rubriche valutative

COMPITO DI REALTÀ:

Costruzione **Gioco di ruolo** da proporre alla classe in relazione ai contenuti assegnati a ciascun gruppo di lavoro, sia in relazione al contesti di vita degli studenti (amici, scuola, famiglia etc) sia legati alle professioni e mansioni dell'accoglienza turistica.

Costruzione di una **presentazione di sole immagini** da proporre a chiusura del gioco di ruolo per rinforzare le conoscenze a cui si è dato vita nella simulazione.

PROGRAMMAZIONE DISCIPLINARE di Tecniche di comunicazione

CLASSE 4 Indirizzo Accoglienza Turistica

Anno scolastico 2022/23

UNITÀ DI APPRENDIMENTO PROGRAMMATA	
TITOLO	Vita sana e benessere
RISULTATI DI APPRENDIMENTO PROFILO DI INDIRIZZO	
Competenza in uscita	<ul style="list-style-type: none"> - n° 1: <i>Utilizzare tecniche tradizionali e innovative di lavorazione, di organizzazione, di commercializzazione dei servizi e dei prodotti enogastronomici, ristorativi e di accoglienza turistico-alberghiera, promuovendo le nuove tendenze alimentari ed enogastronomiche.</i> - n° 2: <i>Supportare la pianificazione e la gestione dei processi di approvvigionamento, di produzione e di vendita in un'ottica di qualità e di sviluppo della cultura dell'innovazione</i> - n° 4: <i>Predisporre prodotti, servizi e menù coerenti con il contesto e le esigenze della clientela (anche in relazione a specifici regimi dietetici e stili alimentari), perseguendo obiettivi di qualità, redditività e favorendo la diffusione di abitudini e stili di vita sostenibili e equilibrati.</i> - n° 5 <i>Curare tutte le fasi del ciclo cliente nel contesto professionale, applicando le tecniche di comunicazione più idonee ed efficaci nel rispetto delle diverse culture, delle prescrizioni religiose e delle specifiche esigenze dietetiche.</i> - n° 7: <i>Progettare, anche con tecnologie digitali, eventi enogastronomici e culturali che valorizzino il patrimonio delle tradizioni e delle tipicità locali, nazionali anche in contesti internazionali per la promozione del Made in Italy.</i> - n° 8: <i>Realizzare pacchetti di offerta turistica integrata con i principi dell'eco sostenibilità ambientale, promuovendo la vendita dei servizi e dei prodotti coerenti con il contesto territoriale, utilizzando il web.</i>

Metodologia	<ul style="list-style-type: none">● lezione dialogata e interattiva● class-room● ricerca e lettura individuale● lavoro di gruppo● simulazione● esercitazione pratica● problem solving● cooperative learning● costruzione di mappe concettuali, schemi e tabelle● autovalutazione● altre attività e metodologie laboratoriali
Risorse umane <ul style="list-style-type: none">● interne● esterne	Docente interno
Strumenti	<ul style="list-style-type: none">● libri di testo● articoli di quotidiani e riviste● documenti● audiovisivi● strumenti e materiali multimediali● GSuite for education

Valutazione

VALUTAZIONE DI PROCESSO

- comprensione della domanda o del compito
- capacità di gestione e di ricerca delle informazioni
- interventi nel corso delle lezioni sia in presenza che a distanza
- partecipazione al dibattito, nel gruppo o in classe intera
- risultati nelle prove intermedie formative
- collaborazione con i compagni
- espressione di opinioni pertinenti
- condivisione di riflessioni
- rispetto delle regole del dialogo

VALUTAZIONE DI PRODOTTO

- relazioni alla classe su argomenti approfonditi individualmente o in gruppo
- consegna lavori assegnati, anche in modalità a distanza
- produzione elaborati (audio, video, ppt....)
- prove a domande aperte
- prove di produzione scritta, seguendo consegne di varia tipologia
- prove pratiche

RIFLESSIONI SULL'ESPERIENZA

(capacità comunicative ed espressive, uso del linguaggio specifico della/e disciplina/e di riferimento, capacità di autovalutazione)

- osservazioni sistematiche
- autobiografie narrative
- rubriche valutative

COMPITO DI REALTÀ:

Costruzione **Decalogo** con i principi per garantire vita sana e promuovere benessere.

Costruzione di un **volantino/depliant** come strumento di promozione e prevenzione a partire da uno dei 10 principi elaborati.

PROGRAMMAZIONE DISCIPLINARE di Tecniche di comunicazione

CLASSE 4 Indirizzo Accoglienza Turistica

Anno scolastico 2022/23

UNITÀ DI APPRENDIMENTO PROGRAMMATA	
TITOLO	Il gruppo e le sue caratteristiche
RISULTATI DI APPRENDIMENTO PROFILO DI INDIRIZZO	
Competenza in uscita	<ul style="list-style-type: none"> - n° 1: <i>Utilizzare tecniche tradizionali e innovative di lavorazione, di organizzazione, di commercializzazione dei servizi e dei prodotti enogastronomici, ristorativi e di accoglienza turistico-alberghiera, promuovendo le nuove tendenze alimentari ed enogastronomiche.</i> - n° 2: <i>Supportare la pianificazione e la gestione dei processi di approvvigionamento, di produzione e di vendita in un'ottica di qualità e di sviluppo della cultura dell'innovazione</i> - n° 4: <i>Predisporre prodotti, servizi e menù coerenti con il contesto e le esigenze della clientela (anche in relazione a specifici regimi dietetici e stili alimentari), perseguendo obiettivi di qualità, redditività e favorendo la diffusione di abitudini e stili di vita sostenibili e equilibrati.</i> - n° 5 <i>Curare tutte le fasi del ciclo cliente nel contesto professionale, applicando le tecniche di comunicazione più idonee ed efficaci nel rispetto delle diverse culture, delle prescrizioni religiose e delle specifiche esigenze dietetiche.</i> - n° 7: <i>Progettare, anche con tecnologie digitali, eventi enogastronomici e culturali che valorizzino il patrimonio delle tradizioni e delle tipicità locali, nazionali anche in contesti internazionali per la promozione del Made in Italy.</i> - n° 8: <i>Realizzare pacchetti di offerta turistica integrata con i principi dell'eco sostenibilità ambientale, promuovendo la vendita dei servizi e dei prodotti coerenti con il contesto territoriale, utilizzando il web.</i>

