

Indirizzo SERVIZI COMMERCIALI

Percorso DESIGN DELLA COMUNICAZIONE VISIVA E PUBBLICITARIA

Scuola Pilota: Istituto Albe Steiner Torino – Istituto Persolino-Strocchi Faenza (RA)

Il Diplomato di istruzione professionale nell'indirizzo "Servizi commerciali", percorso "Design della comunicazione visiva e pubblicitaria", conosce gli aspetti economici dell'azienda e i suoi modelli organizzativi.

Collabora alla comunicazione interna ed esterna dell'azienda contribuendo alla sua organizzazione, si inserisce nel processo di commercializzazione di progetto/servizio, interviene alla realizzazione di soluzioni di promozione digitali e non; è in grado di rapportarsi con il responsabile di progetto servizio, coopera alle procedure inerenti il processo creativo e digitalizzazione dei prodotti e servizi. Interagisce e collabora con l'area Marketing, interpreta, pianifica ed elabora progetti di comunicazione visiva di prodotto e servizi, tenendo conto degli aspetti storico/sociali, etici, culturali, economici, della psicologia dei comportamenti dei consumi e di sostenibilità ambientale.

Conosce e partecipa agli aspetti strategici dell'azienda e ne traduce gli aspetti comunicativi, attraverso una metodologia che tenga conto degli scenari di tendenza in diversi contesti culturali e tecnologici, responsabilmente alla propria mansione, considera e collabora agli aspetti normativi sia della privacy che della sicurezza.

Applica le strategie comunicative sia attraverso metodi tradizionali sia, in particolare, con le nuove tecnologie, proiettato negli innovativi scenari digitali (media digitali e social network).

Risultati di apprendimento del Profilo di indirizzo Servizi Commerciali - Competenza in uscita n° 1:

Interagire nei sistemi aziendali riconoscendone i diversi modelli organizzativi, le diverse forme giuridiche con cui viene svolta l'attività e le modalità di trasmissione dei flussi informativi, collaborando alla stesura di documenti aziendali di rilevanza interna ed esterna e all'esecuzione degli adempimenti civilistici e fiscali ricorrenti

in grigio i Risultati di apprendimento del profilo unitario, in nero quelli del Percorso Design.

Risultati di apprendimento del percorso Design della comunicazione visiva e pubblicitaria per Competenza in uscita n° 1:

TRAGUARDI INTERMEDI IN TERMINI DI:

periodo/ annualità	Livelli del QNQ	COMPETENZE intermedie	ABILITÀ	CONOSCENZE	ASSI CULTURALI COINVOLTI	Eventuali raccordi con le competenze di cui agli insegnamenti dell'area generale (allegato 1)
BIENNIO	2	<ul style="list-style-type: none">Riconoscere le diverse modalità di rappresentazione grafica dei testi, visual e simboli (tipo, stile, carattere, misure, forme, proporzioni, ecc.)Distinguere il sistema azienda negli elementi principali.Riconoscere i vari modelli organizzativi anche dalla loro rappresentazione grafica.Saper applicare gli strumenti del calcolo computistico in un	<ul style="list-style-type: none">Identificare i documenti aziendali.Adottare semplici tecniche d'impaginazioneOrganizzare il proprio lavoro relativi alle peculiarità delle attività da eseguire e dell'ambiente lavorativo.Interpretare semplici organigrammi aziendali individuando i modelli organizzativi più diffusi.Eseguire semplici operazioni utilizzando il calcolo computistico (rapporti, proporzioni, riparti, calcolo percentuale) in sequenze diversificate	<ul style="list-style-type: none">Gli applicativi più appropriati per l'elaborazione e lavorazione dei contenuti testuali.Il lettering.Elementi d'impaginazione: titoli, capoleggera, composizione testi, elenco, indice tabella, gerarchia delle informazioni ecc...Il sistema azienda.Principi di organizzazione aziendale.Rapporti, proporzioni, riparti, calcolo percentuale	<p>Asse scientifico, tecnologico e professionale</p> <p>Asse Matematico</p> <p>Asse Storico Sociale</p>	Comprendere e utilizzare i principali concetti relativi all'economia, all'organizzazione, allo svolgimento dei processi produttivi e dei servizi

		contesto strutturato, con un numero limitato di situazioni diversificate.	con una gamma definita di variabili di contesto.			
TERZO ANNO	3	<ul style="list-style-type: none"> • Saper distinguere i vari aspetti della gestione analizzando singole operazioni in contesti mutevoli. • Saper operare nel sistema informativo aziendale rapportandosi con i flussi informativi esterni ed interni della gestione. Collaborare alla gestione dei principali documenti aziendali curandone anche l'aspetto grafico, assicurando la conformità alle norme e individuando le modalità di realizzazione più adeguate. 	<ul style="list-style-type: none"> • Riconoscere i vari aspetti della gestione dell'azienda formulando esempi e ipotesi operative. • Identificare le modalità di trasmissione e rilevazione dei flussi informativi aziendali. • Contribuire alla stesura dei documenti aziendali alla luce delle clausole contrattuali nazionali e internazionali di trasporto e assicurazione e della normativa fiscale, in un contesto di situazioni mutevoli.. 	<ul style="list-style-type: none"> • La gestione dell'azienda. • Metodi e sistemi di scritture. • Elementi del sistema tributario italiano. • I principali documenti aziendali e le relative clausole commerciali in campo nazionale e internazionale • L'immagine coordinata: dalla carta intestata alla bolla di accompagnamento. • L'uso del marchio nei documenti aziendali. 	Asse scientifico, tecnologico e professionale	
QUARTO ANNO	3/4	<ul style="list-style-type: none"> • Saper interpretare la comunicazione d'impresa con azioni atte a costruire e mantenere un'immagine aziendale positiva. • Individuare il modello comunicativo in funzione della committenza e degli obiettivi. • Interpretare ed applicare la normativa civilistica in riferimento alle diverse forme giuridiche di una impresa, in funzione degli obiettivi aziendali, in un contesto strutturato e in presenza di possibili mutamenti del contesto. • Rilevare i principali fatti di gestione con adeguate metodologie. 	<ul style="list-style-type: none"> • Orientarsi fra le varie tipologie di comunicazione aziendale. • Recepire le caratteristiche distintive, le finalità comunicative e la destinazione d'uso del prodotto grafico e delle relative strumentazioni. • Personalizzare la Comunicazione in azienda dagli aspetti interni agli esterni. • Identificare e applicare i profili normativi e di responsabilità legati alle diverse forme giuridiche di impresa in funzione dell'attività da svolgere. • Operare le rilevazioni aziendali più comuni in un contesto di difficoltà crescente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Le diverse tipologie di comunicazione: commerciale e istituzionale. • Tecniche di promozione aziendale. • Comunicazione integrata on line e off line: Pubblicità above e below the line. Direct marketing, Promozione, Sponsorizzazione, Pubbliche Relazioni. • Tecniche di progettazione visiva per la comunicazione pubblicitaria. • Forme giuridiche per l'esercizio dell'attività d'impresa. • Rilevazioni contabili. 	Asse scientifico, tecnologico e professionale	
QUINTO ANNO	4	<ul style="list-style-type: none"> • Interagire nei sistemi aziendali riconoscendone i diversi modelli organizzativi , 	<ul style="list-style-type: none"> • Progettare, curandone il profilo grafico, la documentazione di riferimento. 	<ul style="list-style-type: none"> • Strategie, tecniche e modelli della comunicazione pubblicitaria. • Le regole della composizione, elementi 	Asse scientifico, tecnologico e professionale	

