PROGRAMMAZIONE TEDESCO

SECONDA LINGUA

CLASSE QUINTA INDIRIZZO RIM

Libro di testo: *Top im Beruf mit Deutsch*, Loescher ed.

Kapitel 1A: Ausbildung und Praktikum – redigere una relazione e relazionare sull'esperienza di FSL e sulle proprie esperienze scolastiche e lavorative; conoscere il lessico relativo ai compiti da svolgere nelle attività di stage; interagire al telefono (avvio, conduzione, conclusione di una telefonata) in contesto professionale.

Kapitel 1B: Die Bewerbung – presentarsi in un colloquio di lavoro; parlare delle proprie esperienze, capacità, competenze e attitudini; comprendere e scrivere una domanda di lavoro con curriculum; comprendere annunci di lavoro; conoscere i compiti e le funzioni di profili professionali; conoscere il lessico relativo al mondo del lavoro.

Kapitel 4AB: Produkte und Verkaufsstrategien; Werbung – conoscere le caratteristiche e le strategie di vendita e di marketing; comprendere le caratteristiche e gli strumenti tipici delle diverse forme di marketing; analisi Swot; ruolo della pubblicità nei social media e attraverso gli influencer; analisi di spot pubblicitari tedeschi.

Tematiche relative alla storia del Novecento (Nazismo, Shoah, Germania divisa e Muro di Berlino, Riunificazione, poesie di B. Brecht, Anne Frank) e argomenti interdisciplinari (Unione Europea, organismi internazionali, banche etiche).

OBIETTIVI MINIMI di apprendimento riferibili al livello B1+ del QCER – Quadro Comune Europeo di Riferimento per le Lingue

Ascolto: capisce gli elementi principali di discorsi in lingua standard su argomenti familiari e professionali (telefonate, interviste, conversazioni).

Produzione orale: esprime un'opinione su un argomento; descrive esperienze e avvenimenti in modo coerente; relaziona su argomenti di civiltà/cultura o sugli aspetti dell'ambito aziendale-commerciale studiati in modo chiaro.

Interazione orale: interagisce in conversazioni su argomenti riguardanti la vita quotidiana e l'attualità. Utilizza il linguaggio settoriale dell'indirizzo per interagire in modo efficace in contesti professionali noti (al telefono, con il cliente, in azienda).

Comprensione scritta: comprende le idee fondamentali e specifiche di testi legati alla sfera quotidiana e al settore tecnico-professionale dell'indirizzo di studi.

Produzione scritta: scrive testi relativi alla sfera personale e quotidiana; gestisce comunicazioni scritte a seconda dello scopo professionale utilizzando un linguaggio chiaro e generalmente corretto.

Cultura e interculturalità: stabilisce collegamenti tra le tradizioni culturali locali, nazionali ed internazionali in una "prospettiva interculturale".

Utilizza le reti e gli strumenti informatici nelle attività di studio, ricerca e approfondimento disciplinare.