Competenze intermedie	<ul style="list-style-type: none"> - - n° 9: <i>Gestire tutte le fasi del ciclo cliente applicando le più idonee tecniche professionali di Hospitality Management, rapportandosi con le altre aree aziendali, in un'ottica di comunicazione ed efficienza aziendale.</i> - n° 10: <i>Supportare le attività di budgeting-reporting aziendale e collaborare alla definizione delle strategie di Revenue Management, perseguendo obiettivi di redditività attraverso opportune azioni di marketing.</i> - n° 11: <i>Contribuire alle strategie di Destination Marketing attraverso la promozione dei beni culturali e ambientali, delle tipicità enogastronomiche, delle attrazioni, degli eventi e delle manifestazioni, per veicolare un'immagine riconoscibile e rappresentativa del territorio.</i> 																						
Assi culturali coinvolti	Asse dei linguaggi, Asse Storico Sociale, Asse Scientifico, Tecnologico e professionale																						
Raccordi con le competenze degli insegnamenti dell'area generale	<ul style="list-style-type: none"> - n. 1 - <i>Agire in riferimento ad un sistema di valori, coerenti con i principi della Costituzione, in base ai quali essere in grado di valutare fatti e orientare i propri comportamenti personali, sociali e professionali.</i> - n. 2 - <i>Utilizzare il patrimonio lessicale ed espressivo della lingua Italiana secondo le esigenze comunicative nei vari contesti: sociali, culturali, scientifici ed economici, tecnologici e professionali.</i> - n. 3 - <i>Riconoscere gli aspetti geografici, ecologici, territoriali dell'ambiente naturale e antropico, le connessioni con le strutture demografiche, economiche, sociali, culturali e le trasformazioni intervenute nel corso del tempo.</i> - n. 7 - <i>Individuare ed utilizzare le moderne forme di comunicazione visiva e multimediale anche con riferimento alle strategie espressive e agli strumenti tecnici della comunicazione in rete.</i> - n. 8 - <i>Utilizza le reti e gli strumenti informatici nelle attività di studio, ricerca e approfondimento.</i> - n. 9 - <i>Riconoscere i principali aspetti comunicativi, culturali e relazionali dell'espressività corporea ed esercitare in modo efficace la pratica sportiva per il benessere individuale e collettivo.</i> - n. 10 - <i>Comprendere e utilizzare i principali concetti relativi all'economia, all'organizzazione, allo svolgimento dei processi produttivi e dei servizi.</i> - n. 11 - <i>Padroneggiare l'uso di strumenti tecnologici con particolare attenzione alla sicurezza e alla tutela della salute nei luoghi di lavoro, alla tutela della persona, dell'ambiente e del territorio.</i> - n. 12 - <i>Utilizzare i concetti e i fondamentali strumenti degli assi culturali per comprendere la realtà operativa in campi applicativi.</i> 																						
Conoscenze/contenuti (sapere)	Abilità (saper fare)																						
Il gruppo e le sue caratteristiche Struttura, reti, dinamiche	<p>Osservare le dinamiche dei gruppi Riconoscere gli stili di leadership Riconoscere stili costruttivi e distruttivi in un gruppo</p>																						
Tempi	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <thead> <tr> <th style="width: 10%;">MESE</th> <th style="width: 10%;">settembre</th> <th style="width: 10%;">ottobre</th> <th style="width: 10%;">novembre</th> <th style="width: 10%;">dicembre</th> <th style="width: 10%;">gennaio</th> <th style="width: 10%;">febbraio</th> <th style="width: 10%;">marzo</th> <th style="width: 10%;">aprile</th> <th style="width: 10%;">maggio</th> <th style="width: 10%;">giugno</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>N. ORE</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>6</td> <td>8</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	MESE	settembre	ottobre	novembre	dicembre	gennaio	febbraio	marzo	aprile	maggio	giugno	N. ORE					6	8				
MESE	settembre	ottobre	novembre	dicembre	gennaio	febbraio	marzo	aprile	maggio	giugno													
N. ORE					6	8																	

Metodologia	<ul style="list-style-type: none">● lezione dialogata e interattiva● class-room● ricerca e lettura individuale● lavoro di gruppo● simulazione● esercitazione pratica● problem solving● cooperative learning● costruzione di mappe concettuali, schemi e tabelle● autovalutazione● altre attività e metodologie laboratoriali
Risorse umane <ul style="list-style-type: none">● interne● esterne	Docente interno
Strumenti	<ul style="list-style-type: none">● libri di testo● articoli di quotidiani e riviste● documenti● audiovisivi● strumenti e materiali multimediali● GSuite for education

Valutazione

VALUTAZIONE DI PROCESSO

- comprensione della domanda o del compito
- capacità di gestione e di ricerca delle informazioni
- interventi nel corso delle lezioni sia in presenza che a distanza
- partecipazione al dibattito, nel gruppo o in classe intera
- risultati nelle prove intermedie formative
- collaborazione con i compagni
- espressione di opinioni pertinenti
- condivisione di riflessioni
- rispetto delle regole del dialogo

VALUTAZIONE DI PRODOTTO

- relazioni alla classe su argomenti approfonditi individualmente o in gruppo
- consegna lavori assegnati, anche in modalità a distanza
- produzione elaborati (audio, video, ppt....)
- prove a domande aperte
- prove di produzione scritta, seguendo consegne di varia tipologia
- prove pratiche

RIFLESSIONI SULL'ESPERIENZA

(capacità comunicative ed espressive, uso del linguaggio specifico della/e disciplina/e di riferimento, capacità di autovalutazione)

- osservazioni sistematiche
- autobiografie narrative
- rubriche valutative

COMPITO DI REALTÀ:

Interviste ad amici, compagni, parenti, datori di lavoro (legati ai profili e alle mansioni dell'accoglienza turistica) per osservare, elaborare e approfondire nella realtà le tematiche del libro di testo e le dinamiche comunicative e relazionali nei gruppi di lavoro.

PROGRAMMAZIONE DISCIPLINARE di Tecniche di comunicazione

CLASSE 4 Indirizzo Accoglienza Turistica

Anno scolastico 2022/23

UNITÀ DI APPRENDIMENTO PROGRAMMATA	
TITOLO	Il team work
RISULTATI DI APPRENDIMENTO PROFILO DI INDIRIZZO	
Competenza in uscita	<ul style="list-style-type: none"> - n° 1: <i>Utilizzare tecniche tradizionali e innovative di lavorazione, di organizzazione, di commercializzazione dei servizi e dei prodotti enogastronomici, ristorativi e di accoglienza turistico-alberghiera, promuovendo le nuove tendenze alimentari ed enogastronomiche.</i> - n° 2: <i>Supportare la pianificazione e la gestione dei processi di approvvigionamento, di produzione e di vendita in un'ottica di qualità e di sviluppo della cultura dell'innovazione</i> - n° 4: <i>Predisporre prodotti, servizi e menù coerenti con il contesto e le esigenze della clientela (anche in relazione a specifici regimi dietetici e stili alimentari), perseguendo obiettivi di qualità, redditività e favorendo la diffusione di abitudini e stili di vita sostenibili e equilibrati.</i> - n° 5 <i>Curare tutte le fasi del ciclo cliente nel contesto professionale, applicando le tecniche di comunicazione più idonee ed efficaci nel rispetto delle diverse culture, delle prescrizioni religiose e delle specifiche esigenze dietetiche.</i> - n° 7: <i>Progettare, anche con tecnologie digitali, eventi enogastronomici e culturali che valorizzino il patrimonio delle tradizioni e delle tipicità locali, nazionali anche in contesti internazionali per la promozione del Made in Italy.</i> - n° 8: <i>Realizzare pacchetti di offerta turistica integrata con i principi dell'eco sostenibilità ambientale, promuovendo la vendita dei servizi e dei prodotti coerenti con il contesto territoriale, utilizzando il web.</i>