	<p>le diverse forme giuridiche collaborando alla stesura di documenti aziendali di rilevanza interna ed esterna curandone il profilo grafico.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Scegliere o predisporre materiali informativi da diffondere secondo differenti modalità operative. • Progettare infografiche. • Progettare il design delle informazioni. • collaborare alla stesura di documenti aziendali di rilevanza interna ed esterna e all'esecuzione degli adempimenti civilistici e fiscali ricorrenti. 	<ul style="list-style-type: none"> • Utilizzare tecniche di relazione e comunicazione commerciale nei principi fondamentali, secondo le esigenze del territorio. • Applicare i principi civilistici e fiscali per la determinazione dei risultati periodici di rilevanza interna ed esterna. Applicare le principali imposte. • Collaborare alla gestione degli adempimenti civilistici e fiscali ricorrenti, in un contesto di difficoltà crescente suscettibile di modifiche normative. 	<p>d'impaginazione: il campo grafico, la gabbia, le tabelle, il catalogo, e i campionari. Il modulo e la fattura.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Infografica. • Gli strumenti informatici e i programmi applicativi di settore. • Principi civilistici e fiscali relativi alla determinazione dei risultati periodici di rilevanza interna ed esterna. • Le principali imposte 		
--	--	--	--	--	--

Diverse competenze intermedie e relative abilità e conoscenze sono trasversali a più competenze del percorso.

Risultati di apprendimento del Profilo di indirizzo Servizi Commerciali - Competenza in uscita n° 2:

Curare l'applicazione, l'adattamento e l'implementazione dei sistemi informativi aziendali, contribuendo a semplici personalizzazioni degli applicativi informatici e degli spazi di archiviazione aziendale, a supporto dei processi amministrativi, logistici o commerciali, tenendo conto delle norme, degli strumenti e dei processi che garantiscono il trattamento dei dati e la loro protezione in condizioni di sicurezza e riservatezza.

Risultati di apprendimento del percorso Design della comunicazione visiva e pubblicitaria per la Competenza in uscita n° 2:

in grigio i Risultati di apprendimento del profilo unitario, in nero quelli del Percorso Design.

TRAGUARDI IN TERMINI DI:

periodo/ annualità	Livelli del QNQ	COMPETENZE intermedie	ABILITÀ	CONOSCENZE	ASSI CULTURALI COINVOLTI	Eventuali raccordi con le competenze di cui agli insegnamenti dell'area generale (allegato 1)
BIENNIO	2	<ul style="list-style-type: none"> • Riconoscere ed utilizzare gli strumenti informatici e i software di più ampia diffusione a supporto delle attività aziendali e attività 	<ul style="list-style-type: none"> • Utilizzare le funzioni di base dei vari sistemi operativi. • Applicare le tecnologie informatiche elementari a supporto dell'attività aziendale e 	<ul style="list-style-type: none"> • Strumenti tecnologici, sistemi operativi e software di più ampia diffusione. • Sistema operativo Microsoft e Apple e le periferiche: scanner, stampante, dischi rigidi ecc 	<ul style="list-style-type: none"> • Asse dei linguaggi • Asse storico-sociale, Asse matematico 	

		<p>comunicative e promozionali.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Riconoscere le strumentazioni e le tecniche più adatte alla progettazione e produzione di prodotti grafici tenendo conto delle norme sulla privacy, sulla sicurezza e riservatezza dei dati in un numero limitato di situazioni, sotto supervisione, in un contesto strutturato. 	<p>attività comunicative e promozionali.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Utilizzare i software d'impaginazione, per disegno vettoriale e per immagini. • Utilizzare internet e i servizi connessi per la ricerca e per scopi di comunicazione, in particolare la posta elettronica. • Analizzare i rischi dell'uso della rete con riferimento alla tutela della privacy e alla normativa sulla sicurezza e riservatezza dei dati. 	<ul style="list-style-type: none"> • Internet e i servizi connessi. • Normativa sulla privacy e sulla sicurezza e riservatezza dei dati e dei documenti aziendali. 	<ul style="list-style-type: none"> • Asse scientifico-tecnologico e professionale 	
TERZO ANNO	3	<ul style="list-style-type: none"> • Utilizzare software applicativi a supporto dei processi della comunicazione e promozione tenendo conto delle norme sulla privacy, sulla sicurezza e riservatezza dei dati. • Utilizzare le strumentazioni e le tecniche più adatte alla progettazione e produzione di prodotti grafici. • Realizzare semplici personalizzazioni di pagine web, individuando le modalità di realizzazione più adeguate. • Assicurare il rispetto e la conformità del trattamento dei dati aziendali alle norme sulla privacy, sulla sicurezza e riservatezza. 	<ul style="list-style-type: none"> • Utilizzare le tecnologie informatiche e software applicativi a supporto della comunicazione e promozione. • Scegliere le fonti, le modalità e gli strumenti tecnologici più idonei all'acquisizione di immagini per la grafica (fotografie, disegni, grafici, ecc.). • Applicare tecniche e strumenti per la progettazione e creazione di immagini fotografiche in modo analogico e digitale. • Predisporre prodotti grafici e di comunicazione e promozione • Elaborare semplici personalizzazioni di pagine Web. • Applicare la normativa sulla sicurezza e riservatezza nel trattamento dei dati e dei documenti aziendali. 	<ul style="list-style-type: none"> • Software professionali specifici per la gestione dei processi della progettazione grafica e comunicazione. • Principali applicativi informatici di elaborazione e trattamento di immagini, fotografie digitali e video. • Linguaggi di base del WEB. • Normativa sulla sicurezza e riservatezza del trattamento dei dati aziendali. 		
QUARTO ANNO	3/4	<ul style="list-style-type: none"> • Applicare i diversi sistemi informativi finalizzati alla progettazione di prodotti pubblicitari e comunicativi • Realizzare personalizzazioni di pagine web, tenendo 	<ul style="list-style-type: none"> • Utilizzare consapevolmente i software di progettazione grafica. • Eseguire semplici personalizzazioni di pagine Web, anche in riferimento al Web semantico. 	<ul style="list-style-type: none"> • Sistemi informativi di comunicazione. • Web semantico. • Normativa sulla privacy, sulla sicurezza e riservatezza del trattamento dei dati • Sistema informativo contabile. 	<ul style="list-style-type: none"> • 	

