



ISTITUTO DI ISTRUZIONE SUPERIORE “Giovanni Falcone”

Istituto Prof.le per i Servizi Commerciali, Comm.li Pubblicitari, Servizi Socio-Sanitari, IEFP Turistico e Grafico

Istituto Tecnico: Turismo, Grafica e Comunicazione, A.F.M. (Relazioni Internazionali per il Marketing)

Via Levadello – 25036 Palazzolo sull'Oglio (BS) Tel. 0307405911 – fax 0307401226 – C.F. 91001910172

www.falconeiis.edu.it – email: BSIS03400L@istruzione.it Pec: BSIS03400L@pec.istruzione.it

ESAMI IDONEITÀ - ESAMI INTEGRATIVI

CONTENUTI DISCIPLINARI MINIMI

INDIRIZZO: CORSO SERALE - SERVIZI COMMERCIALI

CLASSE: 1 - 2 - 3 - 4 - 5

MATERIA: SPAGNOLO

Libro di testo consigliato	1) Todo el mundo habla español. Vol. 1 2) TRATO HECHO
Autore	1) CATALINA RAMOS, MARÍA JOSÉ SANTOS, MERCEDES SANTOS 2) LAURA PIEROZZI, SONIA CAMPOS CABRERO, MANUELA SALVAGGIO
Casa editrice	1) DEAGOSTINI - 2) ZANICHELLI

MODULO (titolo modulo)	CONTENUTI	COMPETENZE	TIPOLOGIA VERIFICHE
Y mañana	<p>Hablar de acontecimientos pasados El restaurante Planes, proyectos o intenciones (futuro) Tipologías de empresas</p>	<p>C7. Individuare ed utilizzare le moderne forme di comunicazione visiva e multimediale anche con riferimento alle strategie espressive e agli strumenti tecnici della comunicazione in rete.</p> <p>S5. 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.</p>	<p>(Indicare la tipologia della prova prevista)</p>
La comunicación comercial	<p>Productos y precios Las formas de pago La economía española y los sectores productivos</p>	<p>C5.Utilizzare i linguaggi settoriali delle lingue straniere previste dai percorsi di studio per interagire in diversi ambiti e contesti di studio e lavoro.</p> <p>S4. Collaborare, nell'area della funzione commerciale, alla realizzazione delle azioni di fidelizzazione della clientela, anche tenendo conto delle tendenze artistiche e culturali locali, nazionali e internazionali, contribuendo alla gestione dei rapporti con i fornitori e i clienti, anche internazionali, secondo principi di sostenibilità economico-sociale legati alle relazioni commerciali.</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> Scritta</p> <p><input type="checkbox"/> Pratica</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Orale</p>