Competenze intermedie	<ul style="list-style-type: none"> - n° 9: <i>Gestire tutte le fasi del ciclo cliente applicando le più idonee tecniche professionali di Hospitality Management, rapportandosi con le altre aree aziendali, in un'ottica di comunicazione ed efficienza aziendale.</i> - n° 10: <i>Supportare le attività di budgeting-reporting aziendale e collaborare alla definizione delle strategie di Revenue Management, perseguendo obiettivi di redditività attraverso opportune azioni di marketing.</i> - n° 11: <i>Contribuire alle strategie di Destination Marketing attraverso la promozione dei beni culturali e ambientali, delle tipicità enogastronomiche, delle attrazioni, degli eventi e delle manifestazioni, per veicolare un'immagine riconoscibile e rappresentativa del territorio.</i> 																						
Assi culturali coinvolti	Asse dei linguaggi, Asse Storico Sociale, Asse Scientifico, Tecnologico e professionale																						
Raccordi con le competenze degli insegnamenti dell'area generale	<ul style="list-style-type: none"> - n. 1 - <i>Agire in riferimento ad un sistema di valori, coerenti con i principi della Costituzione, in base ai quali essere in grado di valutare fatti e orientare i propri comportamenti personali, sociali e professionali.</i> - n. 2 - <i>Utilizzare il patrimonio lessicale ed espressivo della lingua Italiana secondo le esigenze comunicative vari contesti: sociali, culturali, scientifici ed economici, tecnologici e professionali.</i> - n. 3 - <i>Riconoscere gli aspetti geografici, ecologici, territoriali dell'ambiente naturale e antropico, le connessioni con le strutture demografiche, economiche, sociali, culturali e le trasformazioni intervenute nel corso del tempo.</i> - n. 7 - <i>Individuare ed utilizza le moderne forme di comunicazione visiva e multimediale anche con riferimento alle strategie espressive e agli strumenti tecnici della comunicazione in rete.</i> - n. 8 - <i>Utilizza le reti e gli strumenti informatici nelle attività di studio, ricerca e approfondimento.</i> - n. 9 - <i>Riconoscere i principali aspetti comunicativi, culturali e relazionali dell'espressività corporea ed esercitare in modo efficace la pratica sportiva per il benessere individuale e collettivo.</i> - n. 10 - <i>Comprendere e utilizzare i principali concetti relativi all'economia, all'organizzazione, allo svolgimento dei processi produttivi e dei servizi.</i> - n. 11 - <i>Padroneggiare l'uso di strumenti tecnologici con particolare attenzione alla sicurezza e alla tutela della salute nei luoghi di lavoro, alla tutela della persona, dell'ambiente e del territorio.</i> - n. 12 - <i>Utilizzare i concetti e i fondamentali strumenti degli assi culturali per comprendere la realtà operativa in campi applicativi.</i> 																						
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%;">Conoscenze/contenuti (sapere)</td> <td style="width: 50%;">Abilità (saper fare)</td> </tr> </table>		Conoscenze/contenuti (sapere)	Abilità (saper fare)																				
Conoscenze/contenuti (sapere)	Abilità (saper fare)																						
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%;">Il team working</td> <td style="width: 50%;">Riconoscere le situazioni positive in un gruppo di lavoro</td> </tr> <tr> <td>Efficacia in un team</td> <td>Osservare il lavoro di squadra secondo il suo buon funzionamento</td> </tr> <tr> <td>Tappe evolutive, lavori di squadra, relazioni nel gruppo</td> <td>Identificare strategie di comunicazioni efficaci nel gruppo</td> </tr> </table>		Il team working	Riconoscere le situazioni positive in un gruppo di lavoro	Efficacia in un team	Osservare il lavoro di squadra secondo il suo buon funzionamento	Tappe evolutive, lavori di squadra, relazioni nel gruppo	Identificare strategie di comunicazioni efficaci nel gruppo																
Il team working	Riconoscere le situazioni positive in un gruppo di lavoro																						
Efficacia in un team	Osservare il lavoro di squadra secondo il suo buon funzionamento																						
Tappe evolutive, lavori di squadra, relazioni nel gruppo	Identificare strategie di comunicazioni efficaci nel gruppo																						
Tempi	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <tr> <th style="width: 10%;">MESE</th> <th style="width: 10%;">settembre</th> <th style="width: 10%;">ottobre</th> <th style="width: 10%;">novembre</th> <th style="width: 10%;">dicembre</th> <th style="width: 10%;">gennaio</th> <th style="width: 10%;">febbraio</th> <th style="width: 10%;">marzo</th> <th style="width: 10%;">aprile</th> <th style="width: 10%;">maggio</th> <th style="width: 10%;">giugno</th> </tr> <tr> <td>N. ORE</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>8</td> <td>8</td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	MESE	settembre	ottobre	novembre	dicembre	gennaio	febbraio	marzo	aprile	maggio	giugno	N. ORE							8	8		
MESE	settembre	ottobre	novembre	dicembre	gennaio	febbraio	marzo	aprile	maggio	giugno													
N. ORE							8	8															

Metodologia	<ul style="list-style-type: none">● lezione dialogata e interattiva● class-room● ricerca e lettura individuale● lavoro di gruppo● simulazione● esercitazione pratica● problem solving● cooperative learning● costruzione di mappe concettuali, schemi e tabelle● autovalutazione● altre attività e metodologie laboratoriali
Risorse umane <ul style="list-style-type: none">● interne● esterne	Docente interno
Strumenti	<ul style="list-style-type: none">● libri di testo● articoli di quotidiani e riviste● documenti● audiovisivi● strumenti e materiali multimediali● GSuite for education

Valutazione

VALUTAZIONE DI PROCESSO

- comprensione della domanda o del compito
- capacità di gestione e di ricerca delle informazioni
- interventi nel corso delle lezioni sia in presenza che a distanza
- partecipazione al dibattito, nel gruppo o in classe intera
- risultati nelle prove intermedie formative
- collaborazione con i compagni
- espressione di opinioni pertinenti
- condivisione di riflessioni
- rispetto delle regole del dialogo

VALUTAZIONE DI PRODOTTO

- relazioni alla classe su argomenti approfonditi individualmente o in gruppo
- consegna lavori assegnati, anche in modalità a distanza
- produzione elaborati (audio, video, ppt....)
- prove a domande aperte
- prove di produzione scritta, seguendo consegne di varia tipologia
- prove pratiche

RIFLESSIONI SULL'ESPERIENZA

(capacità comunicative ed espressive, uso del linguaggio specifico della/e disciplina/e di riferimento, capacità di autovalutazione)

- osservazioni sistematiche
- autobiografie narrative
- rubriche valutative

COMPITO DI REALTÀ:

Pagine di **diario riflessivo**: testo per autovalutare le proprie competenze in relazione ai contenuti del libro di testo, ovvero rileggersi personalmente all'interno di un gruppo e nelle dinamiche di team working.

PROGRAMMAZIONE DISCIPLINARE di Tecniche di comunicazione

CLASSE 4 Indirizzo Accoglienza Turistica

Anno scolastico 2022/23

UNITÀ DI APPRENDIMENTO PROGRAMMATA	
TITOLO	La Scuola, la Famiglia, il Lavoro, gli Amici.
RISULTATI DI APPRENDIMENTO PROFILO DI INDIRIZZO	
Competenza in uscita	<ul style="list-style-type: none"> - n° 1: <i>Utilizzare tecniche tradizionali e innovative di lavorazione, di organizzazione, di commercializzazione dei servizi e dei prodotti enogastronomici, ristorativi e di accoglienza turistico-alberghiera, promuovendo le nuove tendenze alimentari ed enogastronomiche.</i> - n° 2: <i>Supportare la pianificazione e la gestione dei processi di approvvigionamento, di produzione e di vendita in un'ottica di qualità e di sviluppo della cultura dell'innovazione</i> - n° 4: <i>Predisporre prodotti, servizi e menù coerenti con il contesto e le esigenze della clientela (anche in relazione a specifici regimi dietetici e stili alimentari), perseguendo obiettivi di qualità, redditività e favorendo la diffusione di abitudini e stili di vita sostenibili e equilibrati.</i> - n° 5 <i>Curare tutte le fasi del ciclo cliente nel contesto professionale, applicando le tecniche di comunicazione più idonee ed efficaci nel rispetto delle diverse culture, delle prescrizioni religiose e delle specifiche esigenze dietetiche.</i> - n° 7: <i>Progettare, anche con tecnologie digitali, eventi enogastronomici e culturali che valorizzino il patrimonio delle tradizioni e delle tipicità locali, nazionali anche in contesti internazionali per la promozione del Made in Italy.</i> - n° 8: <i>Realizzare pacchetti di offerta turistica integrata con i principi dell'eco sostenibilità ambientale, promuovendo la vendita dei servizi e dei prodotti coerenti con il contesto territoriale, utilizzando il web.</i>