		conto delle norme sulla privacy, sulla sicurezza e riservatezza dei dati.	<ul style="list-style-type: none"> • Applicare la normativa sulla privacy, sulla sicurezza e riservatezza del trattamento dei dati e dei documenti aziendali. 			
QUINTO ANNO	4	<ul style="list-style-type: none"> • Curare l'applicazione, l'adattamento e l'implementazione dei sistemi informatici tenendo conto delle norme, degli strumenti e dei processi che garantiscono il trattamento dei dati e la loro protezione in condizioni di sicurezza e riservatezza. • Gestire in modo autonomo i diversi sistemi informatici finalizzati alla progettazione di prodotti pubblicitari e comunicativi 	<ul style="list-style-type: none"> • Utilizzare responsabilmente le tecnologie informatiche • Utilizzare Internet consapevolmente in riferimento alle reti di computer e ai protocolli di rete. • Utilizzare i linguaggi informatici per la personalizzazione dei software applicativi e del web. • Interpretare la normativa sulla sicurezza e riservatezza dei dati. • Utilizzare i linguaggi informatici per la personalizzazione dei software applicativi e del web, in un contesto a difficoltà crescente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Tecnologie informatiche di progettazione, comunicazione, presentazione, animazione. • Approfondimento dei software grafici, interazione e raccolta dei files per la realizzazione del layout. • Le sinergie e le integrazioni tra software finalizzate all'elaborazione di immagini fotografiche, di files per la stampa e/o i multimedia. • Reti di computer, protocolli di rete. • Sistema, direttive e normative sulla sicurezza e riservatezza del trattamento dei dati aziendali. • Banche dati, d'immagini Copyright e diritto d'autore: Creative commons, licenze open • La registrazione del marchio • Linguaggi informatici per la personalizzazione dei software applicativi. • Specifiche tecniche dei diversi formati multimediali, le risoluzioni, i metodi di colore e i formati in uscita corretti. • Gli elementi che compongono una pagina web. • Creazione di una landing page, di una immagine gif animata. 	<ul style="list-style-type: none"> • 	

Diverse competenze intermedie e relative abilità e conoscenze sono trasversali a più competenze del percorso.

Risultati di apprendimento del Profilo di indirizzo Servizi Commerciali - Competenza in uscita n° 3:

Collaborare alle attività di pianificazione, programmazione, rendicontazione, rappresentazione e comunicazione dei risultati della gestione, contribuendo alla valutazione dell'impatto economico e finanziario dei processi gestionali.

Risultati di apprendimento del percorso Design della comunicazione visiva e pubblicitaria per la Competenza in uscita n° 3:

in grigio i Risultati di apprendimento del profilo unitario, in nero quelli del Percorso Design.

TRAGUARDI INTERMEDI IN TERMINI DI:

periodo/ annualità	Livelli del QNQ	COMPETENZE intermedie	ABILITÀ	CONOSCENZE	ASSI CULTURALI COINVOLTI	Eventuali raccordi con le competenze di cui agli insegnamenti dell'area generale
BIENNIO	2	<ul style="list-style-type: none"> • Procedere, con criteri prestabiliti e sotto supervisione, alla programmazione e al monitoraggio di semplici attività, in un contesto strutturato e un numero limitato di situazioni diversificate. 	<ul style="list-style-type: none"> • Applicare i principi di programmazione per semplici attività, anche di carattere personale, con successivo monitoraggio e rendicontazione, all'interno di uno schema predefinito. 	<ul style="list-style-type: none"> • Principi di programmazione delle attività in generale. • Significato di monitoraggio e rendicontazione. 	<ul style="list-style-type: none"> • Asse scientifico, tecnologico e professionale • Asse storico sociale • Asse matematico 	
TERZO ANNO	3	<ul style="list-style-type: none"> • Redigere semplici rappresentazioni di attività aziendali programmate in un contesto mutevole. Redigere rendicontazioni di semplici attività aziendali. • Adottare semplici strumenti di comunicazione e promozione aziendale. 	<ul style="list-style-type: none"> • Rappresenta informazioni, concetti e dati statistici in modo creativo e divulgativo. • Orientarsi fra le informazioni più importanti e gli elementi focali di un tema attraverso semplici schemi, liste, font, link. • Applicare tecniche di programmazione e rendicontazione di semplici attività aziendali adattandole a situazioni mutevoli. • Interagire con strumenti relazionali e sociali di comunicazione e promozione aziendale. 	<ul style="list-style-type: none"> • La sintesi espressiva: Grafici e mappe, diagrammi e animazioni per rappresentare e informare. • Principi di comunicazione. • Strumenti e tecniche di programmazione e reporting di semplici attività aziendali 	<ul style="list-style-type: none"> Asse scientifico, tecnologico e professionale Asse Storico Sociale 	

<p>QUARTO ANNO</p>	<p>3/4</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Condurre la <i>Break even analysis</i> in un contesto strutturato con situazioni mutevoli. • Analizzare e interpretare una situazione contabile. • Collaborare nella programmazione dei processi logistici aziendali. 	<ul style="list-style-type: none"> • Rappresentare il Diagramma di redditività in presenza di semplificazioni della realtà aziendale. • Redigere situazioni contabili. • Collaborare nei processi logistici aziendali e alla gestione delle scorte di magazzino. 	<ul style="list-style-type: none"> • Metodi e sistemi per il controllo di gestione. • La classificazione dei costi • La <i>break even analysis</i> • La situazione contabile. La funzione centrale della logistica. • Metodologie e sistemi di gestione delle scorte. 	<p>Asse scientifico, tecnologico e professionale</p>	
<p>QUINTO ANNO</p>	<p>4</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Collaborare alle attività di pianificazione, programmazione, rendicontazione, rappresentazione e comunicazione dei risultati della gestione, contribuendo alla valutazione dell'impatto economico e finanziario dei processi gestionali. • Pianificare attraverso azioni e strategie di marketing soluzioni grafiche pertinenti e innovative. 	<ul style="list-style-type: none"> • Applicare strumenti operativi per il raggiungimento degli obiettivi delineati dal piano operativo e strategico di marketing. • Interagire nell'area della gestione commerciale per le attività relative al mercato, alla ideazione e realizzazione di prodotti coerenti con le strategie di marketing. • Collaborare alla redazione del <i>business plan</i>. • Collaborare alla redazione del <i>budget</i>. Applicare procedure e istruzioni operative di <i>reporting</i>. • Valorizzare l'immagine aziendale attraverso tecniche strategiche diversificate. • Applicare la normativa nazionale e comunitaria per la valutazione di elementi aziendali e la redazione di strumenti di rendicontazione e rappresentazione dei risultati 	<ul style="list-style-type: none"> • Il business plan: Il piano marketing: la promozione, la campagna pubblicitaria. • Indice di conversione (Redemption della campagna pubblicitaria) • Strumenti e processi della pianificazione e della programmazione aziendale. • Il sistema del budget. • Il business plan. • Il bilancio di esercizio. • Profili normativi nazionali e internazionali per la rappresentazione e la comunicazione dei risultati aziendali. 	<p>Asse scientifico, tecnologico e professionale</p> <p>Asse Storico Sociale</p> <p>Asse dei Linguaggi</p>	

			aziendali oggetto di comunicazione facoltativa e obbligatoria.			
--	--	--	--	--	--	--

Diverse competenze intermedie e relative abilità e conoscenze sono trasversali a più competenze del percorso.

