



## PROGRAMMAZIONE DIDATTICA

### Istituto Alberghiero Indirizzo Accoglienza Turistica

#### Classe V Acc. Turistica

Comunicazioni di massa e Web 2.0 e nuovi prodotti pubblicitari	<p>modelli di comunicazione</p> <p>Il linguaggio pubblicitario e l'efficacia</p> <p>Tipologie di messaggi e campagne</p> <p>Tipologie di prodotti pubblicitari</p>	<p>Saper riconoscere i modelli di comunicazione interpersonale e di massa sapendone individuare le specificità</p> <p>Saper individuare funzioni e obiettivi della pubblicità</p> <p>Saper individuare le strategie, lo stile il tono alberghiera e il volume di una campagna pubblicitaria</p> <p>Saper valutare le scelte di pianificazione dei media</p>	<p>Cogliere criticamente i mutamenti culturali, sociali economici e tecnologici che influiscono sull'evoluzione dei bisogni e sull'innovazione dei processi di servizio</p> <p>Utilizzare le tecniche di promozione, vendita, informazione e intermediazione turistica</p> <p>Promuovere e gestire servizi di accoglienza turistico alberghiera attraverso la progettazione dei servizi turistici per valorizzare le risorse ambientali, storico-culturali ed enogastronomiche del territorio</p> <p>Utilizzare le tecniche di promozione, vendita e commercializzazione, intermediazione turistico-alberghiera</p> <p>Utilizzare strumenti di comunicazione adeguati</p>
Le comunicazioni aziendali	<p>Comunicazioni interne</p> <p>Le public relations</p>	<p>Saper riconoscere i vettori della comunicazione</p> <p>Saper gestire costruttivamente attività di collaborazione</p>	<p>Utilizzare le tecniche di promozione, vendita e commercializzazione, intermediazione turistico-alberghiera</p> <p>Utilizzare strumenti di comunicazione adeguati</p>

		Saper individuare gli strumenti e le strategie di promozione di una struttura turistica e saperne valutare l'efficacia	Redigere relazioni tecniche e documentare attività individuali e di gruppo relative a situazioni professionali
		Saper pianificare un evento finalizzato alla promozione di un prodotto o struttura, individuando le strategie più efficaci	
Marketing e Turismo	Customer Satisfaction Loyalty e fidelizzazione clientela Digital marketing L'e-commerce Marketing strategico La domanda turistica La segmentazione del mercato turistico Il positioning Il design persuasivo Turismo sostenibile	Saper individuare funzioni e opportunità comunicative offerte dai New Media in termini di Digital marketing turistico Saper riconoscere le tendenze dell'attuale domanda turistica Saper riconoscere i bisogni latenti e espliciti della clientela Saper individuare funzioni e strumenti di profilazione e fidelizzazione	Promuovere e gestire i servizi di accoglienza turistico-alberghiera valorizzando le risorse del territorio Saper rispondere adeguatamente alle esigenze dei mercati e della clientela Progettare nell'ambito turistico in un'ottica di sostenibilità ambientale, socio-culturale ed economica

#### OBIETTIVI EQUIPOLLENTI

Conoscere e riconoscere gli elementi principali dei contenuti sopracitati, conoscere e riconoscere le relazioni tra fatti e fenomeni sociali, riconoscere i bisogni nelle diverse fasce di età e condizioni, conoscere e riconoscere l'influenza esercitata dalla cultura di appartenenza, le tecniche di comunicazione e relazione verbali e non verbali adatte ed efficaci per la promozione dei prodotti nel settore turistico, rispondere adeguatamente alle esigenze della clientela, saper lavorare in team, saper gestire il gruppo di lavoro

#### TESTI, MATERIALI E STRUMENTI ADOTTATI

"Turismo.com, Comunicazioni e relazioni nel turismo contemporaneo" G. Colli, Clitt 2020  
Materiali digitali e multimediali, letture

#### METODOLOGIE

Lezione frontale, lezione dialogata, discussione guidata, cooperative learning, attività laboratoriale, apprendimento ludico interattivo, didattica capovolta, attività di ricerca individuale e di gruppo, riflessioni, analisi e confronto sulle tematiche previste

#### CRITERI DI VALUTAZIONE

Valutazione: del grado di partenza del singolo alunno e dei progressi conseguiti; del livello di autonomia dell'alunno nel raggiungimento dell'obiettivo, del tipo di situazione, nota o meno, in cui l'alunno ha

raggiunto l'obiettivo, delle risorse utilizzate, della continuità nell'apprendimento. (Griglie di valutazione individuate dal dipartimento)

#### **STRUMENTI DI VERIFICA**

Colloquio orale, verifica scritta strutturata e semi-strutturata, compiti di realtà, lavori di gruppo, simulazione seconda prova

#### **ATTIVITÀ DI RECUPERO**

Attività di recupero in itinere