

ISTITUTO TECNICO STATALE del SETTORE ECONOMICO

“O. Mattiussi”

Pordenone

Disciplina: Tecnologie della Comunicazione

Classe: Gruppo 4C RIM

Relazione finale

Prof. Marco Giacomini

Anno scolastico 2018 / 2019

Conoscenze

Fasi di sviluppo di un ipermedia. Linguaggi del Web. Servizi di rete a supporto dell'azienda con particolare riferimento alle attività commerciali. Software di utilità e software gestionali: manutenzione e adattamenti. Lessico e terminologia di settore.

Abilità

Utilizzare le funzioni di un DBMS per estrapolare informazioni. Produrre siti web integrando e contestualizzando oggetti selezionati da più fonti. Realizzare pagine Web. Individuare le procedure che supportano l'organizzazione di un'azienda. Scegliere e personalizzare software applicativi in relazione al fabbisogno aziendale. Individuare gli aspetti tecnologici innovativi per il miglioramento dell'organizzazione aziendale. Utilizzare lessico e terminologia di settore.

Competenze

Interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi e flussi informativi. Riconoscere i diversi modelli organizzativi aziendali, documentare le procedure e ricercare soluzioni efficaci rispetto alle situazioni date. Applicare i principi e gli strumenti del web marketing all'impresa. Inquadrare l'attività di web marketing nel ciclo di vita dell'azienda e realizzare applicazioni con riferimento a specifici contesti e diverse politiche di mercato. Utilizzare i sistemi informativi aziendali e gli strumenti di comunicazione integrata d'impresa, per realizzare attività comunicative con riferimento a differenti contesti.

Contenuti

Classe quarta (2 ore la settimana)

Teoria delle basi di dati: modelli concettuali (diagrammi E/R), modelli logici (relazionali), tabelle, indici, chiavi primarie ed esterne; linguaggio SQL: istruzioni DDL (CREATE; ALTER, DROP), DML (INSERT; UPDATE, DELETE), QL (SELECT); clausole dell'istruzione SELECT; concetto di JOIN implicito ed esplicito; raggruppamenti: GROUP BY e HAVING.

Forme e tecniche di comunicazione (vecchie e nuove) pagine web, linguaggio html, fogli di stile, siti statici e dinamici, collegamento tra data base e pagine web; CMS, Joomla!, creazione di semplici siti web con menù.

Esempi di strumenti che analizzano l'utilizzo di un sito web.

Sistemi operazionali e informativi: database, datawarehouse e data mining.

Introduzione al web marketing: definizioni basilari, SEO, PPC, social media marketing, andamenti di mercato; ricerca di keyword, la professione del web marketer; implementare il SEO in azienda: esempi, tracce e metodologie;

Metodi

Lezione frontale; lezione dialogata; esercitazioni pratiche in laboratorio e domestiche; approfondimento individuale; problem posing; problem solving; apprendimento cooperativo.

Strumenti

Libri di testo; laboratorio di informatica; proiettore; help in linea; appunti delle lezioni; fotocopie; ricerche su Internet, learning management system (LMS).

Verifiche

Test; domande alla classe; interrogazioni; domande aperte; prove di laboratorio; relazioni scritte ed orali, test on line.

Criteri di valutazione

Per la verifica sommativa si valuteranno: l'interrogazione orale; i risultati delle prove scritte; la documentazione e i listati prodotti in laboratorio; i lavori di gruppo. Al fine della valutazione globale si tiene conto oltre ai risultati delle prove, anche dell'impegno, del metodo di studio, della partecipazione al dialogo educativo, della progressione nell'apprendimento.

22/06/2019

prof. Marco Giacomini