Risultati di apprendimento del Profilo di indirizzo Servizi Commerciali - Competenza in uscita n° 4:

Collaborare, nell'area della funzione commerciale, alla realizzazione delle azioni di fidelizzazione della clientela, anche tenendo conto delle tendenze artistiche e culturali locali, nazionali e internazionali, contribuendo alla gestione dei rapporti con i fornitori e i clienti, anche internazionali, secondo principi di sostenibilità economico-sociale legati alle relazioni commerciali.

Risultati di apprendimento del percorso Design della comunicazione visiva e pubblicitaria per la Competenza in uscita n° 4:

in grigio i Risultati di apprendimento del profilo unitario, in nero quelli del Percorso Design.

TRAGUARDI INTERMEDI IN TERMINI DI:

periodo/ annualità	Livelli del QNQ	COMPETENZE intermedie	ABILITÀ	CONOSCENZE	ASSI CULTURALI COINVOLTI	Eventuali raccordi con le competenze di cui agli insegnamenti dell'area generale
BIENNIO	2	<ul style="list-style-type: none"> Comprendere la vocazione territoriale, anche con riferimento al patrimonio artistico culturale locale, al fine di interagire con il sistema azienda utilizzando diversi linguaggi anche informatici. Riconoscere il proprio ruolo in una logica di sostenibilità sociale e ambientale. 	<ul style="list-style-type: none"> Cogliere le specificità del settore di riferimento e dei diversi settori socio-economici locali, anche con riferimento al patrimonio artistico culturale, riconoscendo elementi di sostenibilità ambientale. Produrre semplici elaborati grafici con l'ausilio di strumenti informatici utilizzando diversi linguaggi. 	<ul style="list-style-type: none"> I principali attori dei settori produttivi territoriali anche in chiave di sostenibilità ambientale. Le principali tendenze artistiche e culturali locali. Le caratteristiche essenziali della comunicazione visiva e dei diversi linguaggi: metodologia e ricerca iconografica; basi di grammatica visiva; i codici dei linguaggi artistici; sistemi di rappresentazione dello spazio. Codici e regole della comunicazione rispetto alle tendenze artistiche e culturali locali. Strumenti informatici: software di settore 	Asse storico-sociale Asse scientifico-tecnologico e professionali Asse dei linguaggi	2) Utilizzare il patrimonio lessicale ed espressivo della lingua italiana secondo le esigenze comunicative nei vari contesti: sociali, culturali, scientifici, economici, tecnologici e produttivi. 3) Riconoscere gli aspetti geografici, ecologici, territoriali, dell'ambiente naturale ed antropico, le connessioni con le strutture demografiche, economiche, sociali, culturali e le trasformazioni intervenute nel corso del tempo. 6) Riconoscere il valore e

						le potenzialità dei beni artistici e ambientali 10) Comprendere e utilizzare i principali concetti relativi all'economia, all'organizzazione, allo svolgimento dei processi produttivi e dei servizi
TERZO ANNO	3	<ul style="list-style-type: none"> • Collaborare alle attività della funzione commerciale comprendendo i bisogni e le richieste del cliente. • Collaborare alla promozione e alla comunicazione dell'immagine aziendale anche in termini di sostenibilità economico-sociale e in considerazione del patrimonio culturale e artistico locale. • Identificare la mission aziendale per un'efficace individuazione della Visual Identity aziendale. • Riconoscere l'identità di un territorio dal suo patrimonio artistico, culturale e ambientale per valorizzare e la promuovere un'immagine rappresentativa. 	<ul style="list-style-type: none"> • Comprendere gli strumenti più utilizzati nella comunicazione adeguando la terminologia allo scopo del messaggio. • Individuare le scelte più efficaci di comunicazione per la fidelizzazione del cliente. • Applicare procedure e metodi per la raccolta di informazioni a supporto della customer satisfaction, anche in lingua straniera. • Individuare e analizzare le esigenze dell'azienda relative all'immagine aziendale per elaborare rappresentazioni grafiche e di comunicazione con particolare riferimento alla sostenibilità e al patrimonio culturale e artistico locale. • Comprendere e produrre testi scritti e orali coerenti e coesi, anche con l'ausilio di strumenti informatici, utilizzando due lingue straniere e adattandole a diverse situazioni. 	<ul style="list-style-type: none"> • Strategie di esposizione orale e scritta con un lessico e una fraseologia adeguata e settoriale anche in lingua straniera. • Customer satisfaction: promessa erogata, attesa, percepita. • Le indagini, il questionario. • Elementi di base dell'immagine aziendale: • Gli elementi della brand identity • Le funzioni del messaggio visivo nella logica delle caratteristiche dell'impresa. • Analisi del brief, formulazione degli obiettivi comunicativi e strategici della comunicazione visiva. • Il questionario e il colloquio per la produzione del copy brief. • Gli elementi della copy strategy. • Strumenti e modalità di rappresentazione e comunicazione anche grafici: il tono di voce e i diversi format impaginativi-comunicativi. • Concetti di sostenibilità. • Elementi costitutivi del patrimonio artistico culturale. 	<p>Asse storico-sociale Asse scientifico-tecnologico e professionali Asse dei linguaggi</p>	<p>5) Utilizzare i linguaggi settoriali delle lingue straniere previste dai percorsi di studio per interagire in diversi ambiti e contesti di studio e di lavoro 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 10) Comprendere e utilizzare i principali concetti relativi all'economia, all'organizzazione, allo svolgimento dei processi produttivi e dei servizi</p>
QUARTO ANNO	3/4	<ul style="list-style-type: none"> • Collaborare nell'area della funzione commerciale contribuendo alla gestione dei rapporti con i fornitori e i clienti, anche stranieri, 	<ul style="list-style-type: none"> • Utilizzare tecniche di relazione e comunicazione commerciale, anche in lingua straniera. • Applicare tecniche di fidelizzazione della clientela 	<ul style="list-style-type: none"> • Caratteristiche della comunicazione e promozione commerciale, anche in lingua straniera. • Strumenti tecnologici e informatici per la fidelizzazione della clientela. 	<p>Asse storico-sociale Asse scientifico-tecnologico e professionali</p>	<p>5) Utilizzare i linguaggi settoriali delle lingue straniere previste dai percorsi di studio per interagire in diversi</p>

