

Programmazione

MICROLINGUA BUSINESS COMMUNICATION - INDIRIZZO RIM

CLASSE III RIM

Conoscenze

TRIMESTRE: Principali fattori e settori produttivi. Canali di distribuzione commerciale. Il commercio elettronico, vantaggi e svantaggi.

PENTAMESTRE: Organizzazioni commerciali internazionali. Metodi di comunicazione commerciale, scritta: e.mails, text message, fax, business letter, report e orale tramite grafici e tabelle, presentazioni e conversazioni telefoniche.

Abilità

Sapere illustrare i principali settori e processi economico- produttivi e i canali di distribuzione commerciale. Riconoscere e usare la terminologia del commercio. Saper distinguere tra vari metodi di comunicazione commerciale e impiegarli in base alle diverse situazioni. Conoscere le funzioni per la stesura di e.mail, lettere commerciali e report. Saper scrivere una lettera commerciale. Essere in grado di effettuare una presentazione commerciale e di simulare una conversazione telefonica e un contatto formale in presenza di un ipotetico cliente.

CLASSE IV RIM

Conoscenze

TRIMESTRE: Varie tipologie di lettere commerciali (richiesta di informazioni, ordine, cambio e annullamento ordine, lettere circolari).

PENTAMESTRE: Metodi di pagamento internazionali. INCOTERMS. Documentazione commerciale richiesta dentro e fuori l'Unione Europea. La trasformazione del mondo lavorativo contemporaneo. Il curriculum vitae, la lettera di candidatura, l'annuncio economico, il colloquio di lavoro.

Abilità

Saper redigere un ordine e le altre tipologie di lettere della corrispondenza commerciale ordinaria. Saper impostare un curriculum vitae e rispondere a un'offerta di lavoro. Essere in grado di interagire nell'ambito di una simulazione di un colloquio di lavoro.

CLASSE V RIM

Conoscenze

TRIMESTRE: L'Unione Europea, origini ed evoluzione. Istituzioni politiche e non politiche dell'Unione Europea. Principali tipi di società commerciali, loro organizzazione interna e modalità di crescita ed espansione.

PENTAMESTRE: Il Marketing e i criteri di segmentazione del mercato ai fini delle ricerche di mercato. Il marketing mix. Il marketing online. Il marketing su supporto mobile. Pubblicità e principali canali per la comunicazione marketing. La campagna pubblicitaria. Le banche, origine, funzione ed evoluzione. Società assicurative

Abilità

Saper produrre elaborati scritti sui contenuti in programma, rispettando le connessioni logiche.

Conoscere e distinguere le principali funzioni delle istituzioni europee. Saper illustrare i diversi tipi di società commerciali. Saper indicare la funzione, i meccanismi e gli agenti del marketing. Saper individuare le varie tipologie di banche e polizze assicurative.