

# I.S.I.S. “L. Einaudi – A. Ceccherelli” Piombino ( LI )

**Disciplina: Tecniche di Comunicazione per l’Accoglienza Turistica**

**Docente: Prof.ssa Irene Pecchia**

**Classe: 5 E Accoglienza Turistica**

**Modulo 1: I Consumatori (Ottobre)**

**Libro di Testo: I. Porto G. Castoldi “Tecniche di Comunicazione per l’Accoglienza Turistica”**

**Hoeppli**

ABILITA’	COMPETENZE	CONTENUTI	ORE	METODI STRUMENTI	VERIFICHE
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Riconoscere l’importanza della nascita del fenomeno sociale del “consumismo”</li> <li>• Distinguere la segmentazione dei consumatori attraverso le diverse fasi e dimensioni del “consumo”</li> <li>• Riconoscere la funzione dei mass media nel processo di omologazione dei consumi.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Saper collocare l’esperienza personale all’interno di un determinato contesto sociale</li> <li>• Saper individuare in maniera consapevole e critica i modelli scientifici di riferimento in relazione ai fenomeni psico-sociali</li> <li>• Saper riconoscere le caratteristiche essenziali del sistema sociale in cui si è inseriti per orientarsi nel proprio territorio</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• L’evoluzione del modo di consumare</li> <li>• La segmentazione dei consumatori: aspetti sociodemografici</li> <li>• La segmentazione dei cluster</li> <li>• La segmentazione dei consumatori.</li> <li>• La società di massa: la visione di Pasolini</li> <li>• “Il Consumo come valore”</li> <li>• Il Consumismo come fenomeno sociale</li> <li>• Tv e Omologazione Sociale</li> <li>• Sartori : Homo Videns</li> <li>• U. Eco: “Riduzione all’everyman”</li> <li>• Packar “ I persuasori occulti”</li> <li>• “ Il Consumatore manipolabile”</li> <li>• Il Consumo Sostenibile</li> </ul>	Da 10 a 15	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alfabetizzazione emotiva</li> <li>• Cooperative learning</li> <li>• Coaching creativo “Sei cappelli per pensare”</li> <li>• Brainstorming</li> <li>• Brainwriting</li> <li>• Problem Solving</li> <li>• Circle Time</li> <li>• Concassage (Tecnica della Frantumazione)</li> <li>• Sinettica ( utilizzo di immagini e fantasia)</li> <li>• Metodo Autobiografico Creativo</li> <li>• Tecnica della Fiabazione (per apprendere la tecnica della narrazione del sé, potenziare le capacità creative e accrescere l’intelligenza emotiva</li> <li>• Narrazione del Sé</li> <li>• Lezione Frontale</li> <li>• Mappe e schemi alla lavagna</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interrogazioni</li> <li>• Prove scritte strutturate e semistrutturate</li> <li>• Scrittura creativa</li> <li>• Temi argomentativi</li> <li>• Presentazione in Power Point</li> <li>• Recuperi in itinere</li> </ul>

