**UDA SERVIZI COMMERCIALI**

| **1. Titolo UdA** | **GRAPPOLI ON LINE**  . | |
| --- | --- | --- |
| **2. Contestualizzazione** | La scelta dell’Uda è motivata dalla necessità di far acquisire agli studenti alcune competenze specifiche, in vista dell’esame di stato, nonché di sviluppare la capacità di individuare l'interazione tra il tessuto territoriale di appartenenza e l'innovazione tecnologica delle nuove forme di comunicazione e pubblicità. | |
| **3. Destinatari** | Classe quinta – servizi commerciali | |
| **4. Monte ore complessivo** | 42 ORE | |
| **5. Situazione-problema/compito di realtà** | Gli studenti saranno chiamati a progettare il restyling del sito e la gestione dell’e-commerce anche tramite l’utilizzo dei social.  Dovranno inoltre ideare la campagna pubblicitaria dell’azienda ponendo particolare attenzione alla sostenibilità su cui pone l’accento l’azienda stessa.  Gli studenti realizzeranno inoltre un sondaggio per il restyling del sito. | |
| **6. Prodotto finale da realizzare** | CAMPAGNA PUBBLICITARIA DI UN’AZIENDA COMMERCIALE (VINICOLA) SUL SITO | |
| **7. Competenze obiettivo** | **AREA GENERALE**  **Competenza in uscita n° 7** : Individuare e utilizzare le moderne forme di comunicazione visiva e multimediale, anche con riferimento alle strategie espressive e agli strumenti tecnici della comunicazione in rete.  **Competenza in uscita n° 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.  **Competenza in uscita n° 2:**Utilizzare il patrimonio lessicale ed espressivo della lingua italiana secondo le esigenze comunicative nei vari contesti: sociali, culturali, scientifici, economici, tecnologici e professionali  **AREA D’INDIRIZZO**  **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.  **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. | |
| **8. Prerequisiti** | Italiano: Concetto generale di comunicazione  Il linguaggio figurato  Analisi di un testo letterario  Il testo persuasivo  Tecniche prof. : L’economia circolare  Il marketing e le sue leve  Tecniche di comunicazione: Gli strumenti della comunicazione esterna di un’azienda;  Matematica: Rapporti, percentuali  Informatica: Google forms  Pacchetto adobe  Inglese: microlingua inglese  Diritto: Il contratto di rete e normativa privacy | |
| **9. Saperi** | **Conoscenze** | **Abilità** |
| **AREA GENERALE**  **Competenza in uscita n.7** :  Principali repertori bibliografici e testuali nel web  Testi ed autori significativi della letteratura italiana ed europea in un chiave tematica.  Interpretazioni ed approfondimenti dei significati figurati in testi letterari e non letterari tematici.  **Competenza in uscita n.5** :  Elementi chiave di un testo settoriale.  Comprensione di testi in lingua straniera.  Interazione tra la microlingua settoriale e il linguaggio pubblicitario e del web.  **Competenza in uscita n.2** :  Elementi chiave di un testo settoriale.  Interazione tra la microlingua settoriale e il linguaggio pubblicitario e del web.  **AREA D’INDIRIZZO**  **Competenza in uscita n.2**:  Tecnologie informatiche di progettazione, comunicazione, presentazione, animazione.  Approfondimento dei software grafici, interazione e raccolta dei file per la realizzazione del layout.  Le sinergie e le integrazioni tra software finalizzate all’elaborazione di immagini fotografiche, di file per la stampa e/o i multimedia.  Copyright e diritto d’autore.  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.  Regole di impaginazione, in relazione alla campagna pubblicitaria.    **Competenza n. 5**  Elementi di statistica descrittiva  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 dei device.  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. | **AREA GENERALE**  **Competenza in uscita n.7** : Ricercare informazioni nel web; Elaborare informazioni trovate in rete;Utilizzare strumenti culturali (dizionari, browser, motori di ricerca, biblio-sitografie, indici, sussidi)  Orientarsi tra testi e autori fondamentali della letteratura italiana e europea, anche con riferimento a tematiche.  Saper cogliere le interrelazioni tra significati profondi di un testo.  **Competenza in uscita n.5** :  Comprendere le idee fondamentali di testi, anche nel proprio settore di specializzazione.  Produrre testi (nella lingua straniera)  Comprendere la microlingua e gli aspetti pubblicitari in testi in lingua straniera.  **Competenza in uscita n. 2**: Comprendere le idee fondamentali di testi, anche nel proprio settore di specializzazione.  Produrre testi. Comprendere la microlingua e gli aspetti pubblicitari in testi di diversa tipologia.  **AREA D’INDIRIZZO**  **Competenza in uscita n.2**:  Utilizzare responsabilmente le tecnologie informatiche  Utilizzare Internet consapevolmente in riferimento alle reti di computer e ai protocolli di rete.    **Competenza n. 5**  Realizzare indagini di mercato con semplici strumenti statistici  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.  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 |
