

<i>Titolo Uda</i>	DIGITAL MARKETING
<i>Presentazione del percorso</i>	<p>Il Digital Marketing permette di raggiungere gli obiettivi di marketing delle aziende attraverso l'utilizzo di tecnologie e media digitali. In concreto consente di gestire attraverso i diversi canali disponibili, ovvero siti web, mobile app e social media, l'intero ciclo di vendita, dal pre-sales fino all'assistenza clienti.</p> <p>Questo percorso didattico, attraverso le discipline dell'area di indirizzo, mira a sviluppare le nuove competenze necessarie per il Digital Marketing, che afferiscono in particolare alla promozione dello sviluppo di servizi on-line e dell'e-commerce.</p>
<i>Destinatari</i>	Alunni quarte servizi commerciali
<i>Discipline coinvolte</i>	<p>Tecniche Professionali dei Servizi Commerciali Tecniche della Comunicazione Lingue: Inglese, Spagnolo Diritto Laboratorio di Informatica Italiano Matematica</p>
<i>Competenza focus</i>	Competenza Digitale
<i>Competenze correlate</i>	<p>Utilizzare le strategie di marketing convenzionale e non convenzionale. Padroneggiare le lingue straniere per interagire in diversi ambiti e contesti.</p> <p>Individuare i modelli comunicativi, convenzionali e non, da adottare in funzione della committenza e degli obiettivi.</p> <p>Analizzare il valore, i limiti e i rischi nelle varie situazioni della vita sociale e culturale con particolare attenzione alla sicurezza dei luoghi di vita e di lavoro, alla tutela delle persone, dell'ambiente e del territorio.</p>

<i>Attività di accompagnamento dei docenti</i>	<p>Uso di metodologie attive e laboratoriali, mirate a stimolare e supportare gli alunni nel:</p> <ul style="list-style-type: none"> - formulare ipotesi, individuare obiettivi e piste di lavoro confrontandosi con idee e punti di vista diversi; - ricercare e analizzare diverse tipologie di fonti, selezionare dati ed elementi, descrivere, operare confronti, collegamenti e classificazioni tra le informazioni; - classificare le informazioni raccolte, individuare relazioni tra gli elementi, organizzare le informazioni; - collaborare con i compagni per analizzare e ricercare soluzioni ai problemi in diversi contesti; - utilizzare strumenti di comunicazione integrata di impresa per realizzare attività comunicative.
<i>Prodotti /realizzazioni in esito</i>	<p>Progetti in collaborazione con il territorio. Piani di marketing. Campagne promozionali su social.</p>
<i>Criteri per la valutazione dei risultati di apprendimento</i>	<p>Rubriche di competenza</p>

Area	DI INDIRIZZO
Competenza	UTILIZZARE LE STRATEGIE DI MARKETING CONVENZIONALE E NON CONVENZIONALE
Disciplina	TPSC
Conoscenze/Abilità	Attività programmate
<p>Analizza l'evoluzione della relazione impresa-cliente</p>	<p>Elaborazione di progetti, in collaborazione con il territorio</p>
<p>Collabora alla predisposizione di piani di marketing in relazione alle politiche di mercato aziendali</p>	<p>Individuazione delle fasi di sviluppo di un piano di marketing: analisi della situazione di partenza, analisi swot, definizione di obiettivi, strategie e strumenti, redazione del budget, esecuzione e controlli.</p> <p>Determinazione delle leve di marketing mix</p>

Area	DI INDIRIZZO
Competenza	INDIVIDUARE I MODELLI COMUNICATIVI, CONVENZIONALI E NON, DA ADOTTARE IN FUNZIONE DELLA COMMITTENZA E DEGLI OBIETTIVI
Disciplina	TECNICHE DI COMUNICAZIONE
Conoscenze/Abilità	Attività programmate
Collabora ad attività di comunicazione per le aziende sui principali social con riferimento a specifici contesti	Analisi dei mutamenti di mercato e dell'evoluzione della relazione impresa-cliente

