



Disciplina ¹	Tecnologie della comunicazione				
Classe	3AM	Indirizzo	Tecnico Relazioni internazionali per il marketing	Anno scolastico	2025/2026
Docente	Alessia Ritorto				

Testo in adozione: P. Camagni, R. Nikolassy, Nuovo Informatica & Impresa per Relazioni Internazionali per il Marketing, Edizione verde, Hoepli

Programmazione:

L'azienda ed i sistemi informativi aziendali:

L'azienda e le funzioni aziendali

- o L'azienda e l'attività economica
- o Il sistema azienda e impresa
- o La classificazione del sistema azienda
- o La gestione di un'azienda

Sistemi informativi e informatici

- o Il sistema impresa e la direzione aziendale
- o Risorse e processi
- o Il sistema informativo aziendale
- o Elementi di un sistema informativo
- o L'informazione come risorsa organizzativa
- o Il sistema informatico

Enterprise Resource Planning – ERP

- o I sistemi informativi integrati – ERP
- o Le caratteristiche dei sistemi ERP
- o I componenti di un ERP
- o Presentazione ed analisi dei dati

Il passaggio a un sistema informativo integrato

- o Il sistema informativo integrato – BRP, standardizzazione, integrazione
- o Il passaggio a un sistema ERP
- o Principi per una corretta implementazione
- o Le soluzioni ERP sul mercato (soluzioni a pagamento, Open Source, Odoo)

La produzione di documenti contabili con Excel:

Applicazioni commerciali delle funzioni condizionali di Excel

- La sommatoria condizionale
- Altre funzioni di sommatoria e conteggio condizionale



La gestione dei dati in Excel

- I dati
- Ordinamento e subtotali
- I filtri
- La formattazione condizionale

I modelli e la protezione dei dati in Excel

- Organizzare al meglio il foglio di lavoro con Excel
- I riferimenti ad altri fogli
- I modelli con Excel
- Gestire la protezione del foglio
- Realizzazione di un modello protetto
- Modifica di un modello

Applicazioni di marketing e web con Excel

- Organizzare un'esposizione
- La gestione di un piano Expo
- Progettazione di un sito aziendale

Il marketing con l'informatica

L'e-commerce: il commercio elettronico

- Cenni storici
- Le quattro tappe nell'evoluzione dell'e-commerce
- Come funziona l'e-commerce
- **I segmenti dell'e-commerce**
 - B2B Business-to-Business
 - B2C: Business-to-Consumer
 - C2C: Consumer-to-Consumer
 - C2B: Consumer-to-Business
- Dinamiche di mercato e normative
- La tassazione
- Il ranking e il cambiamento in atto in Europa
- **Analisi del modello B2C (Business-to-Consumer)**
 - Lato acquirente: Vantaggi e svantaggi dell'acquisto
 - Lato venditore: Vantaggi e svantaggi della vendita
- Pagamenti e sicurezza online
- Sistemi di pagamento online
- **La sicurezza delle transazioni online**
 - Sistemi di sicurezza nelle transazioni commerciali
- Focus sulle minacce: Il phishing

I social network: una nuova opportunità

- La Social Network Analysis (SNA)
- Cenni storici



- **L'evoluzione del Web: dal 1.0 al 3.0**
 - Web 1.0 e Web 1.5
 - Web 2.0
 - Web 3.0 e Web semantico
- **Il business digitale e la pubblicità**
 - Le aziende di oggi e il web
 - Il social media advertising: il futuro della pubblicità

Le forme di comunicazione commerciale

- La comunicazione d'impresa
 - Differenza tra marchio e logo aziendale
 - Aree di comunicazione
- Comunicazione interna e comunicazione esterna
- La comunicazione commerciale
- Il risultato della comunicazione commerciale
- Forme e tecniche della comunicazione
 - La sponsorizzazione
 - Il direct marketing
 - La promozione delle vendite
 - Il merchandising (il marketing del punto vendita)
 - Le pubbliche relazioni (PR)

Le forme di pubblicità e la modellizzazione del cliente

La comunicazione pubblicitaria

- Perché le aziende fanno pubblicità
- La campagna pubblicitaria
- Il sito web aziendale

Pubblicità e comunicazione digitale

- Banner
- Rich media
- Advergame
- Keyword advertising
- Mailing list, newsletter, forum e chat
- Advertising su Google

La pubblicità sui canali social

- Social network
- Una strategia di social media advertising



Siti web

La progettazione di un sito web

- Siti web statici e dinamici
- Progettare un sito web
- Realizzare un sito web
- Le figure professionali del web
- Accessibilità e usabilità
- Valutazione delle caratteristiche di un sito web

La produzione di contenuti multimediali

La rappresentazione in digitale di immagini, audio e video

- La produzione degli audiovisivi
 - Prodotti audiovisivi e scenari di fruizione
- La rappresentazione dei suoni digitali
- La produzione sonora
- La rappresentazione dei video digitali
- I formati video
- La rappresentazione delle immagini digitali
 - Campionamento e quantizzazione
 - Aspect ratio

ED CIVICA

I rischi della rete per un cittadino digitale. Cyberbullismo.
Digital reputation.
Regole di convivenza civile nella rete.

METODOLOGIE E STRUMENTI DIDATTICI

<i>Tipologie di insegnamento-apprendimento previste (indicare le tipologie prevalenti)</i>	<i>Strumentazione didattica prevista nell'attività curricolare (indicare le tipologie prevalenti)</i>
[x] Lezione frontale propedeutica	[x] Libri di testo
[x] Lezione frontale di esposizione	[x] Lettura diretta di fonti/documenti
[x] Lezione frontale di sintesi/sistematizzazione	[x] Proiezione film/diapositive/ multimediali
[x] Laboratori (di analisi, di traduzione, scientifici, informatici)	[] Laboratorio di lingue
	[x] Laboratorio di informatica
[x] Lavori di gruppo	[] Laboratorio di fisica
[x] Ricerche guidate	[] Laboratorio di scienze
[] Altro _____	[] Palestra
	[] Altro _____

NUMERO E TIPOLOGIE DELLE VERIFICHE

<i>Modalità di verifica/valutazione dell'apprendimento</i>	<i>Numero previsto di verifiche</i>
--	-------------------------------------



PROGETTO DIDATTICO FORMATIVO DEL DOCENTE

		<i>trimestre</i>	<i>pentamestre</i>
[x]	Interrogazioni orali	Quante necessarie	Quante necessarie
[x]	Prove scritte specifiche della disciplina	≥ 2	≥ 3
[]	Ricerche individuali e/o di gruppo		
[]	Relazioni orali e/o scritte		
[x]	Prove pratiche: attività in laboratorio (scienze, fisica, informatica, lingue) o in palestra	Quante necessarie	Quante necessarie
[]	Lavori ipertestuali		
[]	Altro _____		