Competenze intermedie	<ul style="list-style-type: none"> - n° 9: <i>Gestire tutte le fasi del ciclo cliente applicando le più idonee tecniche professionali di Hospitality Management, rapportandosi con le altre aree aziendali, in un'ottica di comunicazione ed efficienza aziendale.</i> - n° 10: <i>Supportare le attività di budgeting-reporting aziendale e collaborare alla definizione delle strategie di Revenue Management, perseguendo obiettivi di redditività attraverso opportune azioni di marketing.</i> - n° 11: <i>Contribuire alle strategie di Destination Marketing attraverso la promozione dei beni culturali e ambientali, delle tipicità enogastronomiche, delle attrazioni, degli eventi e delle manifestazioni, per veicolare un'immagine riconoscibile e rappresentativa del territorio.</i> 																						
Assi culturali coinvolti	Asse dei linguaggi, Asse Storico Sociale, Asse Scientifico, Tecnologico e professionale																						
Raccordi con le competenze degli insegnamenti dell'area generale	<ul style="list-style-type: none"> - n. 1 - <i>Agire in riferimento ad un sistema di valori, coerenti con i principi della Costituzione, in base ai quali essere in grado di valutare fatti e orientare i propri comportamenti personali, sociali e professionali.</i> - n. 2 - <i>Utilizzare il patrimonio lessicale ed espressivo della lingua Italiana secondo le esigenze comunicative vari contesti: sociali, culturali, scientifici ed economici, tecnologici e professionali.</i> - n. 3 - <i>Riconoscere gli aspetti geografici, ecologici, territoriali dell'ambiente naturale e antropico, le connessioni con le strutture demografiche, economiche, sociali, culturali e le trasformazioni intervenute nel corso del tempo.</i> - n. 7 - <i>Individuare ed utilizza le moderne forme di comunicazione visiva e multimediale anche con riferimento alle strategie espressive e agli strumenti tecnici della comunicazione in rete.</i> - n. 8 - <i>Utilizza le reti e gli strumenti informatici nelle attività di studio, ricerca e approfondimento.</i> - n. 9 - <i>Riconoscere i principali aspetti comunicativi, culturali e relazionali dell'espressività corporea ed esercitare in modo efficace la pratica sportiva per il benessere individuale e collettivo.</i> - n. 10 - <i>Comprendere e utilizzare i principali concetti relativi all'economia, all'organizzazione, allo svolgimento dei processi produttivi e dei servizi.</i> - n. 11 - <i>Padroneggiare l'uso di strumenti tecnologici con particolare attenzione alla sicurezza e alla tutela della salute nei luoghi di lavoro, alla tutela della persona, dell'ambiente e del territorio.</i> - n. 12 - <i>Utilizzare i concetti e i fondamentali strumenti degli assi culturali per comprendere la realtà operativa in campi applicativi.</i> 																						
Conoscenze/contenuti (sapere)	Abilità (saper fare)																						
Ripresa di tutti i contenuti proposti nell'anno scolastico	<p>Saper applicare le conoscenze e declinarle nella realtà Riflettere sulle proprie inclinazioni, caratteristiche, modalità comunicative e relazionali nei contesti di vita e di lavoro Aumentare le conoscenze, le consapevolezze, le capacità autocritiche e metacognitiva in relazione al proprio vissuto di vita.</p>																						
Tempi	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <thead> <tr> <th style="width: 10%;">MESE</th> <th style="width: 10%;">settembre</th> <th style="width: 10%;">ottobre</th> <th style="width: 10%;">novembre</th> <th style="width: 10%;">dicembre</th> <th style="width: 10%;">gennaio</th> <th style="width: 10%;">febbraio</th> <th style="width: 10%;">marzo</th> <th style="width: 10%;">aprile</th> <th style="width: 10%;">maggio</th> <th style="width: 10%;">giugno</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>N. ORE</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>8</td> <td>2</td> </tr> </tbody> </table>	MESE	settembre	ottobre	novembre	dicembre	gennaio	febbraio	marzo	aprile	maggio	giugno	N. ORE									8	2
MESE	settembre	ottobre	novembre	dicembre	gennaio	febbraio	marzo	aprile	maggio	giugno													
N. ORE									8	2													

Metodologia	<ul style="list-style-type: none">● lezione dialogata e interattiva● class-room● ricerca e lettura individuale● lavoro di gruppo● simulazione● esercitazione pratica● problem solving● cooperative learning● costruzione di mappe concettuali, schemi e tabelle● autovalutazione● altre attività e metodologie laboratoriali
Risorse umane <ul style="list-style-type: none">● interne● esterne	Docente interno
Strumenti	<ul style="list-style-type: none">● libri di testo● articoli di quotidiani e riviste● documenti● audiovisivi● strumenti e materiali multimediali● GSuite for education

Valutazione

VALUTAZIONE DI PROCESSO

- comprensione della domanda o del compito
- capacità di gestione e di ricerca delle informazioni
- interventi nel corso delle lezioni sia in presenza che a distanza
- partecipazione al dibattito, nel gruppo o in classe intera
- risultati nelle prove intermedie formative
- collaborazione con i compagni
- espressione di opinioni pertinenti
- condivisione di riflessioni
- rispetto delle regole del dialogo

VALUTAZIONE DI PRODOTTO

- relazioni alla classe su argomenti approfonditi individualmente o in gruppo
- consegna lavori assegnati, anche in modalità a distanza
- produzione elaborati (audio, video, ppt....)
- prove a domande aperte
- prove di produzione scritta, seguendo consegne di varia tipologia
- prove pratiche

RIFLESSIONI SULL'ESPERIENZA

(capacità comunicative ed espressive, uso del linguaggio specifico della/e disciplina/e di riferimento, capacità di autovalutazione)

- osservazioni sistematiche
- autobiografie narrative
- rubriche valutative

COMPITO DI REALTÀ:

Cortometraggio: stesura di un copione/trama e successiva realizzazione di un cortometraggio che riassume le conoscenze, abilità e competenze acquisite durante l'anno scolastico in relazione alle tecniche di comunicazione

PROGRAMMAZIONE DISCIPLINARE di Tecniche di comunicazione

CLASSE 5 Indirizzo Accoglienza Turistica

Anno scolastico 2022/23

UNITÀ DI APPRENDIMENTO PROGRAMMATA

TITOLO

Le competenze relazionali

RISULTATI DI APPRENDIMENTO PROFILO DI INDIRIZZO

Competenza in uscita	<ul style="list-style-type: none"> - n° 1: <i>Utilizzare tecniche tradizionali e innovative di lavorazione, di organizzazione, di commercializzazione dei servizi e dei prodotti enogastronomici, ristorativi e di accoglienza turistico-alberghiera, promuovendo le nuove tendenze alimentari ed enogastronomiche.</i> - n° 2: <i>Supportare la pianificazione e la gestione dei processi di approvvigionamento, di produzione e di vendita in un'ottica di qualità e di sviluppo della cultura dell'innovazione</i> - n° 4: <i>Predisporre prodotti, servizi e menù coerenti con il contesto e le esigenze della clientela (anche in relazione a specifici regimi dietetici e stili alimentari), perseguendo obiettivi di qualità, redditività e favorendo la diffusione di abitudini e stili di vita sostenibili e equilibrati.</i> - n° 5: <i>Curare tutte le fasi del ciclo cliente nel contesto professionale, applicando le tecniche di comunicazione più idonee ed efficaci nel rispetto delle diverse culture, delle prescrizioni religiose e delle specifiche esigenze dietetiche.</i> - n° 7: <i>Progettare, anche con tecnologie digitali, eventi enogastronomici e culturali che valorizzino il patrimonio delle tradizioni e delle tipicità locali, nazionali anche in contesti internazionali per la promozione del Made in Italy.</i> - n° 8: <i>Realizzare pacchetti di offerta turistica integrata con i principi dell'eco sostenibilità ambientale, promuovendo la vendita dei servizi e dei prodotti coerenti con il contesto territoriale, utilizzando il web.</i> - n° 9: <i>Gestire tutte le fasi del ciclo cliente applicando le più idonee tecniche professionali di Hospitality Management, rapportandosi con le altre aree aziendali, in un'ottica di comunicazione ed efficienza aziendale.</i> - n° 10: <i>Supportare le attività di budgeting-reporting aziendale e collaborare alla definizione delle strategie di Revenue Management, perseguendo obiettivi di redditività attraverso opportune azioni di marketing.</i> - n° 11: <i>Contribuire alle strategie di Destination Marketing attraverso la promozione dei beni culturali e ambientali, delle tipicità enogastronomiche, delle attrazioni, degli eventi e delle manifestazioni, per veicolare un'immagine riconoscibile e rappresentativa del territorio.</i>
Competenze intermedie	
Assi culturali coinvolti	Asse dei linguaggi, Asse Storico Sociale, Asse Scientifico, Tecnologico e professionale

Raccordi con le competenze degli insegnamenti dell'area generale	<ul style="list-style-type: none"> - n. 1 - Agire in riferimento ad un sistema di valori, coerenti con i principi della Costituzione, in base ai quali essere in grado di valutare fatti e orientare i propri comportamenti personali, sociali e professionali. - n. 2 - Utilizzare il patrimonio lessicale ed espressivo della lingua Italiana secondo le esigenze comunicative nei vari contesti: sociali, culturali, scientifici ed economici, tecnologici e professionali. - n. 3 - Riconoscere gli aspetti geografici, ecologici, territoriali dell'ambiente naturale e antropico, le connessioni con le strutture demografiche, economiche, sociali, culturali e le trasformazioni intervenute nel corso del tempo. - n. 7 - Individuare ed utilizzare le moderne forme di comunicazione visiva e multimediale anche con riferimento alle strategie espressive e agli strumenti tecnici della comunicazione in rete. - n. 8 - Utilizza le reti e gli strumenti informatici nelle attività di studio, ricerca e approfondimento. - n. 9 - Riconoscere i principali aspetti comunicativi, culturali e relazionali dell'espressività corporea ed esercitare in modo efficace la pratica sportiva per il benessere individuale e collettivo. - n. 10 - Comprendere e utilizzare i principali concetti relativi all'economia, all'organizzazione, allo svolgimento dei processi produttivi e dei servizi. - n. 11 - Padroneggiare l'uso di strumenti tecnologici con particolare attenzione alla sicurezza e alla tutela della salute nei luoghi di lavoro, alla tutela della persona, dell'ambiente e del territorio. - n. 12 - Utilizzare i concetti e i fondamentali strumenti degli assi culturali per comprendere la realtà operativa in campi applicativi.
---	---

