

## PIANO DI LAVORO PUBBLICO ANNUALE DEL DOCENTE A.S. 2023/24

**Nome e cognome del/della docente:** prof.ssa Brunella Misisca, prof. Nicola Cappuccio

**Disciplina insegnata:** Tecnologie Informatiche/Economia Aziendale

**Libro/i di testo in uso:** Baselli, Camagni, Nikolassy - Infogame - Hoepli  
AAVV- Tecnica commerciale & gestione aziendale per operatori del benessere - San Marco

**Classe e Sezione:** 30

**Indirizzo di studio:** Operatore del benessere - Estetista addetto

### 1. Competenze che si intendono sviluppare o traguardi di competenza

*(fare riferimento alle Linee Guida e ai documenti dei dipartimenti)*

- Gestire file ed elaborare testi e tabelle
- Saper utilizzare il pacchetto Office
- Utilizzo della rete, della posta elettronica e della posta elettronica certificata
- Uso di strumenti di pagamento elettronici in sicurezza
- Marketing di prodotto e di servizio
- Impostare il marketing di prodotto e di servizio
- Interpretare semplici dati statistici
- Saper leggere grafici e tabelle a doppia entrata
- Saper inserire e consultare i record di un database utilizzando form e report preimpostati

### 2. Descrizione di conoscenze e abilità, suddivise in percorsi didattici, evidenziando per ognuna quelle essenziali o minime

*(fare riferimento alle Linee Guida e ai documenti dei dipartimenti)*

#### U.F. 1: Il computer e le sue periferiche

##### Conoscenze:

- Componenti del personal computer (la CPU, le periferiche, le schede, la memoria)
- Gestire ed organizzare i file in cartelle ed archivi compressi
- Trasferire file tra diversi supporti fissi e rimovibili

- Cos'è un database e a cosa serve
- Protezioni e sicurezza informatica (Antivirus, Firewall e Utilities)

**Abilità:**

- Conoscere le funzioni delle varie parti di un computer (CPU, periferiche, penna usb, stampante, schede, memoria)
- Saper inserire e consultare i record di un database utilizzando form e report preimpostati
- Saper scaricare, installare e tenere aggiornato uno dei più diffusi antivirus gratuiti

**Obiettivi Minimi:**

- Avere capacità di gestione e organizzazione dei file e del database.

**U.F. 2: Office e documenti di Google**

**Conoscenze:**

- L'applicativo Word di MS Office, Documenti di Google
- L'applicativo Excel di MS Office, Fogli di Google

**Abilità:**

- Saper comporre i più comuni documenti (lettera, fattura ecc...) usando Word, Documenti di Google
- Saper organizzare dati in tabella, effettuare semplici elaborazioni (medie, massimi ecc...), visualizzare i dati con un grafico usando Excel e Documenti di Google

**Obiettivi Minimi:**

- Avere capacità di gestione e utilizzo di Office e Google App

**U.F. 3: La rete e la posta elettronica**

**Conoscenze:**

- La rete Internet (Browser, posta elettronica con relativi allegati).

**Abilità:**

- Saper gestire la posta elettronica ed i contatti on line.

**Obiettivi Minimi:**

- Avere capacità di utilizzo della rete e della posta elettronica.

**U.F. 4: Il marketing di settore e le ricerche di mercato**

**Conoscenze:**

- Il marketing di settore
- Il marketing planning.
- Le ricerche di mercato.
- Marketing di prodotto e di servizio
- La segmentazione del mercato
- Il ciclo di vita del prodotto
- Elementi di statistica: statistica descrittiva e inferenza statistica

- I fenomeni collettivi: popolazione, campione, indagini totali e campionarie e loro vantaggi e svantaggi
- Frequenza assoluta, relativa e percentuale
- I grafici statistici: diagrammi a barre, organigrammi, istogrammi, cartogrammi e ideogrammi
- I principali indici statistici: moda, mediana, media aritmetica semplice e media aritmetica ponderata

**Abilità:**

Identificare gli strumenti di ricerca di cui il marketing si avvale.

Elaborare i dati statistici e interpretare i risultati ottenuti.

**Obiettivi Minimi:**

- Marketing di prodotto e di servizio
- Interpretazione di semplici dati, tabelle e grafici.

**3. Attività o percorsi didattici concordati nel CdC a livello interdisciplinare - Educazione civica**  
*(descrizione di conoscenze, abilità e competenze che si intendono raggiungere o sviluppare)*

**COSTITUZIONE**

-

**CITTADINANZA**

**DIGITALE:**

**“Le competenze del consumatore nella comunicazione digitale”**

**Competenze:** riconoscere e valutare in modo critico le diverse attività di marketing negli ambienti digitali e capire come queste attività possono influenzare la propria attività di consumatore

**Abilità:**

- saper valutare l'affidabilità delle informazioni
- essere critici verso le pratiche commerciali
- adottare un atteggiamento critico verso la pubblicità mirata

**Conoscenze:**

- interpretare e analizzare le attività di marketing online per capire se i beni/servizi proposti sono in linea con i propri bisogni e interessi;
- riconoscere, analizzare, interpretare a pratiche di marketing incorporate negli ambienti digitali
- comprendere come le tracce digitali dei consumatori (impronte) possono essere raccolte, archiviate, analizzate, vendute e usate a scopi commerciali

**4. Tipologie di verifica, elaborati ed esercitazioni**

*[Indicare un eventuale orientamento personale diverso da quello inserito nel PTOF e specificare quali hanno carattere formativo e quale sommativo]*

## **5. Criteri per le valutazioni**

*(fare riferimento a tutti i criteri di valutazione deliberati nel PTOF aggiornamento triennale 22/25; indicare solo le variazioni rispetto a quanto inserito nel PTOF)*

## **6. Metodi e strategie didattiche**

*(in particolare indicare quelle finalizzate a mantenere l'interesse, a sviluppare la motivazione all'apprendimento, al recupero di conoscenze e abilità, al raggiungimento di obiettivi di competenza)*

- Lezione frontale
- Lezione dialogata
- Active learning: focalizzare l'attenzione su attività condotte dagli studenti in cui vengono coinvolti attivamente nel processo di apprendimento.
- Cooperative learning
- Apprendimento per problemi:

è previsto l'apprendimento di nuovi concetti e procedure per risolvere il problema. L'obiettivo principale è l'apprendimento di nuovi concetti, procedure e principi. Il focus è sul processo di apprendimento.

- Apprendimento per progetti:

gli studenti sono già a conoscenza di concetti e procedure per realizzare il prodotto. L'obiettivo principale è la realizzazione del prodotto, ossia l'abilità di utilizzare praticamente concetti di cui si è in possesso. Il focus è il prodotto, in particolare sulla sua qualità e sulla sua originalità. La valutazione viene fatta sulle caratteristiche del prodotto. (Viene assegnato il progetto di creare un ebook di tecnologie informatiche con i documenti di Google e come contenuti gli argomenti del corso).

- Compiti di realtà
- Fare per imparare
- Didattica laboratoriale

Pisa lì 28/11/2023

I docenti

prof.ssa Brunella Misisca, prof. Nicola Cappuccio