| **10. Insegnamenti coinvolti** | Informatica (6h), Tecniche professionali (14h), Matematica (4h), Italiano (8h), Tecniche della comunicazione (4h) Inglese (2h), Diritto (2h). | |

**PIANO DI LAVORO DELL’UDA**

| Fasi / titolo | Insegnamenti  e contenuti | Attività e strategie didattiche | Strumenti | Esiti/Prodotti intermedi | Criteri/evidenze per la valutazione | Modalità di verifica /valutazione | Durata  (ore) |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. | **Italiano**  “Sorsi d’autore”. Come narrare il vino attraverso esempi tratti dalla letteratura tra ‘800 e ‘900  -D’Annunzio  -Alda Merini  -Hemingway  “Pubblicità poetica”  Utilizzo delle principali figure retoriche da parte di noti marchi pubblicitari.  Es. “Geox. La scarpa che respira”(Personificazione;  Tetra Pak protegge la bontà” (Metonimia) | Lettura ed analisi di esempi di testi attraverso i quali individuare immagini significative che possono essere utilizzate anche in una pubblicità.  Lezione frontale dialogata;  Lettura ed analisi di testi condivisa.  Interpretazione ed approfondimenti dell’antologia elaborata.  Laboratorio informatica. | Libro di testo  Testi ricercati tramite siti web verificati  Fotocopie fornite dal docente  Computer con programmi di video scrittura e grafica (es. power point, Canva) | Produzione di un prodotto multimediale che raccolga le frasi celebri o i versi significativi che si ispirano al mondo del vino di autori italiani o europei.  Creazione di un messaggio pubblicitario sul tema del vino che contenga almeno una figura retorica (ES. “VINI PIOVESAN: OGNI SORSO E’ UN ABBRACCIO”) | Utilizzare in modo consapevole computer e rete;  Individuare tematiche comuni a più testi.  Leggere i significati figurati di testi letterari.  Ricercare ed elaborare di informazioni nel web attraverso siti autorevoli (es. Progetto LiberLiber; Letteraturaitaliana.it; repository all’interno di siti di case editrici es. Loescher);  Utilizzo e produzione di testi multimediali | Valutazione di processo:  Check list per monitorare l’utilizzo degli strumenti web durante la ricerca di informazioni  Rubrica di valutazione per livello di approfondimento nelle discussioni ed interpretazioni dei testi  Valutazione di prodotto:  Griglia di valutazione finale per il prodotto multimediale richiesto | 8 |
| **2.**  **L’indagine** | **Matematica**  Indagine statistica  rilevamento dei dati  frequenze  grafici  elaborazione dei dati  Rappresentazione grafica delle distribuzione di frequenza (anche utilizzando opportuni strumenti informatici)  Indici di variabilità | Lavori di gruppo | Dispositivi smart  google fogli  google moduli | Raccolta ed elaborazione dati dell’esito del sondaggio realizzato | **Competenza d’indirizzo n. 5**  Saper realizzare un questionario per indagare un fenomeno statistico  Utilizzare la matematica per il trattamento quantitativo dell'informazione. | valutazione del processo e del prodotto intermedio (compito esperto) | 4 |
| **3.**  **La strategia** | **Tecniche di comunicazione**  Le figure professionali fondamentali di un'agenzia pubblicitaria. Le fasi di realizzazione di una campagna pubblicitaria. | Lezione frontale teorico/pratica  Lavoro di gruppo  Discussioni guidate collettive ed individuali  Brain-storming | Libro di testo;  Laboratorio di informatica | Scelta della strategia di comunicazione e di vendita più adatta | Competenza d’indirizzo n.5  Conoscere come lavora un'agenzia pubblicitaria e sapersi relazionare alle diverse figure professionali presenti. Contribuire alla pianificazione di una strategia di comunicazione sui principali media e di una campagna pubblicitaria. | Valutazione di processo | 4 |
| **4.**  **Il blog** | **Informatica** | Lavori di gruppo | Laboratorio di informatica | Creazione di un blog all’interno del sito. | Competenza di indirizzo n.5  Saper creare e seguire la gestione di un blog.  Competenza di indirizzo n.2  Saper gestire la pagina dell’e-commerce. | Valutazione di processo  Valutazione di prodotto | 6 |