		<p>secondo principi di sostenibilità economico-sociale anche in considerazione del patrimonio culturale ed artistico locale e nazionale.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Collaborare all'identificazione di un target mirato, relativo al prodotto da pubblicizzare, analizzando soprattutto le caratteristiche psicografiche, gli stili di vita e i comportamenti di acquisto del consumatore, appartenenza al territorio. • Cogliere i cambiamenti della società e del territorio e l'influenza che essi hanno sulla evoluzione dei bisogni umani. 	<p>anche con strumenti tecnologici a supporto della customer satisfaction.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Individuare i principi di sostenibilità economico-sociale nel settore di riferimento e applicarli nella realtà aziendale. • Riconoscere gli aspetti culturali e artistici nazionali. • Utilizzare categorie linguistiche, concettuali ed estetiche appropriate per una lettura consapevole delle opere d'arte visiva. • Identificare tematiche ricorrenti nella storia delle arti visive.0 	<ul style="list-style-type: none"> • Customer satisfaction: promessa erogata, attesa, percepita. • Customer relationship management: le indagini, il questionario, il forum, il blog, la chat. • Principi di sostenibilità economica-sociale. • Elementi costitutivi del patrimonio artistico culturale nazionale. • I principi fondamentali che garantiscono la tutela del patrimonio artistico (art. 9 della Costituzione). 	<p>Asse dei linguaggi.</p>	<p>ambiti e contesti di studio e di lavoro .</p> <p>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.</p> <p>10) Comprendere e utilizzare i principali concetti relativi all'economia, all'organizzazione, allo svolgimento dei processi produttivi e dei servizi</p>
<p>QUINTO ANNO</p>	<p>4</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Collaborare, nell'area della funzione commerciale, alla realizzazione delle azioni di fidelizzazione della clientela, anche tenendo conto delle tendenze artistiche e culturali locali, nazionali e internazionali, contribuendo alla gestione dei rapporti con i fornitori e i clienti, anche internazionali, secondo principi di sostenibilità economico-sociale legati alle relazioni commerciali. • Interpretare, sotto il profilo creativo e tecnico-professionale, le produzioni tradizionali del territorio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Individuare le migliori soluzioni comunicative in riferimento al prodotto e/o servizio e al packaging, come veicolo di informazione per il consumatore. • Utilizzare le tecniche del packaging per la commercializzazione di prodotti/servizi. • Rispettare le normative sulla sostenibilità economico-sociale. • Individuare le tendenze artistiche nazionali ed internazionali. • Interpretare una lettura iconologica e iconografica di prodotti artistici delle tendenze artistiche e culturali locali. • Operare in termini di trasparenza, fornendo informazioni dettagliate e 	<ul style="list-style-type: none"> • Aspetti comunicativi adeguati ed in funzione del prodotto e/o servizio. • Elementi del packaging • Studi relativi alla cartotecnica finalizzata al packaging, stampa e fustellatura. • Allestimenti ed imballaggi di prodotti: magazzino, trasporto, esposizione. • Studio della grafica del packaging come veicolo d'informazioni per il consumatore. • Strumenti e modalità di rappresentazione tridimensionale, la grafica applicata al packaging. • La stabilità del packaging per rinforzare la fedeltà della marca • Il ruolo del packaging nella customer experience dei siti e-commerce • La normativa dell'etichettatura in particolare degli alimenti e smaltimento imballaggio. • Normative nazionali ed internazionali sulla 	<p>Asse storico-sociale Asse scientifico-tecnologico e professionale Asse dei linguaggi</p>	<p>3) Riconoscere gli aspetti geografici, ecologici, territoriali, dell'ambiente naturale ed antropico, le connessioni con le strutture demografiche, economiche, sociali, culturali e le trasformazioni intervenute nel corso del tempo,</p> <p>5) Utilizzare i linguaggi settoriali delle lingue straniere previste dai percorsi di studio per interagire in diversi ambiti e contesti di studio e di lavoro.</p> <p>7) Individuare ed utilizzare le moderne</p>

			verificabili inerenti al processo produttivo e al ciclo di vita del prodotto.	<p>sostenibilità economico-sociale</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ecodesign. • Ecolabel / marchi ecologici • Strategie di sostenibilità: Comunicazione ambientale. • Tendenze artistiche culturali nazionali ed internazionali. • Cartotecnica editoria, il libro pop-up. 		<p>forme di comunicazione visiva e multimediale, anche con riferimento alle strategie espressive e agli strumenti tecnici della comunicazione in rete.</p> <p>10) Comprendere e utilizzare i principali concetti relativi all'economia, all'organizzazione, allo svolgimento dei processi produttivi e dei servizi.</p>
--	--	--	---	--	--	---

Diverse competenze intermedie e relative abilità e conoscenze sono trasversali a più competenze del percorso.

Risultati di apprendimento del Profilo di indirizzo Servizi Commerciali - Competenza in uscita n° 5:

Collaborare alla realizzazione di azioni di marketing strategico ed operativo, all'analisi dei mercati, alla valutazione di campagne informative, pubblicitarie e promozionali del brand aziendale adeguate alla mission e alla policy aziendale, avvalendosi dei linguaggi più innovativi e anche degli aspetti visivi della comunicazione.

Risultati di apprendimento del **percorso Design della comunicazione visiva e pubblicitaria per la Competenza** in uscita n° 5:

in grigio i Risultati di apprendimento del profilo unitario, **in nero** quelli del Percorso Design.

TRAGUARDI INTERMEDI IN TERMINI DI:

periodo/ annualità	Livelli del QNQ	COMPETENZE intermedie	ABILITÀ	CONOSCENZE	ASSI CULTURALI COINVOLTI	Eventuali raccordi con le competenze di cui agli insegnamenti dell'area generale (allegato 1)
BIENNIO	2	<ul style="list-style-type: none"> • Riconoscere ed utilizzare i diversi linguaggi comunicativi verbali e non verbali. • Individuare linguaggi funzionali ai contesti comunicativi del territorio. • Identificare le proprietà psicologiche e comunicative del 	<ul style="list-style-type: none"> • Realizzare semplici messaggi di persuasione a supporto delle attività commerciali. • Individuare le potenzialità e i vari aspetti del linguaggio verbali e non verbali. • Utilizzare l'aspetto espressivo del carattere per finalità comunicative. 	<ul style="list-style-type: none"> • Strumenti, materiali e supporti per la comunicazione. • Strategie, tecniche e linguaggi della comunicazione, anche attraverso i media. • Strategie, tecniche, modelli e linguaggi della comunicazione sui diversi media. • Analisi del mercato in relazione al territorio. • La funzione della pubblicità in relazione alle richieste del territorio. 	<p>Asse scientifico-tecnologico e professionale</p> <p>Asse dei linguaggi</p> <p>Asse storico-sociale</p>	<p>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.</p>