Area	DI INDIRIZZO
Competenza	ANALIZZARE IL VALORE, I LIMITI E I RISCHI NELLE VARIE SITUAZIONI DELLA VITA SOCIALE E CULTURALE CON PARTICOLARE ATTENZIONE ALLA SICUREZZA DEI LUOGHI DI VITA E DI LAVORO, ALLA TUTELA DELLE PERSONE, DELL'AMBIENTE E DEL TERRITORIO
Disciplina	DIRITTO
Conoscenze/Abilità	Attività programmate
Applica la normativa in materia di tutela dei dati personali	Analisi del nuovo regolamento europeo per la protezione dei dati GDPR e relativi adempimenti

Area	DI INDIRIZZO
Competenza	Saper applicare le conoscenze matematiche per analizzare e interpretare i dati raccolti tramite strumenti di marketing digitale, al fine di prendere decisioni informate per migliorare le strategie aziendali.
Disciplina	Matematica
Conoscenze/Abilità	Attività programmate
Capacità di raccogliere dati da campagne di marketing digitale, come	Lezione di introduzione alla statistica applicata al marketing digitale: Introduzione ai concetti di base della statistica (medie, percentuali, dispersione) applicati ai dati raccolti dalle campagne di

<p>visite al sito web, tassi di conversione, engagement sui social media, e analizzare questi dati con strumenti matematici.</p> <p>Saper interpretare i dati analizzati per trarre conclusioni e fare previsioni sulle tendenze future, presentando i risultati in modo chiaro e comprensibile.</p>	<p>marketing.</p> <p>Progetto di analisi dei dati: Lavoro di gruppo in cui gli studenti devono raccogliere dati da una campagna di marketing (simulata o reale) e applicare tecniche matematiche per analizzarli, estrarre insights e presentare un report.</p> <p>Studio di casi aziendali: Analisi di casi reali di aziende che utilizzano il marketing digitale, con focus sulle metriche matematiche utilizzate per ottimizzare le campagne.</p>
--	--

--	--

<i>Area</i>	DI INDIRIZZO
<i>Competenza</i>	PADRONEGGIARE LE LINGUE STRANIERE PER INTERAGIRE IN DIVERSI AMBITI E CONTESTI.
<i>Disciplina</i>	LINGUE: INGLESE / SPAGNOLO
<i>Conoscenze/Abilità</i>	<i>Attività programmate</i>
Individua le caratteristiche	Ideazione, progettazione e realizzazione di contenuti multimediali (testi, grafici, video)

linguistiche della comunicazione in rete	Inglese / Spagnolo - Comprendere la terminologia specifica di settore . Leggere e comprendere le forme linguistiche della campagna pubblicitaria
--	---

Area	DI INDIRIZZO
Competenza	UTILIZZARE LE STRATEGIE DI MARKETING CONVENZIONALE E NON CONVENZIONALE.
Disciplina	LABORATORIO INFORMATICO
Conoscenze/Abilità	Attività programmate
Individua le caratteristiche comuni, le peculiarità, i linguaggi dei siti web, di Facebook, di Instagram e Twitter	Ideazione e gestione di pagine e semplici canali social per le aziende
Disciplina	Italiano
Conoscenze/Abilità	
Concetto generale di comunicazione Il linguaggio figurato Analisi di un testo letterario Il testo persuasivo	<p>Lettura ed analisi di esempi di testi attraverso i quali individuare immagini significative che possono essere utilizzate anche in una pubblicità.</p> <p>Lezione frontale dialogata;</p> <p>Lettura ed analisi di testi condivisa.</p> <p>Interpretazione ed approfondimenti dell'antologia elaborata.</p> <p>Laboratorio informatica.</p>
	PRODOTTO FINALE
	<p>Gli studenti saranno chiamati a progettare il sito e la gestione dell'e-commerce anche tramite l'utilizzo dei social.</p> <p>Dovranno inoltre ideare la campagna pubblicitaria dell'azienda ponendo particolare attenzione alla sostenibilità su cui pone l'accento l'azienda stessa.</p> <p>Gli studenti realizzeranno inoltre un sondaggio della progettazione del sito.</p>