| **5.**  **La sostenibilità aziendale e la campagna pubblicitaria** | **Tecniche professionali**  Il rispetto dell’ambiente e la sostenibilità aziendale.  Tecniche di web marketing non convenzionale in riferimento agli strumenti social utili alle aziende | Analisi della situazione del mercato per la realizzazione di una indagine di mercato  Progettare e strutturare l’idea della campagna pubblicitaria | Libro di testo  Laboratorio Informatica | Raccolta dei dati relativi al mercato di appartenenza.  Inserimento nel sito di riferimenti sulla sostenibilità del prodotto e dell’azienda. | Competenza d’indirizzo n.5  Utilizzare a fini promozionali i social network. | Valutazione di processo  Valutazione del prodotto intermedio. | 14 |
| **6. La microlingua** | **Inglese**  The role of market research  Market strategies and techniques  Green marketing | Comprendere la terminologia specifica di settore in inglese.  Espressione in microlingua | Testi ricercati tramite siti web verificati | Creazione di un messaggio pubblicitario in lingua | Leggere e comprendere le forme linguistiche della campagna pubblicitaria | Valutazione di processo | 2 |
| **7. La normativa di riferimento** | **Diritto**  Proprietà intellettuale- diritto della concorrenza | Ricerca delle principali informazioni sulla proprietà intellettuale | Libro di testo e materiali su internet | Conoscere gli aspetti giuridici di una campagna pubblicitaria | Competenza n. 5 | Valutazione di processo | 2 |
| **8. Il diario di bordo** | **Gli insegnamenti coinvolti** | Compilazione del diario di bordo da parte degli studenti | Diario di bordo su file condiviso | Diario sul percorso svolto | Competenza Imparare ad imparare  Rielaborare e interpretare le informazioni raccolte. Autovalutare il percorso svolto | Valutazione consapevolezza metacognitiva | 2 |

Allegati

**CALENDARIO DELL’UDA**

| **Fasi** | Novembre | | | | Novembre/Dicembre | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| dal 01/11 al 05/11 | dal 07/11 al 12/11 | dal 14/11 al 19/11 | dal 21/11 al 26/11 | dal 28/11 al 03/12 | dal 5/12 al 10/12 | dal 12/12 al 17/12 |  |
| **1** |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **2** |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **3** |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **4** |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **5** |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **6** |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **7** |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **8** |  |  |  |  |  |  |  |  |

| 1. **Scheda - consegne per gli studenti** | La scelta dell’Uda parte dalla necessità di offrire agli studenti uno strumento utile per trattare un nucleo fondamentale previsto dalla nuova normativa sull’esame di Stato.  **Cosa si chiede di fare**: partendo dall’analisi del territorio e delle normative legate al mondo web, lo studente dovrà realizzare la campagna pubblicitaria di un’azienda vinicola già presente sul mercato. Dovrà curarne il sito proponendo un suo restyling e la creazione di un blog.  **In che modo:** si effettueranno delle lezioni introduttive per dare informazioni agli studenti su come procedere e in seguito lavoreranno in gruppi  **Prodotti:** sono previsti prodotti intermedi a seconda delle diverse fasi e un unico prodotto finale consistente nella presentazione della campagna pubblicitaria  **Tempi**: a partire dal mese di novembre fino a dicembre  Strumenti: PC personale  LIM  Libri di testo di Italiano, Inglese e Tedesco  Internet  Software per:  - la stesura di documentazione  - e-learning  - analisi e rappresentazione di dati | |
| --- | --- | --- |
| 1. **Schema della relazione / esposizione individuale /**   **diario di bordo** | L’alunno dovrà scrivere una **relazione** e:   * descrivere il percorso generale dell’attività e gli obiettivi raggiunti; * i principali contenuti/temi trattati; * il modo in cui è stato svolto il compito; * le difficoltà incontrate e come siano state superate; * ciò che ha imparato dall’UdA e in che cosa debba ancora migliorare * valuti il lavoro svolto in prima persona e l’attività in generale. | Ogni studente dovrà compilare on line un **diario di bordo** semistrutturato, dedicandovi una parte del tempo a disposizione in ogni fase o al termine della sessione di attività. Le domande previste potranno essere le seguenti:   * Che compito hai svolto in questa fase dell’attività ed in che modo? * Sei soddisfatto del risultato ottenuto? Per quale motivo? * Che cosa hai imparato dall’attività svolta? * Hai incontrato difficoltà? Quali? Come sono state superate, in caso? * Pensando all’attività svolta, In che cosa devi ancora migliorare? * Come valuti il lavoro che hai svolto? |

