



# Luigi



# Einaudi



Istituto Professionale di Stato per i Servizi Commerciali e Socio-Sanitari



Istituto certificato per la Qualità  
ISO/UNI EN ISO 9001:2008 Cert. n. IT04/1286 - Progettazione ed erogazione di servizi di formazione e di orientamento - Settore EA:37

Agenzia Formativa accreditata da Regione Toscana con codice di accreditamento n.

## CONSUNTIVO DELLE ATTIVITA' DISCIPLINARI

A.S. 2023/2024

### 1.1 MATERIA *Lingua inglese*

CLASSE 5dC servizi commerciali

### 1.2 DOCENTE Prof./Prof.ssa Stefania Angerami

### 1.3 LIBRI DI TESTO ADOTTATI

*Identity B1 to B1*, Oxford University Press; 2030, *English for Responsible Business*, Rizzoli languages.

### 1.4 ORE DI LEZIONE EFFETTUATE NELL'ANNO SCOLASTICO (n. 33 settimane).

N° ore 65 su n° ore 66 previste dal Piano di Studio

### 1.5 OBIETTIVI RAGGIUNTI

#### In termine di conoscenze

Gli alunni conoscono le principali strutture grammaticali e i fattori di coerenza e coesione del discorso. Inoltre, hanno appreso gli aspetti salienti del concetto di marketing, della ricerca di mercato, della strategia di marketing, del marketing mix, del branding, del marketing digitale. Sono in grado di riconoscere le tipologie e gli strumenti pubblicitari. Inoltre, conoscono gli strumenti bancari, il digital banking, la sicurezza bancaria, i servizi bancari alle aziende, e la finanza etica. Inoltre, conoscono i dati principali relativi all'economia e al commercio estero del Regno Unito e degli Stati Uniti.

#### In termini di competenze

Gli studenti sono in grado di padroneggiare la lingua inglese per i principali scopi comunicativi e di utilizzare i linguaggi settoriali relativi al proprio percorso di studio per interagire nei contesti professionali. Sono in grado di redigere diversi tipi di corrispondenza commerciale. Inoltre, gli allievi sono in grado di svolgere un'analisi relativa all'efficacia di una campagna pubblicitaria e di marketing.

#### In termini di capacità

Gli studenti sono in grado di redigere la corrispondenza commerciale inerente a richieste di informazioni, ordini, gestione dei reclami e dei solleciti di pagamento. Inoltre, gli alunni sono in grado di individuare le caratteristiche delle principali tipologie testuali, comprese quelle tecnico-professionali. Gli allievi sono in grado di utilizzare le strutture grammaticali affrontate per redigere testi in maniera corretta utilizzando i connettivi. Tuttavia, per alcuni allievi permane la necessità di perfezionare tali capacità. Inoltre, per altri studenti permangono difficoltà nell'esposizione orale e nella rielaborazione dei contenuti e per alcuni allievi lo studio si rivela modesto e l'impegno scarso.



# Luigi



# Einaudi



## Istituto Professionale di Stato per i Servizi Commerciali e Socio-Sanitari



Istituto certificato per la Qualità  
ISO/UNI EN ISO 9001:2008 Cert. n. IT04/1286 - Progettazione ed erogazione di servizi di formazione e di orientamento - Settore EA:37

Agenzia Formativa accreditata da Regione Toscana con codice di accreditamento n.

Gli alunni sono in grado di redigere un annuncio pubblicitario, di preparare un'esposizione orale; di discutere a proposito di una pubblicità controversa.

Inoltre, gli studenti sono capaci di descrivere a grandi linee gli eventi storici trattati e di commentare i testi affrontati, effettuando collegamenti con altre discipline.

Inoltre, gli studenti hanno dimostrato di essere in grado di redigere un testo coerente con le tematiche affrontate.

In conclusione, si puntualizza che una parte della classe non ha dimostrato grande impegno e ha partecipato alle lezioni in maniera discontinua, dedicando poco tempo allo studio domestico, non sempre rispettando le scadenze prefissate. Tuttavia, alcuni allievi hanno partecipato in maniera attiva e proficua ed hanno svolto con regolarità le attività assegnate per casa.