		<p>colore.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analizzare le caratteristiche delle aziende, con particolare attenzione a quelle pubblicitarie e artistiche. • Utilizzare le differenti tipologie comunicative nei contesti e nei modi adeguati. • Scegliere o predisporre materiali informativi da diffondere secondo differenti modalità operative. 	<ul style="list-style-type: none"> • Avvalersi del colore nella comunicazione generale, rispetto alle caratteristiche culturali e sociali del contesto di riferimento. • Individuare il linguaggio, gli elementi visivi e le tecnologie adeguate alla comunicazione nel contesto. 	<ul style="list-style-type: none"> • Esempi di classificazione, organizzazione e gestione delle aziende. • Analisi degli acquirenti, target, focus target. • L'agenzia pubblicitaria come sistema ed elementi che la configurano come azienda a sviluppo completo: esempi dal marketing al prodotto. • Evoluzione della comunicazione pubblicitaria, mass media e new media. • Strumenti, tecniche, materiali e supporti per la rappresentazione visiva. • Introduzione e metodologia di prodotti finalizzati alla comunicazione aziendale. • Il brand aziendale. • Codici verbali e non verbali. • Software applicativi di settore 		<p>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.</p>
TERZO ANNO	3	<ul style="list-style-type: none"> • Riconoscere e valutare anche per gli aspetti visivi della comunicazione, campagne informative, pubblicitarie e promozionali del brand aziendale coerenti alla mission e vision. 	<ul style="list-style-type: none"> • Analizzare le diverse campagne informative-pubblicitarie, anche per gli aspetti visivi della comunicazione. • Riconoscere le caratteristiche di mission e vision aziendale. • Individuare in messaggi pubblicitari a mezzo stampa o digitali per promuovere l'immagine aziendale. • Individuare gli elementi costitutivi della comunicazione della pagina pubblicitaria. • Individuare i bisogni e le esigenze a cui risponde il progetto per promuovere l'immagine aziendale. • Riconoscere dall'analisi di un prodotto pubblicitario la mission di un brand. • Utilizzare le immagini fotografiche e video, 	<ul style="list-style-type: none"> • La marca e il marchio. • Classificazione dei marchi. • La gestione della marca, l'estensione della marca. • Le strategie di posizionamento, comparative promozionali, istituzionali, di restyling. • Brand, mission e vision e piano marketing. • Definizione di mission, vision e brand in rapporto agli scopi della comunicazione pubblicitaria. • Strategie e linguaggi della comunicazione commerciale e pubblicitaria: elementi di base della struttura della comunicazione; scopi e bisogni nella comunicazione. • Le figure retoriche; elementi di base e funzioni della pagina pubblicitaria. • Strategie per la diffusione dell'immagine aziendale: lo IAP e il Codice di autodisciplina pubblicitaria ed Etica professionale. • Gli strumenti fotografici analogici e digitali, la camera oscura, il laboratorio di ripresa fotografica, set di illuminazione, la postproduzione. 	<p>Asse scientifico-tecnologico e professionale Asse dei linguaggi Asse storico-sociale</p>	<p>5) Utilizzare i linguaggi settoriali delle lingue straniere previste dai percorsi di studio per interagire in diversi ambiti e contesti di studio e di lavoro.</p> <p>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.</p>

			<ul style="list-style-type: none"> rielaborate con strumenti manuali o digitali. • Avvalersi delle regole di composizione e impaginazione digitale. • Utilizza la fotocamera: digitale, analogica, compatta, reflex. • Allestire un set di ripresa: uso degli sfondi, posizionamento luci, posizionamento macchina fotografica, punto di ripresa. 	<ul style="list-style-type: none"> • Fotografia artistica e commerciale. • I principali software di produzione e ritocco fotografico. • Le tecniche di produzione ed elaborazione fotografica/video e di presentazione anche on line 		
QUARTO ANNO	3/4	<ul style="list-style-type: none"> • Realizzare azioni di marketing strategico e operativo per la stesura di un piano di promozione adattandolo alla realtà aziendale e al settore produttivo di riferimento. 	<ul style="list-style-type: none"> • Realizzare indagini di mercato con semplici strumenti statistici. • Segmentare il mercato ed individuare il target di riferimento. • Individuare il corretto posizionamento del prodotto/servizio dell'azienda. • Elaborare soluzioni comunicative, coerenti con le esigenze del Brief. • Applicare tecniche per la realizzazione coordinata di una Visual Identity. • Applicare le leve del marketing mix . • Utilizzare le principali tecniche di web marketing, inclusi i social media e i social network. • Analizzare ed elaborare dati statistici per definire strategie di web-marketing. • Individuare soluzioni per la promozione del sito web. 	<ul style="list-style-type: none"> • Modelli di analisi del mercato e della concorrenza. • Elementi di statistica. • Pianificazione strategica. • Piano di marketing. • Leve del marketing mix.: relativamente alla leva del punto vendita approfondire aspetti legati al non verbale e al contesto nella relazione con il cliente. • Tecniche di web marketing. • Caratteristiche dei social media e social network. • Lo Scenario digitale: le nuove tecnologie di comunicazione. • Network: i concetti di emozione e gruppo nell'utilizzo del web. 	<p>Asse scientifico-tecnologico e professionale Asse dei linguaggi Asse storico-sociale Asse matematico</p>	<p>5) Utilizzare i linguaggi settoriali delle lingue straniere previste dai percorsi di studio per interagire in diversi ambiti e contesti di studio e di lavoro. 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. 10) Comprendere e utilizzare i principali concetti relativi all'economia, all'organizzazione, allo svolgimento dei processi produttivi e dei servizi.</p>
QUINTO ANNO	4	<ul style="list-style-type: none"> • Collaborare alla realizzazione di azioni di marketing strategico 	<ul style="list-style-type: none"> • Identificare le strategie della comunicazione e di vendita, 	<ul style="list-style-type: none"> • Caratteristiche e specificità delle diverse strategie di marketing, in particolare della 	<p>Asse scientifico-tecnologico e</p>	<p>5) Utilizzare i linguaggi settoriali delle lingue</p>