**Strumenti di valutazione delle competenze**

**DESCRITTORI GENERALI DEI LIVELLI DI COMPETENZA**

| **INDICATORI** | **INIZIALE (D)** | **BASE (C)** | **INTERMEDIO (B)** | **AVANZATO (A)** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **1. Rubrica di processo**  (valuta la competenza agita in situazione) | Lo studente ha incontrato difficoltà nell’affrontare il compito di realtà ed è riuscito ad applicare le conoscenze e le abilità necessarie solo se aiutato dall’insegnante o da un pari. | Lo studente è riuscito a svolgere in autonomia le parti più semplici del compito di realtà, mostrando di possedere conoscenze ed abilità essenziali e di saper applicare regole e procedure fondamentali | Lo studente ha mostrato di saper agire in maniera competente per risolvere la situazione problema, dimostrando di saper utilizzare le conoscenze e le abilità richieste | Lo studente ha saputo agire in modo esperto, consapevole e originale nello svolgimento del compito di realtà, mostrando una sicura padronanza nell’uso delle conoscenze e delle abilità richieste |
| **2. Rubrica di prodotto**  (risultato dell’agire competente in termini di elaborato) | L’elaborato prodotto presenta varie imperfezioni, una struttura poco coerente e denota un basso livello di competenza da parte dell’alunno | L’elaborato prodotto risulta essere semplice, essenziale ed abbastanza corretto, perciò dimostra come l’alunno sia in grado di utilizzare le principali conoscenze e abilità richieste | L’elaborato prodotto risulta essere ben sviluppato ed in gran parte corretto, perciò dimostra come l’alunno abbia raggiunto un buon livello di padronanza della competenza richiesta | L’elaborato prodotto risulta essere significativo ed originale, corretto e ben strutturato, perciò dimostra un’ottima padronanza della competenza richiesta da parte dell’alunno |
| **3. Rubrica di consapevolezza metacognitiva**  (risultato della relazione individuale sull’UdA o dell’esposizione) | La relazione/esposizione mostra uno scarso livello di riflessione dell’alunno sulle attività svolte e sul proprio operato ed una ricostruzione/illustrazione approssimata ed imprecisa dei contenuti, delle fasi e degli obiettivi del percorso, con una proprietà di linguaggio da migliorare | La relazione/esposizione mostra un discreto livello di riflessione dell’alunno sulle attività svolte e sul proprio operato ed una ricostruzione semplice ed essenziale dei contenuti, delle fasi e degli obiettivi del percorso, con un uso basilare del linguaggio specifico | La relazione/esposizione denota una buona capacità di riflessione dell’alunno sulle attività svolte e sul proprio operato ed una ricostruzione precisa e abbastanza dettagliata dei contenuti, delle fasi e degli obiettivi del percorso, con un uso corretto del linguaggio specifico | La relazione/esposizione denota un livello profondo di riflessione dell’alunno sulle attività svolte e sul proprio operato ed una ricostruzione completa, ragionata e approfondita delle fasi e degli obiettivi del percorso, con un uso costante e preciso del linguaggio specifico |

**RUBRICA DI VALUTAZIONE DELLE COMPETENZE**

| **COMPITO DI REALTÀ**:  Gli studenti saranno chiamati a progettare il restyling del sito e la gestione dell’e-commerce anche tramite l’utilizzo dei social.  Dovranno inoltre ideare la campagna pubblicitaria dell’azienda ponendo particolare attenzione alla sostenibilità su cui pone l’accento l’azienda stessa.  Gli studenti realizzeranno inoltre un sondaggio per il restyling del sito. | | | | | **PRODOTTO/I**:  CAMPAGNA PUBBLICITARIA DI UN’AZIENDA COMMERCIALE (VINICOLA) SUL SITO | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **INSEGNAMENTO/I:** Informatica (6h), Tecniche professionali (14h), Matematica (4h), Italiano (8h), Tecniche della comunicazione (4h) Inglese (2h), Diritto (2h). | | | | **DOCENTE/I:** | | **CLASSE/I: 5^** | |
| **FASE**  **UdA** | **COMPETENZE**  (dalle Linee guida) | **DIMENSIONE**  di sviluppo  della competenza | **EVIDENZE**  della competenza  nel compito di realtà | **LIVELLI DI PADRONANZA DELLE EVIDENZE** | | | |
| **INIZIALE (D)** | **BASE (C)** | **INTERMEDIO (B)** | **AVANZATO (A)** |