### **1.6 CONTENUTI (Programma analitico)**

#### 1° periodo- primo quadrimestre

**Grammatica:** Ripasso e consolidamento delle strutture grammaticali affrontate in precedenza:

Zero, first, second, third conditional

#### **UDA N.1 (Marketing & Advertising)**

**Microlingua:** Business theory: Marketing

The marketing concept

Market research

The marketing strategy: STP

The marketing mix, the 4 Ps

Branding

Digital Marketing

Green Marketing

**Microlingua:** Business theory: Advertising

Types of advertising

Advertising media

Digital Advertising

Sponsorship

Control over Advertising

Analysing adverts: AIDA model

**Microlingua:** Business communication: Written and telephone orders and replies

Invoices; shipping goods and documents; dispatch advice notes; delivery note

### **1.6 CONTENUTI (Programma analitico)**

#### 2° periodo – secondo quadrimestre

**Microlingua:** Business communication: Reminders of payment

Complaints and adjustments

Requests for an extension of credit

Terms of payment



# Luigi



# Einaudi



## Istituto Professionale di Stato per i Servizi Commerciali e Socio-Sanitari



Istituto certificato per la Qualità  
ISO/UNI EN ISO 9001:2008 Cert. n. IT04/1286 - Progettazione ed erogazione di servizi di formazione e di orientamento - Settore EA:37

Agenzia Formativa accreditata da Regione Toscana con codice di accreditamento n.

### UDA N.2 - **Microlingua:** Business theory: Banking and finance

Banking security

Banking services for business

Ethical banking

Microcredit

Speculation, bubbles, crashes; stock exchanges

Methods of payment: cash on delivery; cash with order; bank transfer; open account; bill of exchange; letter of credit.

**Invalsi:** reading and listening tests

### **Cultura e Letteratura:**

English and American economy and foreign trade

The Great depression

The Wall Street Crash

John Steinbeck, *The Grapes of Wrath*, biography, main themes e brani antologici

### **Educazione Civica:**

I quadrimestre, 3 ore, Agenda 2030, goal no. 8 Gender Equality

II quadrimestre, 5 ore, Corporate social responsibility; sustainability; green economy

### **1.7 METODI DI INSEGNAMENTO (lezione frontale, lezione interattiva, lezione itinerante, lavoro di gruppo, insegnamento individuale, ecc.)**

Lezione frontale, lezione interattiva e dialogata; metodo induttivo; brainstorming; lettura e traduzione di brani antologici, lavori di gruppo.

### **1.8 MEZZI E STRUMENTI DI LAVORO (sussidi didattici utilizzati):**

Libri di testo e libri digitali, file audio, presentazioni multimediali, immagini e foto, video e mappe concettuali e schemi, pc, lim.

### **1.9 SPAZI (Biblioteca, Palestra, Laboratori, Aule Speciali, Musei)**

Aula della classe e aula digitale (Classroom di GSuite)

### **1.10 TEMPI IMPIEGATI PER LA REALIZZAZIONE DEL PROGRAMMA SVOLTO (diviso in macrotematiche)**

Grammatica: 2; microlingua: 38; letteratura e cultura: 7; Invalsi: 2; Educazione civica: 8.



# Luigi



# Einaudi



## Istituto Professionale di Stato per i Servizi Commerciali e Socio-Sanitari



Istituto certificato per la Qualità  
ISO/UNI EN ISO 9001:2008 Cert. n. IT04/1286 - Progettazione ed  
erogazione di servizi di formazione e di orientamento - Settore EA:37

Agenzia Formativa accreditata da Regione  
Toscana con codice di accreditamento n.

### **1.11 STRUMENTI DI VERIFICA (Interrogazione, prova scritta tradizionale, prova scritta-grafica, test, questionario, ecc....)**

Verifiche scritte con domande aperte e redazione di corrispondenza commerciale; verifiche orali; valutazione formativa del lavoro svolto a casa; simulazioni; valutazione degli elaborati redatti per il prodotto finale delle uda.

### **3 ALLEGATI: Scheda analitica per macrotematiche**

Pistoia, 2 maggio 2024

FIRMA

Prof. Stefania Angerami

---