

MACROTEMATICHE	OBIETTIVI	METODOLOGIE INSEGN.	STRUMENTI DI LAVORO	SPAZI	TEMPI (ORE)	STRUMENTI DI VERIFICA
Le competenze relazionali	Conoscere le life skills come competenze indispensabili per la qualità della vita, anche all'interno dell'ambiente lavorativo e applicarle al singolo contesto.	Lezioni partecipate, apprendimento tra pari in modalità di gruppo e tutoring	Libro di testo, dispense, LIM	Aula	5	Esposizione orale; verifica scritta strutturata e non.
Gli stili comunicativi	Conoscere i principali stili comunicativi e saper gestire le comunicazioni in maniera assertiva nell'interazione con il cliente.	Lezioni partecipate, apprendimento tra pari in modalità di gruppo e tutoring	Libro di testo, LIM	Aula	5	Verifiche orali
Il team work	Conoscere le fasi e l'evoluzione di un team efficace e saper individuare le relazioni costruttive nonché le modalità di collaborazione interne ad un'equipe per ottimizzare la qualità del servizio alla clientela	Lezioni partecipate, apprendimento tra pari in modalità di gruppo e tutoring	Libro di testo, LIM	Aula	10	Verifiche orali, prove scritte strutturate e non
Il fattore umano in azienda	Riconoscere l'importanza della motivazione intrinseca al lavoro, i bisogni espliciti, impliciti e latenti della clientela. Saper valutare efficaci azioni di qualità totale e di customer satisfaction. Saper riconoscere le caratteristiche del burnout e del mobbing e saper individuare le strategie per affrontarli al fine di mettere in atto azioni di promozione del proprio benessere e di tutela dell'ambiente	Lezioni partecipate, apprendimento tra pari in modalità di gruppo e tutoring	Libro di testo, LIM	Aula	5	Verifiche orali, prove scritte strutturate e non

Le comunicazioni aziendali	Conoscere i vettori della comunicazione aziendale e comprendere i principali fattori che determinano la comunicazione- informazione di un sistema aziendale. Saper gestire correttamente una riunione di lavoro.	Lezioni partecipate, apprendimento tra pari in modalità di gruppo e tutoring	Libro di testo, LIM	Aula	10	Verifiche orali, prove scritte strutturate e non
Le public relations	Saper individuare le tipologie e le funzioni degli strumenti di PR e saper riconoscere le potenzialità di una buona immagine aziendale nel mercato di riferimento, saper riconoscere funzioni e potenzialità di una buona comunicazione del brand e della mission aziendale.	Lezioni partecipate, apprendimento tra pari in modalità di gruppo e tutoring	Libro di testo, LIM	Aula	5	Verifiche orali, prove scritte strutturate e non
Il linguaggio del marketing	Saper valutare le scelte di marketing in rapporto al suo al suo settore di riferimento, e saper individuare funzioni e strumenti di profilazione e fidelizzazione.	Lezioni partecipate, apprendimento tra pari in modalità di gruppo e tutoring	Libro di testo, LIM	Aula	10	Verifiche orali, prove scritte strutturate e non
La campagna pubblicitaria	Saper riconoscere le implicazioni etiche delle scelte di comunicazione pubblicitaria, saper individuare ruoli e funzioni di un'agenzia pubblicitaria e saper valutare le scelte comunicative dei progetti pubblicitari in funzione del target	Lezioni partecipate, apprendimento tra pari in modalità di gruppo e tutoring	Libro di testo, LIM	Aula	10	Verifiche orali, prove scritte strutturate e non