| **1 A** | C 2/4  Gestire forme di interazione orale, monologica e  dialogica, secondo specifici scopi comunicativi.  Comprendere e interpretare tipi e generi testuali,  letterari e non letterari, contestualizzandoli nei  diversi periodi culturali.  Utilizzare differenti tecniche compositive per scrivere testi con finalità e scopi professionali di-  versi utilizzando anche risorse multimodali.  Utilizzare il patrimonio lessicale ed espressivo e le  strutture della lingua italiana secondo le esigenze  comunicative nei vari contesti (sociali, culturali,  scientifici, economici, tecnologici e professionali). | **Processo** | Individuare tematiche comuni a più testi  Leggere i significati figurati di testi letterari. | Guidato dal docente, lo studente sa riconoscere alcuni  testi e autori fondamentali della letteratura italiana e europea, anche con riferimento a tematiche specifiche.  Sa cogliere semplici collegamenti tra significati anche simbolici e figurati di un testo. | Supervisionato dal docente lo studente sa riconoscere testi e autori fondamentali della letteratura italiana e europea, anche con riferimento a tematiche specifiche e settoriali.  Sa cogliere collegamenti tra significati simbolici e figurati di un testo. | Lo studente in autonomia sa riconoscere testi e autori fondamentali della letteratura italiana e europea, anche con riferimento a tematiche specifiche e settoriali.  Sa cogliere collegamenti e interrelazioni tra significati simbolici e figurati di un testo. | .Lo studente in piena autonomia sa riconoscere testi e autori fondamentali della letteratura italiana e europea, anche con riferimento a tematiche specifiche e settoriali.  Sa cogliere collegamenti e interrelazioni tra significati simbolici, figurati e profondi di un testo e rielaborarli con spirito critico. |
| **Prodotto** | Creazione di un messaggio pubblicitario sul tema del vino che contenga almeno una figura retorica | Guidato dal docente, lo studente riconosce in testi letterari, frasi ed immagini significative che possono essere utilizzate anche in una pubblicità. Aiutato inventa un semplice slogan sull’argomento trattato. | Supervisionato dal docente lo studente riconosce in testi letterari frasi ed immagini significative che possono essere utilizzate anche in una pubblicità. Sa riconoscere le figure retoriche usate. Inventa un semplice slogan sull’argomento trattato. | Lo studente, in autonomia, riconosce ed analizza in testi letterari frasi ed immagini significative che possono essere utilizzate anche in una pubblicità. Sa riconoscere le figure retoriche usate. Inventa esempi ulteriori di figure retoriche e slogan sull’argomento trattato. | Lo studente, in piena autonomia e con spirito di iniziativa nel lavoro di team, riconosce ed analizza in testi letterari frasi ed immagini significative che possono essere utilizzate anche in una pubblicità. Sa riconoscere e rielaborare le figure retoriche usate. Inventa esempi ulteriori di figure retoriche e slogan sull’argomento trattato con originalità e personalizzazione. |
| **Consapevolezza**  **metacognitiva** |  | Lo studente mostra uno scarso livello di riflessione sulle attività svolte e sul proprio operato ed una ricostruzione/illustrazione approssimata ed imprecisa dei contenuti, delle fasi e degli obiettivi del percorso, con una proprietà di linguaggio da migliorare | Lo studente mostra un discreto livello di riflessione sulle attività svolte e sul proprio operato ed una ricostruzione semplice ed essenziale dei contenuti, delle fasi e degli obiettivi del percorso, con un uso basilare del linguaggio specifico | Lo studente mostra una buona capacità di riflessione sulle attività svolte e sul proprio operato ed una ricostruzione precisa e abbastanza dettagliata dei contenuti, delle fasi e degli obiettivi del percorso, con un uso corretto del linguaggio specifico | Lo studente mostra un livello profondo di riflessione sulle attività svolte e sul proprio operato ed una ricostruzione completa, ragionata e approfondita delle fasi e degli obiettivi del percorso, con un uso costante e preciso del linguaggio specifico |
| **FASE**  **UdA** | **COMPETENZE**  (dalle Linee guida) | **DIMENSIONE**  di sviluppo  della competenza | **EVIDENZE**  della competenza  nel compito di realtà | **LIVELLI DI PADRONANZA DELLE EVIDENZE** | | | |
| **INIZIALE (D)** | **BASE (C)** | **INTERMEDIO (B)** | **AVANZATO (A)** |