## I.S.I.S. “L. Einaudi – A. Ceccherelli” Piombino ( LI )

**Disciplina: Tecniche di Comunicazione per l’Accoglienza Turistica**

**Docente: Prof.ssa Irene Pecchia**

**Classe: 5 E Accoglienza Turistica**

**Modulo 2: Bisogni e Consumi (Novembre)**

**Libro di Testo: I. Porto G. Castoldi “Tecniche di Comunicazione per l’Accoglienza Turistica”**

**Hoeppli**

ABILITA’	COMPETENZE	CONTENUTI	ORE	METODI STRUMENTI	VERIFICHE
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analizzare le motivazioni che inducono al soddisfacimento di un bisogno.</li> <li>• Riconoscere e saper contestualizzare la gerarchia dei bisogni, nel tempo e nello spazio.</li> <li>• Capire e contestualizzare la differenza sociologica tra frustrazione e deprivazione relativa.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Saper collocare l’esperienza personale all’interno di un determinato contesto sociale</li> <li>• Saper riconoscere le caratteristiche essenziali del sistema sociale in cui si è inseriti per orientarsi nel proprio territorio.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Le motivazioni che inducono all’acquisto</li> <li>• Bisogni e Consumi: un circolo vizioso</li> <li>• Murray: Bisogni e ambiente</li> <li>• Ma slow: la piramide dei bisogni</li> <li>• La Frustrazione</li> <li>• La deprivazione relativa</li> <li>• Need for competence</li> <li>• I bisogni e i valori dei giovani</li> </ul>	Da 8 a 10	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alfabetizzazione emotiva</li> <li>• Cooperative learning</li> <li>• Coaching creativo “Sei cappelli per pensare”</li> <li>• Brainstorming</li> <li>• Brainwriting</li> <li>• Problem Solving</li> <li>• Circle Time</li> <li>• Concassage (Tecnica della Frantumazione)</li> <li>• Sinettica ( utilizzo di immagini e fantasia)</li> <li>• Metodo Autobiografico Creativo</li> <li>• Tecnica della Fiabazione (per apprendere la tecnica della narrazione del sé, potenziare le capacità creative e accrescere l’intelligenza emotiva)</li> <li>• Narrazione del Sé</li> <li>• Lezione Frontale</li> <li>• Mappe e schemi alla lavagna</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interrogazioni</li> <li>• Prove scritte strutturate e semistrutturate</li> <li>• Scrittura creativa</li> <li>• Temi argomentativi</li> <li>• Presentazione in Power Point</li> <li>• Recuperi in itinere</li> </ul>

# I.S.I.S. “L. Einaudi – A. Ceccherelli” Piombino ( LI )

**Disciplina: Tecniche di Comunicazione per l’Accoglienza Turistica**

**Docente: Prof.ssa Irene Pecchia**

**Classe: 5 E Accoglienza Turistica**

**Modulo 3: La nascita dell’industria culturale (Dicembre)**

**Libro di Testo: E. Clemente R. Danieli “Scienze Umane” Pearson**

ABILITA’	COMPETENZE	CONTENUTI	ORE	METODI STRUMENTI	VERIFICHE
<ul style="list-style-type: none"> <li>Riconoscere i principali meccanismi di nascita dell’industria culturale.</li> <li>Individuare le caratteristiche essenziali e le principali funzioni dell’industria culturale.</li> <li>Saper collocare l’industria culturale nella società di massa</li> <li>Definire l’evoluzione dell’industria culturale dalla nascita, durante il dopoguerra, fino ad oggi.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Saper collocare l’esperienza personale all’interno di un determinato contesto sociale</li> <li>Saper individuare in maniera consapevole e critica i modelli scientifici di riferimento in relazione ai fenomeni sociali</li> <li>Saper utilizzare le conoscenze apprese nell’ambito delle tecniche di comunicazione per comprendere aspetti della realtà personale e sociale.</li> <li>Saper riconoscere le caratteristiche essenziali del sistema sociale in cui si è inseriti per orientarsi nel proprio territorio</li> <li>Saper utilizzare il lessico specifico.</li> <li>Saper giustificare e spiegare le proprie affermazioni.</li> <li>Sviluppare un’adeguata consapevolezza culturale rispetto ai contesti di convivenza.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nascita dell’industria culturale.</li> <li>I prodomi: dai manoscritti medievali alle “gazzette” del Settecento</li> <li>La stampa popolare</li> <li>Il fumetto</li> <li>La fotografia: un nuovo occhio sul mondo</li> <li>Il cinema: una nuova arte</li> <li>La musica: “come catturarla”</li> <li>L’industria culturale nella società di massa</li> <li>La cultura della Tv</li> <li>La fabbrica dell’immaginario</li> <li>La cultura nell’era digitale: information overload</li> <li>Blumer: differenza tra pubblico massa e folla</li> <li>Il ruolo dei mezzi di comunicazione negli eventi bellici</li> </ul>	Da 12 a 15	<ul style="list-style-type: none"> <li>Alfabetizzazione emotiva</li> <li>Cooperative learning</li> <li>Coaching creativo “Sei Cappelli per pensare”</li> <li>Brainstorming</li> <li>Brainwriting</li> <li>Problem Solving</li> <li>Circle Time</li> <li>Concassage (Tecnica della Frantumazione)</li> <li>Sinettica ( utilizzo di immagini e fantasia)</li> <li>Metodo Autobiografico Creativo</li> <li>Tecnica della Fiabazione (per apprendere la tecnica della narrazione del sé, potenziare le capacità creative e accrescere l’intelligenza emotiva</li> <li>Narrazione del Sé</li> <li>Lezione Frontale</li> <li>Mappe e schemi alla lavagna</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Interrogazioni</li> <li>Prove scritte strutturate e semistrutturate</li> <li>Scrittura creativa</li> <li>Temi argomentativi</li> <li>Presentazione in Power Point</li> <li>Recuperi in itinere</li> </ul>