Conoscenze/contenuti (sapere)	Abilità (saper fare)
--------------------------------------	-----------------------------

Life Skills e intelligenza emotiva Gli stili comunicativi La comunicazione efficace Competenze relazionali nel settore turistico	Individuare emozioni in sè e negli altri Considerare il proprio punto di vista e quello altrui Manifestare intenzioni, opinioni, interessi Riconoscere il proprio stile comunicativo
---	---

Tempi	MESE	settembre	ottobre	novembre	dicembre	gennaio	febbraio	marzo	aprile	maggio	giugno
	N. ORE	6	8								

Metodologia	<ul style="list-style-type: none">● lezione dialogata e interattiva● class-room● ricerca e lettura individuale● lavoro di gruppo● simulazione● esercitazione pratica● problem solving● cooperative learning● costruzione di mappe concettuali, schemi e tabelle● autovalutazione● altre attività e metodologie laboratoriali
Risorse umane <ul style="list-style-type: none">● interne● esterne	Docente interno
Strumenti	<ul style="list-style-type: none">● libri di testo● articoli di quotidiani e riviste● documenti● audiovisivi● strumenti e materiali multimediali● GSuite for education

Valutazione

VALUTAZIONE DI PROCESSO

- comprensione della domanda o del compito
- capacità di gestione e di ricerca delle informazioni
- interventi nel corso delle lezioni sia in presenza che a distanza
- partecipazione al dibattito, nel gruppo o in classe intera
- risultati nelle prove intermedie formative
- collaborazione con i compagni
- espressione di opinioni pertinenti
- condivisione di riflessioni
- rispetto delle regole del dialogo

VALUTAZIONE DI PRODOTTO

- relazioni alla classe su argomenti approfonditi individualmente o in gruppo
- consegna lavori assegnati, anche in modalità a distanza
- produzione elaborati (audio, video, ppt....)
- prove a domande aperte
- prove di produzione scritta, seguendo consegne di varia tipologia
- prove pratiche

RIFLESSIONI SULL'ESPERIENZA

(capacità comunicative ed espressive, uso del linguaggio specifico della/e disciplina/e di riferimento, capacità di autovalutazione)

- osservazioni sistematiche
- autobiografie narrative
- rubriche valutative

COMPITO DI REALTÀ:

Costruzione **Gioco di ruolo** da proporre alla classe in relazione ai contenuti assegnati e legati alle competenze relazionali e sociali degli studenti e dei lavoratori del settore accoglienza turistica.

Costruzione di una **presentazione di sole immagini** da proporre a chiusura del gioco di ruolo per rinforzare le conoscenze condivise



PROGRAMMAZIONE DISCIPLINARE di Tecniche di comunicazione

CLASSE 5 Indirizzo Accoglienza Turistica

Anno scolastico 2022/23

UNITÀ DI APPRENDIMENTO PROGRAMMATA

TITOLO

Il Team working

RISULTATI DI APPRENDIMENTO PROFILO DI INDIRIZZO

Competenza in uscita	<ul style="list-style-type: none"> - n° 1: <i>Utilizzare tecniche tradizionali e innovative di lavorazione, di organizzazione, di commercializzazione dei servizi e dei prodotti enogastronomici, ristorativi e di accoglienza turistico-alberghiera, promuovendo le nuove tendenze alimentari ed enogastronomiche.</i> - n° 2: <i>Supportare la pianificazione e la gestione dei processi di approvvigionamento, di produzione e di vendita in un'ottica di qualità e di sviluppo della cultura dell'innovazione</i> - n° 4: <i>Predisporre prodotti, servizi e menù coerenti con il contesto e le esigenze della clientela (anche in relazione a specifici regimi dietetici e stili alimentari), perseguendo obiettivi di qualità, redditività e favorendo la diffusione di abitudini e stili di vita sostenibili e equilibrati.</i> - n° 5: <i>Curare tutte le fasi del ciclo cliente nel contesto professionale, applicando le tecniche di comunicazione più idonee ed efficaci nel rispetto delle diverse culture, delle prescrizioni religiose e delle specifiche esigenze dietetiche.</i> - n° 7: <i>Progettare, anche con tecnologie digitali, eventi enogastronomici e culturali che valorizzino il patrimonio delle tradizioni e delle tipicità locali, nazionali anche in contesti internazionali per la promozione del Made in Italy.</i> - n° 8: <i>Realizzare pacchetti di offerta turistica integrata con i principi dell'eco sostenibilità ambientale, promuovendo la vendita dei servizi e dei prodotti coerenti con il contesto territoriale, utilizzando il web.</i> - n° 9: <i>Gestire tutte le fasi del ciclo cliente applicando le più idonee tecniche professionali di Hospitality Management, rapportandosi con le altre aree aziendali, in un'ottica di comunicazione ed efficienza aziendale.</i> - n° 10: <i>Supportare le attività di budgeting-reporting aziendale e collaborare alla definizione delle strategie di Revenue Management, perseguendo obiettivi di redditività attraverso opportune azioni di marketing.</i> - n° 11: <i>Contribuire alle strategie di Destination Marketing attraverso la promozione dei beni culturali e ambientali, delle tipicità enogastronomiche, delle attrazioni, degli eventi e delle manifestazioni, per veicolare un'immagine riconoscibile e rappresentativa del territorio.</i>
Competenze intermedie	
Assi culturali coinvolti	Asse dei linguaggi, Asse Storico Sociale, Asse Scientifico, Tecnologico e professionale

Raccordi con le competenze degli insegnamenti dell'area generale	<ul style="list-style-type: none"> - n. 1 - Agire in riferimento ad un sistema di valori, coerenti con i principi della Costituzione, in base ai quali essere in grado di valutare fatti e orientare i propri comportamenti personali, sociali e professionali. - n. 2 - Utilizzare il patrimonio lessicale ed espressivo della lingua Italiana secondo le esigenze comunicative nei vari contesti: sociali, culturali, scientifici ed economici, tecnologici e professionali. - n. 3 - Riconoscere gli aspetti geografici, ecologici, territoriali dell'ambiente naturale e antropico, le connessioni con le strutture demografiche, economiche, sociali, culturali e le trasformazioni intervenute nel corso del tempo. - n. 7 - Individuare ed utilizzare le moderne forme di comunicazione visiva e multimediale anche con riferimento alle strategie espressive e agli strumenti tecnici della comunicazione in rete. - n. 8 - Utilizza le reti e gli strumenti informatici nelle attività di studio, ricerca e approfondimento. - n. 9 - Riconoscere i principali aspetti comunicativi, culturali e relazionali dell'espressività corporea ed esercitare in modo efficace la pratica sportiva per il benessere individuale e collettivo. - n. 10 - Comprendere e utilizzare i principali concetti relativi all'economia, all'organizzazione, allo svolgimento dei processi produttivi e dei servizi. - n. 11 - Padroneggiare l'uso di strumenti tecnologici con particolare attenzione alla sicurezza e alla tutela della salute nei luoghi di lavoro, alla tutela della persona, dell'ambiente e del territorio. - n. 12 - Utilizzare i concetti e i fondamentali strumenti degli assi culturali per comprendere la realtà operativa in campi applicativi.
---	---

Conoscenze/contenuti (sapere)	Abilità (saper fare)
--------------------------------------	-----------------------------

Il gruppo e le sue caratteristiche Il team working	Osservare le dinamiche dei gruppi Riconoscere gli stili di leadership Riconoscere stili costruttivi e distruttivi in un gruppo Riconoscere le situazioni positive in un gruppo di lavoro Osservare il lavoro di squadra secondo il suo buon funzionamento Identificare strategie di comunicazioni efficaci nel gruppo
---	--