		ed operativo, all'analisi dei mercati, alla valutazione di campagne informative, pubblicitarie e promozionali del brand aziendale adeguate alla mission e alla policy aziendale, avvalendosi dei linguaggi più innovativi e anche degli aspetti visivi della comunicazione	<p>anche on line, adeguandole alla realtà aziendale e al settore produttivo di riferimento.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Utilizzare a fini promozionali i <i>social media</i> e i <i>social network</i> • Analizzare ed elaborare dati statistici per definire strategie di web-marketing. • Individuare soluzioni per la promozione del sito web. • Saper autogestire l'attività nelle varie fasi progettuali. • Presentare il progetto con capacità comunicative e motivazionali. • Pianificare un evento simulato e/o reale con l'utilizzo dei principali mezzi di comunicazione pubblicitaria. 	<p>vendita on line e dei portali e-commerce.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mezzi di comunicazione di massa e persuasione: classificazione, caratteristiche e potenzialità dei media; caratteristiche e potenzialità delle comunicazione di massa. • Tecniche di cross media publishing. • Il brand e la multicanalità, l'importanza del Mobile. • Analisi verticale dei principali Social Media. • Simulazione e studio di casi reali di campagne pubblicitarie sui vari mezzi di comunicazione. • Le tecniche di progettazione e strategia della campagna pubblicitaria: la pagina pubblicitaria e gli artefatti comunicativi del media stampa. • Le strategie, le tecniche, i modelli di comunicazione e linguaggi dei media tradizionali e dei new media. • Tecniche e strumenti di progettazione e composizione editoriale e/o visiva per la comunicazione aziendale 	professionale Asse dei linguaggi Asse storico-sociale	<p>straniere previste dai percorsi di studio per interagire in diversi ambiti e contesti di studio e di lavoro.</p> <p>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.</p> <p>10) Comprendere e utilizzare i principali concetti relativi all'economia, all'organizzazione, allo svolgimento dei processi produttivi e dei servizi.</p>
--	--	--	--	---	---	---

Diverse competenze intermedie e relative abilità e conoscenze sono trasversali a più competenze del percorso.

Risultati di apprendimento del Profilo di indirizzo Servizi Commerciali - Competenza in uscita n°6:

Operare in sicurezza e nel rispetto delle norme di igiene e di salvaguardia ambientale, prevenendo eventuali situazioni di rischio.

Risultati di apprendimento del **percorso Design della comunicazione visiva e pubblicitaria per la Competenza** in uscita n° 6:

in grigio i Risultati di apprendimento del profilo unitario, in nero quelli del Percorso Design.

TRAGUARDI INTERMEDI IN TERMINI DI:

periodo/ annualità	Livelli del QNQ	COMPETENZE intermedie	ABILITÀ	CONOSCENZE	ASSI CULTURALI COINVOLTI	Eventuali raccordi con le competenze di cui agli insegnamenti dell'area generale (allegato 1)
BIENNIO	2	<ul style="list-style-type: none"> • Riconoscere la segnaletica sulla sicurezza e utilizzare i DPI correlati ai rischi all'interno di un 	<ul style="list-style-type: none"> • Percepire l'importanza di operare sul lavoro in condizioni di sicurezza. 	<ul style="list-style-type: none"> • Normativa sulla salute e sicurezza nei luoghi di lavoro. • Dispositivi di protezione individuale e 	Asse scientifico tecnologico e professionale	1) Agire in riferimento ad un sistema di valori, coerenti con i principi

		<p>contesto strutturato con un numero limitato di situazioni diversificate.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Predisporre e curare gli spazi di lavoro al fine di assicurare il rispetto delle norme di igiene ambientale e personale e per contrastare affaticamento e malattie professionali. • Riconoscere e comprendere gli elementi grafici della segnaletica sulla sicurezza, la struttura grafica e la percezione comunicativa, la sintesi, il colore, la simmetria. • Comprendere gli elementi essenziali del pittogramma e monogramma ai fini della segnaletica. • Riconoscere semplici elementi del codice visivo. • Riconoscere il segno alfabetico e il lettering e la sua espressività e leggibilità. • Identificare le proprietà psicologiche e comunicative del colore. 	<ul style="list-style-type: none"> • Individuare i principali segnali di divieto, pericolo e prescrizione Utilizzare i dispositivi di protezione individuale e collettiva. • Applicare procedure, protocolli e tecniche relative alle norme di igiene ambientale e relative agli spazi e alle postazioni di lavoro. Individuare figure di riferimento nel contesto di lavoro e ambientale. • Individuare gli strumenti e le tecniche per la riproduzione vettoriale di monogrammi e pittogrammi ai fini della segnaletica. • Comprendere ed elaborare gli elementi geometrici per la struttura della forma. • Creazione del segno grafico: elaborazione e sintesi geometrica della forma ed espressione gestuale ai fini di un linguaggio universale. • Distinguere le famiglie dei caratteri tipografici e saperne riprodurre le caratteristiche con gli strumenti digitali. • Utilizzare l'aspetto espressivo del carattere per finalità comunicative. • Avvalersi del colore nella segnaletica e nella comunicazione generale, rispetto alle caratteristiche culturali e sociali del contesto di riferimento. • Conoscere il valore semantico del colore utilizzandolo consapevolmente nella 	<p>collettiva.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Procedure, protocolli e tecniche di igiene, pulizia e riordino. • Segnali di divieto e prescrizioni correlate. • I principali codici visivi in particolare della segnaletica sulla sicurezza. • Elaborazioni geometriche o stilizzazioni della forma. • Principi di Infografica: simboli, icone e pittogrammi, immagini, simboli e schemi: I pittogrammi di pericolo e di tossicità dei materiali presenti nelle etichette, istruzioni, segnaletica. • Le basi e la strumentazione dei software per il disegno vettoriale. • Il percorso progettuale per le stilizzazioni della forma • La teoria del colore e la sua classificazione nelle varie culture. • I colori di pericolo e di tossicità 	<p>Asse dei linguaggi Asse storico sociale</p>	<p>della Costituzione, in base ai quali essere in grado di valutare fatti e orientare i propri comportamenti personali, sociali e professionali .</p> <p>2) Utilizzare il patrimonio lessicale ed espressivo della lingua italiana secondo le esigenze comunicative nei vari contesti: sociali, culturali, scientifici, economici, tecnologici e professionali.</p> <p>11) Padroneggiare l'uso di strumenti tecnologici con particolare attenzione alla sicurezza e alla tutela della salute nei luoghi di vita e di lavoro, alla tutela della persona, dell'ambiente e del territorio.</p>
--	--	---	--	---	--	---

