



**ISTITUTO STATALE di ISTRUZIONE SUPERIORE
L. EINAUDI – A. CECCHERELLI**

Agenzia Formativa Regione Toscana - Codice LI0599
Certificazione di sistema qualità DNV Business Assurance ISO 9001
E-mail: LIIS004009@istruzione.it; LIIS004009@PEC.ISTRUZIONE.IT
Cod. fisc.: **81002090496** Cod. meccanogr.: **LIIS004009**



einaudiceccherelli.edu.it

A.S. 2021-2022	Disciplina: Tecniche della Comunicazione
Docente: Trafeli Daria	Classe: IV A ART Accoglienza
Libro di testo: Tecniche della comunicazione per l'accoglienza turistica	
Strumenti: Libro di testo, Classroom	

Modulo 1- La comunicazione interpersonale					
Competenze	Conoscenze	Abilità	Contenuti	Tempi e periodo dell'anno scolastico	Tipologie di verifiche
<p>Capire l'importanza della comunicazione nelle relazioni interpersonali</p> <p>Capire quali comportamenti automatici limitano la nostra libertà di azione e di pensiero</p>	<p>La dinamica del processo di comunicazione</p> <p>Le modalità della comunicazione verbale</p> <p>La comunicazione non verbale</p>	<p>Saper applicare la comunicazione per ottenere risultati concreti</p> <p>Essere consapevoli di quello che accade e avere un potere gestionale</p> <p>Saper utilizzare il dialogo come uno</p>	<p>Unità1: La dinamica del processo di comunicazione:</p> <p>.Lo spettacolo della comunicazione che non funziona</p> <p>.Il "buonasera" più famoso</p> <p>.Padre, figlio e asino</p> <p>.Diverse culture, diversi linguaggi</p>	<p>Ottobre-Gennaio</p>	<p>Due verifiche orali e una verifica scritta semi-strutturata</p>



**ISTITUTO STATALE di ISTRUZIONE SUPERIORE
L. EINAUDI – A. CECCHERELLI**

Agenzia Formativa Regione Toscana - Codice LI0599
 Certificazione di sistema qualità DNV Business Assurance ISO 9001
 E-mail: LIIS004009@istruzione.it; LIIS004009@PEC.ISTRUZIONE.IT
 Cod. fisc.: **81002090496** Cod. meccanogr.: **LIIS004009**



einaudiceccherelli.edu.it

<p>Capire il potere suggestivo e di influenzamento delle parole</p> <p>Capire che il corpo parla spesso una lingua che esprime desideri, intenzioni, emozioni</p> <p>Capire la prossemica, la paralinguistica, il mondo digitale</p>		<p>strumento efficace di persuasione</p> <p>Saper sviluppare un linguaggio empatico per ridurre le incomprensioni e offrire un sostegno</p> <p>Migliorare la qualità della propria comunicazione e i rapporti interpersonali</p> <p>Saper osservare e interpretare gli stati d'animo propri e degli altri nel modo corretto</p> <p>Saper decodificare i segnali e orientare il proprio comportamento per capire e gestire correttamente la comunicazione</p>	<p>.L'imbutto della comunicazione</p> <p>Unità 2: Le modalità della comunicazione verbale</p> <p>Unità 3: La comunicazione non verbale: .Pese che vai, distanza che trovi .E tutte le altre emozioni?</p>		
Modulo 1- Il marketing					
Competenze	Conoscenze	Abilità	Contenuti	Tempi e periodo dell'anno scolastico	Tipologie di verifiche



**ISTITUTO STATALE di ISTRUZIONE SUPERIORE
L. EINAUDI – A. CECCHERELLI**

Agenzia Formativa Regione Toscana - Codice LI0599
Certificazione di sistema qualità DNV Business Assurance ISO 9001
E-mail: LIIS004009@istruzione.it; LIIS004009@PEC.ISTRUZIONE.IT
Cod. fisc.: **81002090496** Cod. meccanogr.: **LIIS004009**



einaudiceccherelli.edu.it

<p>Capire che alla base della comunicazione aziendale ci deve essere la conoscenza dell'interlocutore</p> <p>Capire le caratteristiche del consumatore</p> <p>Capire il mondo del mercato e del consumo</p> <p>Capire la pubblicità e la sua efficacia</p> <p>Capire i diversi strumenti utilizzabili</p>	<p>Il rapporto fra imprese e mercati</p> <p>I consumatori</p> <p>La pubblicità</p>	<p>Saper utilizzare metodologie appropriate per la conoscenza dei mercati</p> <p>Saper ottenere le informazioni dalla rete</p> <p>Essere in grado di segmentare correttamente i consumatori</p> <p>Saper impostare indagini e ricerche sul target</p> <p>Saper impostare un messaggio pubblicitario</p> <p>Saper distinguere i diversi approcci richiesti dai diversi media</p>	<p>Unità1: Il rapporto tra imprese e mercati: .Innamorarsi delle idee .Pulizia e cortesia sopra tutto .A Cuba per le ferie di agosto, perché no .Mission famose .E' per tutti cioè per nessuno</p> <p>Unità 2: I consumatori: .La benefit segmentation .Il sorriso .Le 13 parole magiche di Steven R. Isaak</p> <p>Unità 3: La pubblicità: .Il ciclo di vita del prodotto .L'importante è stupire: lo shockvertising</p>	<p>Febbraio- Maggio</p>	<p>Due verifiche orali e una verifica scritta semi-strutturata</p>
---	--	---	--	-------------------------	--