Tempi	MESE	settembre	ottobre	novembre	dicembre	gennaio	febbraio	marzo	aprile	maggio	giugno
	N. ORE			8	6						

Metodologia	<ul style="list-style-type: none">● lezione dialogata e interattiva● class-room● ricerca e lettura individuale● lavoro di gruppo● simulazione● esercitazione pratica● problem solving● cooperative learning● costruzione di mappe concettuali, schemi e tabelle● autovalutazione● altre attività e metodologie laboratoriali
Risorse umane <ul style="list-style-type: none">● interne● esterne	Docente interno
Strumenti	<ul style="list-style-type: none">● libri di testo● articoli di quotidiani e riviste● documenti● audiovisivi● strumenti e materiali multimediali● GSuite for education

Valutazione

VALUTAZIONE DI PROCESSO

- comprensione della domanda o del compito
- capacità di gestione e di ricerca delle informazioni
- interventi nel corso delle lezioni sia in presenza che a distanza
- partecipazione al dibattito, nel gruppo o in classe intera
- risultati nelle prove intermedie formative
- collaborazione con i compagni
- espressione di opinioni pertinenti
- condivisione di riflessioni
- rispetto delle regole del dialogo

VALUTAZIONE DI PRODOTTO

- relazioni alla classe su argomenti approfonditi individualmente o in gruppo
- consegna lavori assegnati, anche in modalità a distanza
- produzione elaborati (audio, video, ppt....)
- prove a domande aperte
- prove di produzione scritta, seguendo consegne di varia tipologia
- prove pratiche

RIFLESSIONI SULL'ESPERIENZA

(capacità comunicative ed espressive, uso del linguaggio specifico della/e disciplina/e di riferimento, capacità di autovalutazione)

- osservazioni sistematiche
- autobiografie narrative
- rubriche valutative

COMPITO DI REALTÀ:

Costruzione di **domande per intervista** da porre a compagni, genitori, personale che lavora in accoglienza turistica e che sviluppi i contenuti del testo assegnato a ciascun gruppo di lavoro. Costruire, organizzare e stendere un **Report dell'intervista** effettuata a una persona scelta da ciascuno studente che permetta di conoscere i contenuti del testo applicati nelle pratiche quotidiane.

PROGRAMMAZIONE DISCIPLINARE di Tecniche di comunicazione

CLASSE 5 Indirizzo Accoglienza Turistica

Anno scolastico 2022/23

UNITÀ DI APPRENDIMENTO PROGRAMMATA	
TITOLO	Comunicazioni di massa e prodotti pubblicitari
RISULTATI DI APPRENDIMENTO PROFILO DI INDIRIZZO	
Competenza in uscita	<ul style="list-style-type: none"> - n° 1: <i>Utilizzare tecniche tradizionali e innovative di lavorazione, di organizzazione, di commercializzazione dei servizi e dei prodotti enogastronomici, ristorativi e di accoglienza turistico-alberghiera, promuovendo le nuove tendenze alimentari ed enogastronomiche.</i> - n° 2: <i>Supportare la pianificazione e la gestione dei processi di approvvigionamento, di produzione e di vendita in un'ottica di qualità e di sviluppo della cultura dell'innovazione</i> - n° 4: <i>Predisporre prodotti, servizi e menù coerenti con il contesto e le esigenze della clientela (anche in relazione a specifici regimi dietetici e stili alimentari), perseguendo obiettivi di qualità, redditività e favorendo la diffusione di abitudini e stili di vita sostenibili e equilibrati.</i> - n° 5 <i>Curare tutte le fasi del ciclo cliente nel contesto professionale, applicando le tecniche di comunicazione più idonee ed efficaci nel rispetto delle diverse culture, delle prescrizioni religiose e delle specifiche esigenze dietetiche.</i> - n° 7: <i>Progettare, anche con tecnologie digitali, eventi enogastronomici e culturali che valorizzino il patrimonio delle tradizioni e delle tipicità locali, nazionali anche in contesti internazionali per la promozione del Made in Italy.</i> - n° 8: <i>Realizzare pacchetti di offerta turistica integrata con i principi dell'eco sostenibilità ambientale, promuovendo la vendita dei servizi e dei prodotti coerenti con il contesto territoriale, utilizzando il web.</i>

Competenze intermedie	<ul style="list-style-type: none"> - n° 9: <i>Gestire tutte le fasi del ciclo cliente applicando le più idonee tecniche professionali di Hospitality Management, rapportandosi con le altre aree aziendali, in un'ottica di comunicazione ed efficienza aziendale.</i> - n° 10: <i>Supportare le attività di budgeting-reporting aziendale e collaborare alla definizione delle strategie di Revenue Management, perseguendo obiettivi di redditività attraverso opportune azioni di marketing.</i> - n° 11: <i>Contribuire alle strategie di Destination Marketing attraverso la promozione dei beni culturali e ambientali, delle tipicità enogastronomiche, delle attrazioni, degli eventi e delle manifestazioni, per veicolare un'immagine riconoscibile e rappresentativa del territorio.</i>
Assi culturali coinvolti	Asse dei linguaggi, Asse Storico Sociale, Asse Scientifico, Tecnologico e professionale
Raccordi con le competenze degli insegnamenti dell'area generale	<ul style="list-style-type: none"> - n. 1 - <i>Agire in riferimento ad un sistema di valori, coerenti con i principi della Costituzione, in base ai quali essere in grado di valutare fatti e orientare i propri comportamenti personali, sociali e professionali.</i> - n. 2 - <i>Utilizzare il patrimonio lessicale ed espressivo della lingua Italiana secondo le esigenze comunicative nei vari contesti: sociali, culturali, scientifici ed economici, tecnologici e professionali.</i> - n. 3 - <i>Riconoscere gli aspetti geografici, ecologici, territoriali dell'ambiente naturale e antropico, le connessioni con le strutture demografiche, economiche, sociali, culturali e le trasformazioni intervenute nel corso del tempo.</i> - n. 7 - <i>Individuare ed utilizzare le moderne forme di comunicazione visiva e multimediale anche con riferimento alle strategie espressive e agli strumenti tecnici della comunicazione in rete.</i> - n. 8 - <i>Utilizza le reti e gli strumenti informatici nelle attività di studio, ricerca e approfondimento.</i> - n. 9 - <i>Riconoscere i principali aspetti comunicativi, culturali e relazionali dell'espressività corporea ed esercitare in modo efficace la pratica sportiva per il benessere individuale e collettivo.</i> - n. 10 - <i>Comprendere e utilizzare i principali concetti relativi all'economia, all'organizzazione, allo svolgimento dei processi produttivi e dei servizi.</i> - n. 11 - <i>Padroneggiare l'uso di strumenti tecnologici con particolare attenzione alla sicurezza e alla tutela della salute nei luoghi di lavoro, alla tutela della persona, dell'ambiente e del territorio.</i> - n. 12 - <i>Utilizzare i concetti e i fondamentali strumenti degli assi culturali per comprendere la realtà operativa in campi applicativi.</i>
Conoscenze/contenuti (sapere)	Abilità (saper fare)

Comunicazioni di massa e prodotti pubblicitari
Le comunicazioni aziendali

Riconoscere i nuovi modelli di comunicazione web e individuarne le specificità
 Individuare tipologie di campagne e messaggi pubblicitari
 Valutare l'efficacia di un annuncio pubblicitario, spot, sito web, dell'advertising on line e sui social
 Riconoscere i vettori della comunicazione aziendale, funzioni e potenzialità di una buona immagine aziendale
 Riconoscere una buona comunicazione del brand e della mission aziendale
 Valutare nuove opportunità del marketing territoriale
 Individua gli strumenti e le strategie di promozione di una struttura turistica

Tempi	MESE	settembre	ottobre	novembre	dicembre	gennaio	febbraio	marzo	aprile	maggio	giugno
	N. ORE					6	8				

Metodologia

- lezione dialogata e interattiva
- class-room
- ricerca e lettura individuale
- lavoro di gruppo
- simulazione
- esercitazione pratica
- problem solving
- cooperative learning
- costruzione di mappe concettuali, schemi e tabelle
- autovalutazione
- altre attività e metodologie laboratoriali