| **1 B** | C 7/4  Utilizzare le reti e gli strumenti informatici nelle attività di studio e di lavoro e scegliere le forme di comunicazione visiva e multimediale maggiormente adatte all’area professionale di riferimento per produrre testi complessi, sia in italiano sia in lingua straniera. | **Processo** | Utilizzo consapevole di computer e rete;  Ricerca ed elaborazione di informazioni nel web attraverso siti autorevoli | Lo studente, guidato dal docente sa ricercare alcune informazioni nel web relative ad un argomento; riconosce le informazioni trovate in rete; Guidato utilizza strumenti culturali (dizionari, browser, motori di ricerca, biblio-sitografie, indici, sussidi) | Lo studente supervisionato dal docente, ricerca informazioni nel web relative ad un argomento; lesa catalogare informazioni trovate in rete; utilizza strumenti culturali (dizionari, browser, motori di ricerca, biblio-sitografie, indici, sussidi) | Lo studente, in autonomia, ricerca informazioni nel web relative ad una argomento articolato; elabora le informazioni trovate in rete; utilizza strumenti culturali (dizionari, browser, motori di ricerca, biblio-sitografie, indici, sussidi) con capacità di scelta pertinente. | Lo studente, in piena autonomia e spirito collaborativo, ricerca ed informazioni nel web relative ad una argomento articolato; elabora e personalizza le informazioni trovate in rete; utilizza strumenti culturali (dizionari, browser, motori di ricerca, biblio-sitografie, indici, sussidi) con capacità di scelta pertinente e critica. |
| **Prodotto** | Prodotto multimediale che raccolga le frasi celebri o i versi significativi che si ispirano al mondo del vino di autori italiani o europei. | Lo studente, guidato dal docente, sa elaborare un semplice prodotto multimediale con parte scritta e grafica; prende spunti da esempi noti sull’argomento trattato. | Lo studente, supervisionato dal docente, sa costruire un prodotto multimediale con parte grafica, scritta ed eventualmente anche sonora; sa elaborare ed inserire esempi noti dell’argomento trattato con alcuni spunti non noti. | Lo studente, in autonomia, sa costruire un prodotto multimediale con parte grafica, scritta e anche sonora; sa elaborare ed inserire esempi sia noti che non noti dell’argomento trattato con rielaborazione personale. | Lo studente, in piena autonomia e spirito collaborativo, sa costruire un prodotto multimediale con parte grafica, scritta e anche sonora; sa elaborare ed inserire esempi sia noti che non noti dell’argomento trattato con rielaborazione personale e critica. |
| **Consapevolezza**  **metacognitiva** |  | Lo studente mostra uno scarso livello di riflessione sulle attività svolte e sul proprio operato ed una ricostruzione/illustrazione approssimata ed imprecisa dei contenuti, delle fasi e degli obiettivi del percorso, con una proprietà di linguaggio da migliorare | Lo studente mostra un discreto livello di riflessione sulle attività svolte e sul proprio operato ed una ricostruzione semplice ed essenziale dei contenuti, delle fasi e degli obiettivi del percorso, con un uso basilare del linguaggio specifico | Lo studente mostra una buona capacità di riflessione sulle attività svolte e sul proprio operato ed una ricostruzione precisa e abbastanza dettagliata dei contenuti, delle fasi e degli obiettivi del percorso, con un uso corretto del linguaggio specifico | Lo studente mostra un livello profondo di riflessione sulle attività svolte e sul proprio operato ed una ricostruzione completa, ragionata e approfondita delle fasi e degli obiettivi del percorso, con un uso costante e preciso del linguaggio specifico |
| **2** | MATEMATICA  **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. | **Processo** | collaborare in gruppo per realizzare un questionario su google moduli | lo studente collabora alla stesura e realizzazione del questionario se sollecitato dai compagni o dal docente | lo studente collabora all’ideazione e all’elaborazione delle parti più semplici del questionario | lo studente collabora attivamente e fornisce contributi importanti per l’ideazione e la stesura del questionario | lo studente guida il lavoro di ideazione, pianificazione e stesura del questionario |
| **Prodotto** | Utilizzare la matematica per il trattamento quantitativo dell'informazione.  realizzazione di grafici  elaborazione dati con google fogli | Lo studente, se guidato e in semplici casi, elabora i dati secondo un modello adeguato. | Lo studente, con alcune indicazioni, elabora i dati secondo il modello scelto. | Lo studente seleziona un modello adeguato, elabora i dati secondo il  modello scelto anche in casi non elementari. | Lo studente seleziona un modello basato su una strategia ottimale,  elabora i dati secondo il modello scelto anche in casi complessi. |
| **Consapevolezza**  **metacognitiva** |  |  |  |  |  |