# I.S.I.S. “L. Einaudi – A. Ceccherelli” Piombino ( LI )

**Disciplina: Tecniche di Comunicazione per l’Accoglienza Turistica**

**Docente: Prof.ssa Irene Pecchia**

**Classe: 5 E Accoglienza Turistica**

**Modulo 4: La pubblicità (Gennaio)**

**Libro di Testo: I. Porto G. Castoldi “Tecniche di Comunicazione per l’Accoglienza Turistica”**

**Hoepli**

ABILITA'	COMPETENZE	CONTENUTI	ORE	METODI STRUMENTI	VERIFICHE
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Riconoscere i passaggi storici e culturali che hanno condotto all'utilizzo della pubblicità nel processo di vendita di un prodotto.</li> <li>• Descrive e le agenzie e le campagne pubblicitarie.</li> <li>• Cogliere gli elementi essenziali che distinguono la campagna pubblicitaria e Internet.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Saper individuare in maniera consapevole e critica modelli scientifici di riferimento in relazione ai fenomeni psico-sociali.</li> <li>• Saper utilizzare le conoscenze apprese nell'ambito delle scienze umane e sociali per comprendere aspetti della realtà personale e sociale.</li> <li>• Saper riconoscere le caratteristiche essenziali del sistema sociale in cui si è inseriti per orientarsi nel proprio territorio</li> <li>• Padroneggiare gli strumenti espressivi e argomentativi indispensabili per gestire l'interazione comunicativa verbale e non verbale in vari contesti.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La Pubblicità: l'evoluzione</li> <li>• Gli inizi</li> <li>• La Rivoluzione creativa</li> <li>• Le Agenzie e le campagne pubblicitarie</li> <li>• Le forme della pubblicità</li> <li>• Lo shockvertising: l'importante è stupire</li> <li>• La Comunicazione pubblicitaria e Internet.</li> <li>• Utilizzo degli stereotipi in pubblicità</li> <li>• Le figure retoriche in pubblicità: la ripetizione, la contrapposizione, la sostituzione, la coesistenza di più significati</li> </ul>	Da 8 a 10	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alfabetizzazione emotiva</li> <li>• Cooperative learning</li> <li>• Coaching creativo “ Sei Cappelli per pensare”</li> <li>• Brainstorming</li> <li>• Brainwriting</li> <li>• Problem Solving</li> <li>• Circle Time</li> <li>• Concassage (Tecnica della Frantumazione)</li> <li>• Sinettica ( utilizzo di immagini e fantasia)</li> <li>• Metodo Autobiografico Creativo</li> <li>• Tecnica della Fiabazione (per apprendere la tecnica della narrazione del sé, potenziare le capacità creative e accrescere l'intelligenza emotiva</li> <li>• Narrazione del Sé</li> <li>• Lezione Frontale</li> <li>• Mappe e schemi alla lavagna</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interrogazioni</li> <li>• Prove scritte strutturate e semistrutturate</li> <li>• Scrittura creativa</li> <li>• Temi argomentativi</li> <li>• Presentazione in Power Point</li> <li>• Recupero in itinere</li> </ul>

