|  |  |
| --- | --- |
| **A.S. 2021-2022** | **Disciplina: Comunicazione** |
| **Docente: Trafeli Daria** | **Classe: IIISCP** |
| **Libro di testo: ComunicAzione** | |
| **Strumenti: Libro di testo Classroom** | |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Modulo 1- Il processo di comunicazione** | | | | | |
| **Competenze** | **Conoscenze** | **Abilità** | **Contenuti** | **Tempi e periodo dell’anno scolastico** | **Tipologie di verifiche** |
| .Utilizzare il patrimonio lessicale ed espressivo della lingua italiana secondo le esigenze comunicative nei vari contesti: Sociali, culturali, scientifici, economici, tecnologici  . Individuare e utilizzare gli strumenti di comunicazione e di team working più appropriati per intervenire nei contesti organizzativi e professionali di riferimento | . Il concetto di comunicazione interpersonale e sociale  . Le caratteristiche, gli scopi e le funzioni della comunicazione umana  . Gli elementi del processo comunicativo  . Le funzioni linguistiche  . Il modello classico di comunicazione e i suoi limiti  . Il modello interattivo di comunicazione  . Il modello semiotico  . I meccanismi che regolano il processo di comunicazione  . La dinamica del processo di comunicazione interpersonale | . Acquisire consapevolezza e padronanza dei meccanismi che regolano il processo di comunicazione  . Interpretare il ruolo dei vari attori nella relazione interpersonale, da diversi punti di vista  . Riconoscere sistemi e modelli della comunicazione interpersonale e di massa  . Acquisire consapevolezza della complessità comunicativa dei codici  . Valutare l’efficacia dal punto di vista semiotico di una comunicazione  . Scegliere prodotti di comunicazione in base a criteri di efficacia comunicativa in riferimento agli aspetti semiotici del linguaggio  . Riconoscere e utilizzare tecniche e strategie di comunicazione al fine di ottimizzare l’interazione comunicativa, la qualità del servizio alla clientela e il coordinamento con i colleghi | Unità1:  . Il concetto di comunicazione interpersonale e sociale  . Le caratteristiche, gli scopi e le funzioni della comunicazione umana  . Gli elementi del processo comunicativo  . Le funzioni linguistiche    Unità 2:  . Il modello classico di comunicazione e i suoi limiti  . Il modello interattivo di comunicazione  . Il modello semiotico  . I meccanismi che regolano il processo di comunicazione  . La dinamica del processo di comunicazione interpersonale | Ottobre-Dicembre | Due verifiche orali |
| **Modulo 2- Pragmatica e linguaggio corporeo** | | | | | |
| **Competenze** | **Conoscenze** | **Abilità** | **Contenuti** | **Tempi e periodo dell’anno scolastico** | **Tipologie di verifiche** |
| . Individuare e utilizzare gli strumenti di comunicazione e di team working più appropriati per intervenire nei contesti organizzativi e professionali di riferimento | . Gli assiomi della comunicazione  . Emozioni e sentimenti  . Il linguaggio para-verbale  . Il linguaggio non verbale corporeo  . La mimica  . La gestualità  . La prossemica  . Immagine di se, autostima, autoefficacia  . L’immagine che si offre agli altri  . L’identità on line e tutela della privacy | . Acquisire consapevolezza e padronanza dei meccanismi che regolano il processo di comunicazione  . Riconoscere il rapporto tra comportamento e comunicazione  . Riconoscere i fattori interni ed esterni che influenzano le comunicazioni  . Interpretare il ruolo dei vari attori nella relazione interpersonale, da diversi punti di vista  . Agire processi di comunicazione per gestire la dimensione emozionale in una comunicazione  . Saper attribuire intenzionalità, leggere e interpretare i segnali non verbali di una comunicazione  . Acquisire consapevolezza dell’importanza dell’immagine, anche sul web  . Valutare e/o realizzare prodotti di comunicazione in base a criteri di efficacia comunicativa in riferimento agli aspetti non verbali del linguaggio  . Riconoscere e utilizzare tecniche e strategie di comunicazione al fine di ottimizzare l’interazione comunicativa, la qualità del servizio alla clientela e il coordinamento con i colleghi | Unità1:  . Gli assiomi della comunicazione  . Emozioni e sentimenti  . Il linguaggio para-verbale  Unità 2:  . Il linguaggio non verbale corporeo  . La mimica  . La gestualità  . La prossemica  Unità 3:  . Immagine di se, autostima, autoefficacia  . L’immagine che si offre agli altri  . L’identità on line e tutela della privacy | Dicembre-Febbraio | Due verifiche scritte semi-strutturate |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Modulo 3- Percezione e comunicazione** | | | | | |
| **Competenze** | **Conoscenze** | **Abilità** | **Contenuti** | **Tempi e periodo dell’anno scolastico** | **Tipologie di verifiche** |
| . Individuare e utilizzare gli strumenti di comunicazione e di team working più appropriati per intervenire nei contesti organizzativi e professionali di riferimento  . Utilizzare e produrre strumenti di comunicazione visiva e multimediale, anche in riferimento alle strategie espressive e agli strumenti tecnici del web  . Utilizzare ul patrimonio lessicale ed espressivo della lingua italiana secondo le esigenze comunicative nei vari contesti: sociali, culturali, scientifici, economici, tecnologici. | . La percezione soggettiva della realtà  . La PNL  . La mappa del mondo  . I sistemi sensoriali e i filtri percettivi  . Le credenze e i valori  . Percezione della realtà e dinamica comunicativa  . La percezione visiva  . I meccanismi percettivi  . Le leggi della percezione visiva  . Percezione ed efficacia comunicativa  . La comunicazione visiva efficace | . Acquisire consapevolezza e padronanza dei meccanismi percettivi e delle leggi della percezione umana in rapporto alla dinamica comunicativa  . Riconoscere i fattori interni ed esterni che influenzano le comunicazioni  . Agire comunicazioni in sintonia con il sistema di rappresentazione della realtà dell’interlocutore  . Riconoscere e utilizzare tecniche e strategie di comunicazione al fine di ottimizzare l’interazione comunicativa, la qualità del servizio alla clientela e il coordinamento con i colleghi  . Scegliere e realizzare prodotti di comunicazione, anche sul web, in base a criteri di efficacia comunicativa, in rapporto agli aspetti visivi e alle leggi percettive | Unità1:  . La percezione soggettiva della realtà  . La PNL  . La mappa del mondo  . I sistemi sensoriali e i filtri percettivi  . Le credenze e i valori    Unità 2:  . Percezione della realtà e dinamica comunicativa  . La percezione visiva  . I meccanismi percettivi  . Le leggi della percezione visiva  . Percezione ed efficacia comunicativa  . La comunicazione visiva efficace | Marzo-Maggio | Due verifiche orali |