| **3** | TECNICHE DI COMUNICAZIONE  Competenza d’indirizzo n.5  Conoscere come lavora un'agenzia pubblicitaria e sapersi relazionare alle diverse figure professionali presenti. Contribuire alla pianificazione di una strategia di comunicazione sui principali media e di una campagna pubblicitaria. | **Processo** | Discutere e collaborare durante i brain storming e i lavori di gruppo | Lo studente ha incontrato difficoltà nell’affrontare le attività ed è riuscito ad applicare le conoscenze e le abilità necessarie solo se aiutato dall’insegnante o da un pari. | Lo studente è riuscito a svolgere in autonomia le parti più semplici delle attività proposte, mostrando di possedere conoscenze ed abilità essenziali e di saper applicare regole e procedure fondamentali | Lo studente ha mostrato di saper agire in maniera competente per svolgere le attività proposte, dimostrando di saper utilizzare le conoscenze e le abilità richieste | Lo studente ha saputo agire in modo esperto, consapevole e originale nello svolgimento delle attività, mostrando una sicura padronanza nell’uso delle conoscenze e delle abilità richieste |
| **Prodotto** |  |  |  |  |  |
| **Consapevolezza**  **metacognitiva** |  |  |  |  |  |
| 4 | INFORMATICA | **Processo** | Verifica l’efficacia del metodo di lavoro e delle strategie scelti attraverso i risultati parziali e finali.  Motiva il metodo di lavoro scelto.  Corregge l'azione ove necessario.  È cauto nel proprio giudizio di fronte alla complessità delle variabili (e ai diversi gradi di incertezza). | La valutazione del lavoro avviene in modo lacunoso. | Svolge in maniera minimale la valutazione del suo lavoro e gli interventi di correzione. | È in grado di valutare correttamente il proprio lavoro e di intervenire per le necessarie correzioni. | Dimostra di procedere con una costante attenzione valutativa del proprio lavoro e mira al suo miglioramento continuativo. |
| **Prodotto** | Il blog è completo.  Il blog è originale.  Il blog rispetta tutti i parametri della consegna.  Il blog è funzionale.  Il blog denota precisione. | Il blog è incompleto ed eseguito in modo sommario.  Il blog presenta scorrettezze esecutive ed imprecisioni che ne compromettono la funzionalità. | Il blog è sostanzialmente corretto, pur presentando incompletezze in alcune parti.  Le soluzioni adottate sono in gran parte funzionali, pur presentando alcune imprecisioni e debolezze sotto l’aspetto della precisione. | Il blog è correttamente eseguito e completo, rispondente in modo sufficiente ai parametri della consegna.  Le soluzioni adottate sono precise e funzionali. | Il blog è completo in tutte le sue parti, correttamente eseguito e rispondente a tutti i parametri della consegna, con soluzioni originali.  Le soluzioni adottate denotano precisione, funzionalità ed efficacia. |
| **Consapevolezza**  **metacognitiva** |  |  |  |  |  |
| 5 | TECNICHE PROFESSIONALI | **Processo** | Analisi della situazione del mercato per la realizzazione di una indagine di mercato  Progettare e strutturare l’idea della campagna pubblicitaria |  |  |  |  |
| **Prodotto** | Saper utilizzare |  |  |  |  |
| **Consapevolezza**  **metacognitiva** |  |  |  |  |  |
| 6 | INGLESE | **Processo** | Capacità di individuare tematiche comuni a più testi in lingua  Capacità di leggere i significati figurati di testi in lingua | Guidato dal docente, lo studente sa riconoscere alcuni  testi anche con riferimento a tematiche specifiche.  Sa cogliere semplici collegamenti tra significati anche simbolici e figurati di un testo. | Supervisionato dal docente lo studente sa riconoscere testi anche con riferimento a tematiche specifiche e settoriali.  Sa cogliere collegamenti tra significati simbolici e figurati di un testo. | Lo studente in autonomia sa riconoscere testi anche con riferimento a tematiche specifiche e settoriali.  Sa cogliere collegamenti e interrelazioni tra significati simbolici e figurati di un testo. | .Lo studente in piena autonomia sa riconoscere testi anche con riferimento a tematiche specifiche e settoriali.  Sa cogliere collegamenti e interrelazioni tra significati simbolici, figurati e profondi di un testo e rielaborarli con spirito critico. |