# I.S.I.S. “L. Einaudi – A. Ceccherelli” Piombino ( LI )

**Disciplina: Tecniche di Comunicazione di Accoglienza Turistica**

**Docente: Prof.ssa Irene Pecchia**

**Classe: 5 E Accoglienza Turistica**

**Modulo 5: Comunicare i prodotti turistici: L' immagine (Febbraio)**

**Libro di Testo: I. Porto G. Castoldi “Tecniche di Comunicazione per l'Accoglienza Turistica” Hoepli**

ABILITA'	COMPETENZE	CONTENUTI	ORE	METODI STRUMENTI	VERIFICHE
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Utilizzare la terminologia corretta rispetto al contesto di riferimento.</li> <li>• Riconoscere la differenza nell'utilizzo delle immagini all'interno del processo di vendita di un prodotto o servizio.</li> <li>• Individuare i principali modelli di comunicazione integrata istituzionale e interna di un'azienda.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Saper individuare in maniera consapevole e critica modelli scientifici di riferimento in relazione ai fenomeni psico-sociali.</li> <li>• Saper utilizzare le conoscenze apprese nell'ambito delle scienze umane e sociali per comprendere aspetti della realtà personale e sociale.</li> <li>• Saper riconoscere le caratteristiche essenziali del sistema socio economico in cui si è inseriti per orientarsi nel proprio territorio</li> <li>• Padroneggiare gli strumenti espressivi e argomentativi indispensabili per gestire l'interazione comunicativa verbale in vari contesti.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dalla mission all'immagine</li> <li>• Una sola immagine, tante percezioni</li> <li>• L'espressione dell'immagine</li> <li>• Il marchio</li> <li>• I colori</li> <li>• L'effetto Stroop</li> <li>• L'immaterialità dell'immagine</li> <li>• La forza delle parole</li> <li>• La Comunicazione integrata d'impresa</li> <li>• L'opinione del pubblico nei confronti dell'azienda</li> <li>• La comunicazione istituzionale</li> <li>• La comunicazione interna</li> </ul>	12	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alfabetizzazione emotiva</li> <li>• Cooperative learning</li> <li>• Coaching creativo: “Sei cappelli per pensare”</li> <li>• Brainstorming</li> <li>• Brainwriting</li> <li>• Problem Solving</li> <li>• Circle Time</li> <li>• Concassage (Tecnica della Frantumazione)</li> <li>• Sinettica ( utilizzo di immagini e fantasia)</li> <li>• Metodo Autobiografico Creativo</li> <li>• Tecnica della Fiabazione (per apprendere la tecnica della narrazione del sé, potenziare le capacità creative e accrescere l'intelligenza emotiva)</li> <li>• Narrazione del Sé</li> <li>• Lezione Frontale</li> <li>• Mappe e schemi alla lavagna</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interrogazioni</li> <li>• Prove scritte strutturate e semistrutturate</li> <li>• Scrittura creativa</li> <li>• Temi argomentativi</li> <li>• Presentazione in Power Point</li> <li>• Recupero in itinere</li> </ul>

# I.S.I.S. “L. Einaudi – A. Ceccherelli” Piombino ( LI )

**Disciplina: Tecniche di Comunicazione per l’Accoglienza Turistica**

**Docente: Prof.ssa Irene Pecchia**

**Classe: 5 E Accoglienza Turistica**

**Modulo 6: Il Prodotto Destinazione. Il Prodotto Ricettività. Il Prodotto Pacchetto Turistico (Marzo - Aprile)**

**Libro di Testo: I. Porto G. Castaldi “ Tecniche di Comunicazione per l’accoglienza turistica” Hoepli**

ABILITA'	COMPETENZE	CONTENUTI	ORE	METODI STRUMENTI	VERIFICHE
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Riconoscere le modalità con cui l’azienda crea il prodotto turistico</li> <li>• Distinguere le dinamiche che determinano il marketing territoriale.</li> <li>• Classificare i servizi turistici e riconoscere i tratti essenziali in relazione alle diverse utenze a cui si rivolgono</li> <li>• Riconoscere il ruolo della comunicazione nel settore turistico.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Saper utilizzar le conoscenze apprese nell’ambito delle scienze umane e sociali per comprendere aspetti della realtà personale e sociale.</li> <li>• Saper individuare in maniera consapevole e critica i modelli scientifici di riferimento in relazione ai fenomeni psico-sociali</li> <li>• Saper riconoscere le caratteristiche essenziali del sistema sociale in cui si è inseriti per orientarsi nel proprio territorio</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Il Prodotto Destinazione Turistica</li> <li>• Il marketing territoriale</li> <li>• Destination Management Organization</li> <li>• La Comunicazione della destinazione</li> <li>• USP: unique selling production</li> <li>• Il Prodotto Ricettività</li> <li>• L’offerta</li> <li>• Gli alberghi</li> <li>• L’Offerta extralberghiera</li> <li>• Il marketing nel ricettivo</li> <li>• Analisi di mercato macro</li> <li>• Analisi di mercato micro</li> <li>• La Concorrenza</li> <li>• La Comunicazione al pubblico</li> <li>• La Comunicazione diretta con il pubblico</li> <li>• La Comunicazione sensoriale</li> <li>• Il Prodotto pacchetto turistico</li> <li>• Il marketing del pacchetto turistico</li> <li>• L’idea di business</li> <li>• Analisi dell’ambiente macro e micro</li> <li>• La concorrenza</li> <li>• La Mission</li> <li>• La comunicazione</li> </ul>	Da 20 a 30	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alfabetizzazione emotiva</li> <li>• Cooperative learning</li> <li>• Brainstorming</li> <li>• Brainwriting</li> <li>• Problem Solving</li> <li>• Circle Time</li> <li>• Concassage (Tecnica della Frantumazione)</li> <li>• Sinettica (utilizzo di immagini e fantasia)</li> <li>• Metodo Autobiografico Creativo</li> <li>• Tecnica della Fiabazione (per apprendere la tecnica della narrazione del sé, potenziare le capacità creative e accrescere l’intelligenza emotiva)</li> <li>• Narrazione del Sé</li> <li>• Lezione Frontale</li> <li>• Mappe e schemi alla lavagna</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interrogazioni</li> <li>• Prove scritte strutturate e semistrutturate</li> <li>• Scrittura creativa</li> <li>• Temi argomentativi</li> <li>• Presentazione in Power Point</li> <li>• Recuperi in itinere</li> </ul>