Risorse umane

- interne
- esterne

Docente interno

Strumenti

- libri di testo
- articoli di quotidiani e riviste
- documenti
- audiovisivi
- strumenti e materiali multimediali
- GSuite for education

Valutazione

VALUTAZIONE DI PROCESSO

- comprensione della domanda o del compito
- capacità di gestione e di ricerca delle informazioni
- interventi nel corso delle lezioni sia in presenza che a distanza
- partecipazione al dibattito, nel gruppo o in classe intera
- risultati nelle prove intermedie formative
- collaborazione con i compagni
- espressione di opinioni pertinenti
- condivisione di riflessioni
- rispetto delle regole del dialogo

VALUTAZIONE DI PRODOTTO

- relazioni alla classe su argomenti approfonditi individualmente o in gruppo
- consegna lavori assegnati, anche in modalità a distanza
- produzione elaborati (audio, video, ppt....)
- prove a domande aperte
- prove di produzione scritta, seguendo consegne di varia tipologia
- prove pratiche

RIFLESSIONI SULL'ESPERIENZA

(capacità comunicative ed espressive, uso del linguaggio specifico della/e disciplina/e di riferimento, capacità di autovalutazione)

- osservazioni sistematiche
- autobiografie narrative
- rubriche valutative

COMPITO DI REALTÀ:

Ricerca di esempi di pubblicità (audio, video, social etc) per presentare parti del testo assegnato

Studio di caso di un Marchio/logo/azienda e le sue modalità comunicative e pubblicitarie

PROGRAMMAZIONE DISCIPLINARE di Tecniche di comunicazione

CLASSE 5 Indirizzo Accoglienza Turistica

Anno scolastico 2022/23

UNITÀ DI APPRENDIMENTO PROGRAMMATA	
TITOLO	Le comunicazioni aziendali
RISULTATI DI APPRENDIMENTO PROFILO DI INDIRIZZO	
Competenza in uscita	<ul style="list-style-type: none"> - n° 1: <i>Utilizzare tecniche tradizionali e innovative di lavorazione, di organizzazione, di commercializzazione dei servizi e dei prodotti enogastronomici, ristorativi e di accoglienza turistico-alberghiera, promuovendo le nuove tendenze alimentari ed enogastronomiche.</i> - n° 2: <i>Supportare la pianificazione e la gestione dei processi di approvvigionamento, di produzione e di vendita in un'ottica di qualità e di sviluppo della cultura dell'innovazione</i> - n° 4: <i>Predisporre prodotti, servizi e menù coerenti con il contesto e le esigenze della clientela (anche in relazione a specifici regimi dietetici e stili alimentari), perseguendo obiettivi di qualità, redditività e favorendo la diffusione di abitudini e stili di vita sostenibili e equilibrati.</i> - n° 5 <i>Curare tutte le fasi del ciclo cliente nel contesto professionale, applicando le tecniche di comunicazione più idonee ed efficaci nel rispetto delle diverse culture, delle prescrizioni religiose e delle specifiche esigenze dietetiche.</i> - n° 7: <i>Progettare, anche con tecnologie digitali, eventi enogastronomici e culturali che valorizzino il patrimonio delle tradizioni e delle tipicità locali, nazionali anche in contesti internazionali per la promozione del Made in Italy.</i> - n° 8: <i>Realizzare pacchetti di offerta turistica integrata con i principi dell'eco sostenibilità ambientale, promuovendo la vendita dei servizi e dei prodotti coerenti con il contesto territoriale, utilizzando il web.</i>

Competenze intermedie	<ul style="list-style-type: none"> - n° 9: <i>Gestire tutte le fasi del ciclo cliente applicando le più idonee tecniche professionali di Hospitality Management, rapportandosi con le altre aree aziendali, in un'ottica di comunicazione ed efficienza aziendale.</i> - n° 10: <i>Supportare le attività di budgeting-reporting aziendale e collaborare alla definizione delle strategie di Revenue Management, perseguendo obiettivi di redditività attraverso opportune azioni di marketing.</i> - n° 11: <i>Contribuire alle strategie di Destination Marketing attraverso la promozione dei beni culturali e ambientali, delle tipicità enogastronomiche, delle attrazioni, degli eventi e delle manifestazioni, per veicolare un'immagine riconoscibile e rappresentativa del territorio.</i>
Assi culturali coinvolti	Asse dei linguaggi, Asse Storico Sociale, Asse Scientifico, Tecnologico e professionale
Raccordi con le competenze degli insegnamenti dell'area generale	<ul style="list-style-type: none"> - n. 1 - <i>Agire in riferimento ad un sistema di valori, coerenti con i principi della Costituzione, in base ai quali essere in grado di valutare fatti e orientare i propri comportamenti personali, sociali e professionali.</i> - n. 2 - <i>Utilizzare il patrimonio lessicale ed espressivo della lingua Italiana secondo le esigenze comunicative nei vari contesti: sociali, culturali, scientifici ed economici, tecnologici e professionali.</i> - n. 3 - <i>Riconoscere gli aspetti geografici, ecologici, territoriali dell'ambiente naturale e antropico, le connessioni con le strutture demografiche, economiche, sociali, culturali e le trasformazioni intervenute nel corso del tempo.</i> - n. 7 - <i>Individuare ed utilizzare le moderne forme di comunicazione visiva e multimediale anche con riferimento alle strategie espressive e agli strumenti tecnici della comunicazione in rete.</i> - n. 8 - <i>Utilizza le reti e gli strumenti informatici nelle attività di studio, ricerca e approfondimento.</i> - n. 9 - <i>Riconoscere i principali aspetti comunicativi, culturali e relazionali dell'espressività corporea ed esercitare in modo efficace la pratica sportiva per il benessere individuale e collettivo.</i> - n. 10 - <i>Comprendere e utilizzare i principali concetti relativi all'economia, all'organizzazione, allo svolgimento dei processi produttivi e dei servizi.</i> - n. 11 - <i>Padroneggiare l'uso di strumenti tecnologici con particolare attenzione alla sicurezza e alla tutela della salute nei luoghi di lavoro, alla tutela della persona, dell'ambiente e del territorio.</i> - n. 12 - <i>Utilizzare i concetti e i fondamentali strumenti degli assi culturali per comprendere la realtà operativa in campi applicativi.</i>
Conoscenze/contenuti (sapere)	Abilità (saper fare)
Marketing e turismo Il linguaggio del marketing, marketing strategico, L'offerta turistica	Riconoscere opportunità della customer satisfaction Individuare funzioni e opportunità comunicative offerte da New Media in termini di Digital marketing turistico Individuare funzioni e opportunità dell'e-commerce Riconoscere le tendenze dell'attuale domanda turistica Effettuare un'analisi di una struttura turistica in termini di opportunità e rischi all'interno del mercato

Tempi	MESE	settembre	ottobre	novembre	dicembre	gennaio	febbraio	marzo	aprile	maggio	giugno
	N. ORE							8	8		
Metodologia	<ul style="list-style-type: none"> ● lezione dialogata e interattiva ● class-room ● ricerca e lettura individuale ● lavoro di gruppo ● simulazione ● esercitazione pratica ● problem solving ● cooperative learning ● costruzione di mappe concettuali, schemi e tabelle ● autovalutazione ● altre attività e metodologie laboratoriali 										
Risorse umane <ul style="list-style-type: none"> ● interne ● esterne 	Docente interno										
Strumenti	<ul style="list-style-type: none"> ● libri di testo ● articoli di quotidiani e riviste ● documenti ● audiovisivi ● strumenti e materiali multimediali ● GSuite for education 										

Valutazione

VALUTAZIONE DI PROCESSO

- comprensione della domanda o del compito
- capacità di gestione e di ricerca delle informazioni
- interventi nel corso delle lezioni sia in presenza che a distanza
- partecipazione al dibattito, nel gruppo o in classe intera
- risultati nelle prove intermedie formative
- collaborazione con i compagni
- espressione di opinioni pertinenti
- condivisione di riflessioni
- rispetto delle regole del dialogo

VALUTAZIONE DI PRODOTTO

- relazioni alla classe su argomenti approfonditi individualmente o in gruppo
- consegna lavori assegnati, anche in modalità a distanza
- produzione elaborati (audio, video, ppt....)
- prove a domande aperte
- prove di produzione scritta, seguendo consegne di varia tipologia
- prove pratiche

RIFLESSIONI SULL'ESPERIENZA

(capacità comunicative ed espressive, uso del linguaggio specifico della/e disciplina/e di riferimento, capacità di autovalutazione)

- osservazioni sistematiche
- autobiografie narrative
- rubriche valutative

COMPITO DI REALTÀ:

Lezione ERT (Esperienza, Riflessione, Teoria): ricerca e costruzione in gruppo di lavoro di un'esperienza da far vivere alla classe (esercizio, video, quiz, immagini, rebus, gioco etc) per riflettere sul contenuto della parte di teoria del testo assegnata/scelta.