| **Prodotto** | Creazione di un messaggio pubblicitario sul tema del vino in lingua | Lo studente, guidato dal docente, sa elaborare un semplice prodotto multimediale con parte scritta e grafica; prende spunti da esempi noti sull’argomento trattato. | Lo studente, supervisionato dal docente, sa costruire un prodotto multimediale con parte grafica, scritta ed eventualmente anche sonora; sa elaborare ed inserire esempi noti dell’argomento trattato con alcuni spunti non noti. | Lo studente, in autonomia, sa costruire un prodotto multimediale con parte grafica, scritta e anche sonora; sa elaborare ed inserire esempi sia noti che non noti dell’argomento trattato con rielaborazione personale. | Lo studente, in piena autonomia e spirito collaborativo, sa costruire un prodotto multimediale con parte grafica, scritta e anche sonora; sa elaborare ed inserire esempi sia noti che non noti dell’argomento trattato con rielaborazione personale e critica. |
| **Consapevolezza**  **metacognitiva** |  |  |  |  |  |
| 7 | DIRITTO | **Processo** | Capacità di riconoscere gli aspetti giuridici del messaggio pubblicitario | Guidato dal docente, lo studente sa riconoscere alcuni aspetti giuridici del messaggio pubblicitario | Guidato dal docente, lo studente sa riconoscere alcuni aspetti giuridici e li collega al tema del messaggio pubblicitario | Lo studente in autonomia sa riconoscere testi. Sa cogliere collegamenti e interrelazioni tra significati simbolici e figurati di un testo con messaggio pubblicitario | Lo studente in piena autonomia sa riconoscere aspetti giuridici anche con riferimento a tematiche specifiche e settoriali.  Sa cogliere collegamenti e interrelazioni tra significati simbolici, figurati e profondi di un testo e rielaborarli con spirito critico. |
| **Prodotto** | Creazione di un messaggio pubblicitario in lingua | Lo studente, guidato dal docente, sa elaborare un semplice prodotto multimediale con parte scritta e grafica; prende spunti da esempi noti sull’argomento trattato. | Lo studente, supervisionato dal docente, sa costruire un prodotto multimediale con parte grafica, scritta ed eventualmente anche sonora; sa elaborare ed inserire esempi noti dell’argomento trattato con alcuni spunti non noti. | Lo studente, in autonomia, sa costruire un prodotto multimediale con parte grafica, scritta e anche sonora; sa elaborare ed inserire esempi sia noti che non noti dell’argomento trattato con rielaborazione personale. | Lo studente, in piena autonomia e spirito collaborativo, sa costruire un prodotto multimediale con parte grafica, scritta e anche sonora; sa elaborare ed inserire esempi sia noti che non noti dell’argomento trattato con rielaborazione personale e critica. |
| **Consapevolezza**  **metacognitiva** |  |  |  |  |  |
| 8 | TUTTE LE MATERIE COINVOLTE | **Processo** | Verifica l’efficacia del metodo di lavoro e delle strategie scelti attraverso i risultati parziali e finali.  Motiva il metodo di lavoro scelto.  Corregge l'azione ove necessario.  È cauto nel proprio giudizio di fronte alla complessità delle variabili (e ai diversi gradi di incertezza). | La valutazione del lavoro avviene in modo lacunoso. | Svolge in maniera minimale la valutazione del suo lavoro e gli interventi di correzione. | È in grado di valutare correttamente il proprio lavoro e di intervenire per le necessarie correzioni. | Dimostra di procedere con una costante attenzione valutativa del proprio lavoro e mira al suo miglioramento continuativo. |
| **Prodotto** |  |  |  |  |  |
| **Consapevolezza**  **metacognitiva** | È consapevole delle strategie attivate.  È in grado di riconoscere le difficoltà incontrate durante lo studio, la ricerca, l’attività svolta.  È in grado di riconoscere i punti di forza del metodo di lavoro scelto.  Coglie la parzialità delle soluzioni semplicistiche.  Riesce ad avere una visione d’insieme, cogliendo l'articolazione e la complessità della realtà con la quale si confronta. | Presenta un atteggiamento operativo e indica solo preferenze emotive (mi piace, non mi piace).  Non è autonomo nello svolgere il compito, nella scelta degli strumenti e/o delle informazioni e procede, con fatica, solo se supportato. | Coglie gli aspetti essenziali di ciò che ha imparato e del proprio lavoro e mostra un certo senso critico.  Ha un’autonomia limitata nello svolgere il compito, nella scelta degli strumenti e/o delle informazioni ed abbisogna spesso di spiegazioni integrative e di guida. | Riflette su ciò che ha imparato e sul proprio lavoro cogliendo il processo personale di lavoro svolto, che affronta in modo critico.  È autonomo nello svolgere il compito, nella scelta degli strumenti e/o delle informazioni. | Riflette su ciò che ha imparato e sul proprio lavoro cogliendo appieno il processo personale svolto, che affronta in modo particolarmente critico.  È completamente autonomo nello svolgere il compito, nella scelta degli strumenti e/o delle informazioni, anche in situazioni nuove e problematiche. |