# I.S.I.S. “L. Einaudi – A. Ceccherelli” Piombino ( LI )

**Disciplina: Tecniche di Comunicazione per l’Accoglienza Turistica**

**Docente: Prof.ssa Irene Pecchia**

**Classe: 5 E Accoglienza Turistica**

**Modulo 7: La relazione con se stessi e con gli altri (Maggio)**

**Libro di Testo: I. Porto G. Castaldi “ Tecniche di Comunicazione per l’accoglienza turistica”**

**Hoepi**

ABILITA'	COMPETENZE	CONTENUTI	ORE	METODI STRUMENTI	VERIFICHE
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Acquisire consapevolezza dell’importanza dell’empatia nella relazione con gli utenti</li> <li>• Riconoscere i principali elementi che determinano la motivazione al lavoro.</li> <li>• Individuare le principali caratteristiche delle tecniche di comunicazione nella relazione con il cliente, colleghi e con il datore di lavoro.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Saper collocare l’esperienza personale all’interno di un sistema professionale</li> <li>• Saper individuare in maniera consapevole e critica i modelli scientifici di riferimento, in relazione ai fenomeni psico-sociali</li> <li>• Saper utilizzare le conoscenze apprese nell’ambito delle scienze umane e sociali per comprendere aspetti della realtà personale e sociale</li> <li>• Padroneggiare gli strumenti espressivi e argomentativi indispensabili per gestire l’interazione comunicativa verbale in vari contesti.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atteggiamenti specifici che determinano la relazione</li> <li>• Atteggiamenti motivazioni e bisogni</li> <li>• La motivazione al lavoro</li> <li>• Che cosa l’autostima</li> <li>• Autoefficacia</li> <li>• Autoefficacia nell’ambiente scolastico</li> <li>• Il locus of control</li> <li>• Il comportamento assertivo</li> <li>• Gli stili di relazione</li> <li>• Le tecniche della comunicazione assertiva</li> <li>• La relazione con l’interlocutore</li> <li>• La programmazione neurolinguistica</li> <li>• I sistemi rappresentazionali e la conoscenza dell’interlocutore</li> <li>• L’uso del PNL nella comunicazione fra le persone</li> <li>• Tipologie di clienti visivi, auditivi, cenestetici.</li> <li>• I metaprogrammi</li> <li>• Orientamento al dovere o possibilità</li> <li>• Come affrontare un colloqui di lavoro.</li> </ul>	Da 10 a 12	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alfabetizzazione emotiva</li> <li>• Cooperative learning</li> <li>• Coaching creativo “Sei Cappelli per Pensare”</li> <li>• Brainstorming</li> <li>• Brainwriting</li> <li>• Problem Solving</li> <li>• Circle Time</li> <li>• Concassage (Tecnica della Frantumazione)</li> <li>• Sinettica ( utilizzo di immagini e fantasia)</li> <li>• Metodo Autobiografico Creativo</li> <li>• Tecnica della Fiabazione (per apprendere la tecnica della narrazione del sé, potenziare le capacità creative e accrescere l’intelligenza emotiva</li> <li>• Narrazione del Sé</li> <li>• Lezione Frontale</li> <li>• Mappe e schemi alla lavagna</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interrogazioni</li> <li>• Prove scritte strutturate e semistrutturate</li> <li>• Scrittura creativa</li> <li>• Temi argomentativi</li> <li>• Presentazione in Power Point</li> <li>• Recuperi in itinere</li> </ul>