Costruzione di un pacchetto turistico che abbia al suo interno gli elementi approfonditi nel testo e presentati in classe.

PROGRAMMAZIONE DISCIPLINARE di Tecniche di comunicazione

CLASSE 5 Indirizzo Accoglienza Turistica

Anno scolastico 2022/23

UNITÀ DI APPRENDIMENTO PROGRAMMATA	
TITOLO	La Scuola, la Famiglia, il Lavoro, gli Amici.
RISULTATI DI APPRENDIMENTO PROFILO DI INDIRIZZO	
Competenza in uscita	<ul style="list-style-type: none"> - n° 1: <i>Utilizzare tecniche tradizionali e innovative di lavorazione, di organizzazione, di commercializzazione dei servizi e dei prodotti enogastronomici, ristorativi e di accoglienza turistico-alberghiera, promuovendo le nuove tendenze alimentari ed enogastronomiche.</i> - n° 2: <i>Supportare la pianificazione e la gestione dei processi di approvvigionamento, di produzione e di vendita in un'ottica di qualità e di sviluppo della cultura dell'innovazione</i> - n° 4: <i>Predisporre prodotti, servizi e menù coerenti con il contesto e le esigenze della clientela (anche in relazione a specifici regimi dietetici e stili alimentari), perseguendo obiettivi di qualità, redditività e favorendo la diffusione di abitudini e stili di vita sostenibili e equilibrati.</i> - n° 5 <i>Curare tutte le fasi del ciclo cliente nel contesto professionale, applicando le tecniche di comunicazione più idonee ed efficaci nel rispetto delle diverse culture, delle prescrizioni religiose e delle specifiche esigenze dietetiche.</i> - n° 7: <i>Progettare, anche con tecnologie digitali, eventi enogastronomici e culturali che valorizzino il patrimonio delle tradizioni e delle tipicità locali, nazionali anche in contesti internazionali per la promozione del Made in Italy.</i> - n° 8: <i>Realizzare pacchetti di offerta turistica integrata con i principi dell'eco sostenibilità ambientale, promuovendo la vendita dei servizi e dei prodotti coerenti con il contesto territoriale, utilizzando il web.</i>

Competenze intermedie	<ul style="list-style-type: none"> - n° 9: <i>Gestire tutte le fasi del ciclo cliente applicando le più idonee tecniche professionali di Hospitality Management, rapportandosi con le altre aree aziendali, in un'ottica di comunicazione ed efficienza aziendale.</i> - n° 10: <i>Supportare le attività di budgeting-reporting aziendale e collaborare alla definizione delle strategie di Revenue Management, perseguendo obiettivi di redditività attraverso opportune azioni di marketing.</i> - n° 11: <i>Contribuire alle strategie di Destination Marketing attraverso la promozione dei beni culturali e ambientali, delle tipicità enogastronomiche, delle attrazioni, degli eventi e delle manifestazioni, per veicolare un'immagine riconoscibile e rappresentativa del territorio.</i>
Assi culturali coinvolti	Asse dei linguaggi, Asse Storico Sociale, Asse Scientifico, Tecnologico e professionale
Raccordi con le competenze degli insegnamenti dell'area generale	<ul style="list-style-type: none"> - n. 1 - <i>Agire in riferimento ad un sistema di valori, coerenti con i principi della Costituzione, in base ai quali essere in grado di valutare fatti e orientare i propri comportamenti personali, sociali e professionali.</i> - n. 2 - <i>Utilizzare il patrimonio lessicale ed espressivo della lingua Italiana secondo le esigenze comunicative nei vari contesti: sociali, culturali, scientifici ed economici, tecnologici e professionali.</i> - n. 3 - <i>Riconoscere gli aspetti geografici, ecologici, territoriali dell'ambiente naturale e antropico, le connessioni con le strutture demografiche, economiche, sociali, culturali e le trasformazioni intervenute nel corso del tempo.</i> - n. 7 - <i>Individuare ed utilizzare le moderne forme di comunicazione visiva e multimediale anche con riferimento alle strategie espressive e agli strumenti tecnici della comunicazione in rete.</i> - n. 8 - <i>Utilizza le reti e gli strumenti informatici nelle attività di studio, ricerca e approfondimento.</i> - n. 9 - <i>Riconoscere i principali aspetti comunicativi, culturali e relazionali dell'espressività corporea ed esercitare in modo efficace la pratica sportiva per il benessere individuale e collettivo.</i> - n. 10 - <i>Comprendere e utilizzare i principali concetti relativi all'economia, all'organizzazione, allo svolgimento dei processi produttivi e dei servizi.</i> - n. 11 - <i>Padroneggiare l'uso di strumenti tecnologici con particolare attenzione alla sicurezza e alla tutela della salute nei luoghi di lavoro, alla tutela della persona, dell'ambiente e del territorio.</i> - n. 12 - <i>Utilizzare i concetti e i fondamentali strumenti degli assi culturali per comprendere la realtà operativa in campi applicativi.</i>
Conoscenze/contenuti (sapere)	Abilità (saper fare)
Ripresa di tutti i contenuti dell'anno scolastico	<p>Saper applicare le conoscenze e declinarle nella realtà Riflettere sulle proprie inclinazioni, caratteristiche, modalità comunicative e relazionali nei contesti di vita e di lavoro Aumentare le conoscenze, le consapevolezze, le capacità autocritiche e metacognitiva in relazione al proprio vissuto di vita.</p>

Tempi	MESE	settembre	ottobre	novembre	dicembre	gennaio	febbraio	marzo	aprile	maggio	giugno
	N. ORE									8	2
Metodologia	<ul style="list-style-type: none"> • lezione dialogata e interattiva • class-room • ricerca e lettura individuale • lavoro di gruppo • simulazione • esercitazione pratica • problem solving • cooperative learning • costruzione di mappe concettuali, schemi e tabelle • autovalutazione • altre attività e metodologie laboratoriali 										
Risorse umane <ul style="list-style-type: none"> • interne • esterne 	Docente interno										
Strumenti	<ul style="list-style-type: none"> • libri di testo • articoli di quotidiani e riviste • documenti • audiovisivi • strumenti e materiali multimediali • GSuite for education 										

Valutazione

VALUTAZIONE DI PROCESSO

- comprensione della domanda o del compito
- capacità di gestione e di ricerca delle informazioni
- interventi nel corso delle lezioni sia in presenza che a distanza
- partecipazione al dibattito, nel gruppo o in classe intera
- risultati nelle prove intermedie formative
- collaborazione con i compagni
- espressione di opinioni pertinenti
- condivisione di riflessioni
- rispetto delle regole del dialogo

VALUTAZIONE DI PRODOTTO

- relazioni alla classe su argomenti approfonditi individualmente o in gruppo
- consegna lavori assegnati, anche in modalità a distanza
- produzione elaborati (audio, video, ppt....)
- prove a domande aperte
- prove di produzione scritta, seguendo consegne di varia tipologia
- prove pratiche

RIFLESSIONI SULL'ESPERIENZA

(capacità comunicative ed espressive, uso del linguaggio specifico della/e disciplina/e di riferimento, capacità di autovalutazione)

- osservazioni sistematiche
- autobiografie narrative
- rubriche valutative

COMPITO DI REALTÀ:

Costruzione delle **100 domande riflessive** scaturite dalla lettura/studio del libro di testo e approfondite durante le ore di lezione dell'anno scolastico.

Simulazione orale esame di stato per tecniche di comunicazione, per una applicazione dei contenuti in ottica rielaborativa e in collegamento anche con le altre discipline.