			comunicazione visiva.			
TERZO ANNO	3	<ul style="list-style-type: none"> • Collaborare nella progettazione per adeguare gli spazi e le procedure aziendali ai criteri previsti dalla normativa a tutela della salute e sicurezza e della prevenzione dei rischi negli ambienti di lavoro, con consapevolezza nel corretto uso dei dispositivi di protezione e delle conseguenze derivanti dal mancato utilizzo degli stessi. • Predisporre e curare gli spazi di lavoro al fine di assicurare il rispetto delle norme di igiene ambientale e personale e per contrastare affaticamento e malattie professionali. 	<ul style="list-style-type: none"> • Saper utilizzare spazi, metodi e dispositivi secondo i criteri previsti dalla normativa a tutela della salute e sicurezza e della prevenzione dei rischi negli ambienti di lavoro. • Riconoscere le diverse sanzioni previste in caso di violazione della normativa. • Adottare comportamenti lavorativi coerenti con le norme di igiene e sicurezza sul lavoro. 	<ul style="list-style-type: none"> • Situazioni di rischio. • Dispositivi di protezione. • Sanzioni previste dalla legge in caso di mancato utilizzo degli stessi • Segnali di divieto, pericolo e prescrizione e prescrizioni correlate 	Asse scientifico tecnologico e professionale Asse dei linguaggi Asse storico sociale	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 . 11) Padroneggiare l'uso di strumenti tecnologici con particolare attenzione alla sicurezza e alla tutela della salute nei luoghi di vita e di lavoro, alla tutela della persona, dell'ambiente e del territorio.
QUARTO ANNO	3/4	<ul style="list-style-type: none"> • Comprendere il valore della sostenibilità ambientale per adottare in modo consapevole comportamenti rispettosi dell'ambiente e in particolare in ambito aziendale. • Utilizzare elementi multimediali di comunicazione per la diffusione e prevenzione di rischi generali. • Riconoscere l'etichettatura dei prodotti alimentari e non alimentari 	<ul style="list-style-type: none"> • Individuare le possibili fonti di inquinamento, in contesti ambientali e normativi mutevoli. • Individuare le procedure già adottate in un contesto per garantire il rispetto dell'ambiente e in particolare in ambito aziendale. • Individuare il linguaggio, gli elementi visivi e le tecnologie adeguate alla comunicazione nel contesto. • Produrre immagini fotografiche e video, rielaborate con strumenti manuali o digitali per la diffusione e prevenzione di rischi generali. • Leggere, interpretare e 	<ul style="list-style-type: none"> • Procedure di un contesto e/o di una impresa per garantire il rispetto dell'ambiente. • I principali software di produzione e fotoritocco di immagini e presentazione • Le tecniche di produzione ed elaborazione fotografica/video e presentazione • La normativa specifica dell'etichetta • La simbologia adottata, i criteri grafici dimensionali e di leggibilità, di sostenibilità ambientale e di sicurezza. • Gli elementi, in base alle conoscenze tipografiche, di impaginazione e di comunicazione visiva. • Gli strumenti informatici per la produzione digitale e la sua diffusione e prevenzione di rischi generali. . 	Asse scientifico tecnologico e professionale Asse dei linguaggi Asse storico sociale	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. 3) Riconoscere gli aspetti geografici, ecologici, territoriali, dell'ambiente naturale ed antropico, le connessioni con le strutture demografiche, economiche, sociali, culturali e le trasformazioni

			<p>divulgare una documentazione normativa attraverso l'infografica.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Applicare le norme comunitarie nel progetto grafico dell'etichetta secondo obiettivi di leggibilità e di assetto grafico/comunicativo. • Utilizzare e interpretare dati statistici. • Avvalersi delle regole di composizione e impaginazione digitale. 			<p>interventute nel corso del tempo .</p> <p>11) Padroneggiare l'uso di strumenti tecnologici con particolare attenzione alla sicurezza e alla tutela della salute nei luoghi di vita e di lavoro, alla tutela della persona, dell'ambiente e del territorio.</p>
QUINTO ANNO	4	<ul style="list-style-type: none"> • Operare in sicurezza e nel rispetto delle norme di igiene e di salvaguardia ambientale, prevenendo eventuali situazioni di rischio • Progettare e interagisce con gli elementi grafici della segnaletica sulla sicurezza, la struttura grafica e la percezione comunicativa. • Personalizzare gli elementi del codice visivo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Individuare procedure di miglioramento a salvaguardia dell'ambiente in particolare in ambito aziendale, proponendo soluzioni. • Produrre artefatti cognitivi: infografiche, segnaletiche, mappe ed etichette per agire in vari modi sull'informazione e salvaguardia dell'ambiente e sicurezza. 	<ul style="list-style-type: none"> • Margini di miglioramento delle procedure a salvaguardia dell'ambiente in particolare in ambito aziendale. • I principali codici visivi in particolare della segnaletica sulla sicurezza. • I pittogrammi di pericolo e di tossicità dei materiali presenti nelle etichette, istruzioni, segnaletica. • Principi comuni e aspetti applicativi della legislazione in materia di sicurezza e salvaguardia ambientale. 	<p>Asse scientifico tecnologico e professionale</p> <p>Asse dei linguaggi</p> <p>Asse storico sociale</p>	<p>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.</p> <p>3) Riconoscere gli aspetti geografici, ecologici, territoriali, dell'ambiente naturale ed antropico, le connessioni con le strutture demografiche, economiche, sociali, culturali e le trasformazioni intervenute nel corso del tempo.</p> <p>11) Padroneggiare l'uso di strumenti tecnologici con particolare attenzione alla sicurezza e alla tutela della salute nei luoghi di vita e di lavoro, alla tutela della</p>

						persona, dell'ambiente e del territorio.
--	--	--	--	--	--	--

Diverse competenze intermedie e relative abilità e conoscenze sono trasversali a più competenze del percorso.

Risultati di apprendimento del Profilo di indirizzo Servizi Commerciali - Competenza in uscita n° 7:

Collaborare nella ricerca di soluzioni finanziarie e assicurative adeguate ed economicamente vantaggiose, tenendo conto delle dinamiche dei mercati di riferimento e dei macro-fenomeni economici nazionali e internazionali.

TRAGUARDI INTERMEDI IN TERMINI DI:

periodo/ annualità	Livelli del QNQ	COMPETENZE intermedie	ABILITÀ	CONOSCENZE	ASSI CULTURALI COINVOLTI	Eventuali raccordi con le competenze di cui agli insegnamenti dell'area generale (allegato 1)
BIENNIO	2					
TERZO ANNO	3					
QUARTO ANNO	3/4					
QUINTO ANNO	4					

Le competenze dell'indirizzo "Servizi commerciali", nel percorso "Design della comunicazione visiva e pubblicitaria", sono sviluppate e integrate in coerenza in riferimento ai codici ATECO e NUP, e con le esigenze territoriali.

REFERENZIAZIONE ALLE ATTIVITA' ECONOMICHE

Il Profilo di uscita dell'indirizzo presenta caratteristiche di trasversalità ad ogni tipo di attività economica. Le attività economiche referenziate ai codici ATECO di riferimento del profilo di uscita sono quelle relative alle Sezioni, e correlate Divisioni, di cui ai codici di sezione da "A" a "S" compresi e "U".

CORRELAZIONE AI SETTORI ECONOMICO-PROFESSIONALI

In riferimento ai settori economico professionali di cui al decreto del Ministro del lavoro e delle politiche sociali, di concerto con il Ministro dell'istruzione, dell'università e della ricerca, del 30 giugno 2015, pubblicato nella Gazzetta ufficiale del 20 luglio 2015, n. 166, il profilo di uscita dell'indirizzo di studi è correlato al settore "Area comune".