



CONSUNTIVO DELLE ATTIVITA' DISCIPLINARI

A.S. 2024/2025

1.1

MATERIA SPAGNOLO

CLASSE 5CSE

1.2 **DOCENTE** Prof. ERMINIO MARAIA

1.3 LIBRI DI TESTO CONSIGLIATI

Randighieri, Sac, *NEGOCIO REDONDO*, Loescher

1.4 **ORE DI LEZIONE EFFETTUATE NELL'A.S. 2024 /2025 (n. 33 settimane).**

N° ore 88

su n° ore 99 previste dal Piano di Studio

1.5 OBIETTIVI RAGGIUNTI

In termine di conoscenza

Globalmente la classe conosce le principali caratteristiche dello Stato Spagnolo, le tappe per il raggiungimento della democrazia, gli antefatti, le autonomie locali e le differenze linguistiche. Si orienta in modo più o meno autonomo nei principali argomenti finanziari e bancari spagnoli. La classe è inoltre, più o meno in grado di riflettere su una campagna pubblicitaria, conoscendone gli elementi di base e le strategie.

In termine di competenze

Globalmente gli alunni sono in grado di fornire informazioni relative al proprio percorso formativo e/o professionale, di comprendere le informazioni di testi e/o documenti a carattere generale e professionale, di comunicare in situazioni familiari, quotidiane e professionali adeguandosi agli scopi comunicativi, di fornire informazioni su contenuti tecnico-professionali, di stabilire relazioni tra tematiche interdisciplinari.

In termine di capacità

La maggior parte dei discenti riesce globalmente ad organizzare ed a esporre, in modo semplice, le conoscenze acquisite



1.6 CONTENUTI (Programma analitico)

1° quadrimestre

Modulo 1) **Conoscere La Spagna:**

L'ordinamento dello Stato: Monarchia e Autonomie locali, La Famiglia Reale, Il terrorismo: ETA e Al Qaeda, L'economia spagnola dopo la pandemia.

Modulo 2) **Banche e finanza.**

Le banche e i prodotti finanziari, i prestiti, le banche cooperative, le banche digitali e i pagamenti nell'era di internet.

Il microcredito, il bancario dei poveri: Mohamed Yunus, la Banca Centrale Europea.

Un'eccellenza spagnola: Il Banco Santander e le sue politiche ambientali.

1.6 CONTENUTI (Programma analitico)

2° quadrimestre

Modulo 3) **Marketing e pubblicità d'impresa.**

Il marketing: diretto ed indiretto, gli elementi del linguaggio pubblicitario: jingle, colori, i prodotti: *folleto* e *catalogo*, il logo: caratteristiche, la pubblicità subliminale: analisi di alcuni spot.

Il neuro marketing: tecniche ed obiettivi. Caso di studio di un'azienda spagnola: Campofrio e il marketing emotivo. Le ultime tendenze: marketing e metaverso.

Modulo 4) **Conoscere la storia della Spagna (in corso)**

La guerra di indipendenza, la rivoluzione "Gloriosa", la 1° Repubblica, il disastro del 98.

Il XX secolo: crisi socioeconomica, la dittatura di Primo de Rivera, la II Repubblica: riforme e modernizzazione dello Stato.

Il colpo di Stato e la Guerra Civile Spagnola: ruolo dell'Italia e della Germania, il bombardamento di Guernica, l'instaurazione della dittatura franchista.

Il Franchismo, aspetti, analogie e differenze con i totalitarismi europei.

La transizione.



1.7 METODI DI INSEGNAMENTO

Sono state impiegate diverse metodologie quali lavori di gruppo e collaborativi, dialoghi e dibattiti, lezioni frontali, discussioni guidate, esperienza in viaggio di istruzione.

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

Materiale didattico fornito dal docente, video, mappe, interviste, LIM.

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

Aula didattica, visita della città di Valencia, Partecipazione a convegni presso il comune di Pistoia (sostenibilità ambientale), Cinema, Teatro.

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

22 ore, MODULO 1; 22 ore MODULO 2; 22 ore, MODULO 3; 22 ore MODULO 4.

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

Verifiche formative e sommative scritte: test strutturati e semistrutturati, produzione di testi scritti, produzione di elaborati pratici: il logo. Verifiche orali programmate in forma di colloquio che tengono conto dei diversi collegamenti interdisciplinari.

3 ALLEGATI: Scheda analitica per macrotematiche

Pistoia,

03/05/2025

FIRMA

Eminio Maraia



Pistoia

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



Istituto certificato per la Qualità
ISO/UNI EN ISO 9001:2015 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. IS0086