|  |  |
| --- | --- |
| **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** |
| Capire l’importanza della comunicazione nelle relazioni interpersonaliCapire quali comportamenti automatici limitano la nostra libertà di azione e di pensieroCapire il potere suggestivo e di influenzamento delle paroleCapire che il corpo parla spesso una lingua che esprime desideri, intenzioni, emozioniCapire la prossemica, la paralinguistica, il mondo digitale | La dinamica del processo di comunicazioneLe modalità della comunicazione verbaleLa comunicazione non verbale  | Saper applicare la comunicazione per ottenere risultati concretiEssere consapevoli di quello che accade e avere un potere gestionaleSaper utilizzare il dialogo come uno strumento efficace di persuasioneSaper sviluppare un linguaggio empatico per ridurre le incomprensioni e offrire un sostegnoMigliorare la qualità della propria comunicazione e i rapporti interpersonaliSaper osservare e interpretare gli stati d’animo propri e degli altri nel modo correttoSaper decodificare i segnali e orientare il proprio comportamento per capire e gestire correttamente la comunicazione | Unità1: La dinamica del processo di comunicazione:.Lo spettacolo della comunicazione che non funziona.Il “buonasera” più famoso.Padre, figlio e asino.Diverse culture, diversi linguaggi.L’imbuto della comunicazioneUnità 2: Le modalità della comunicazione verbaleUnità 3: La comunicazione non verbale:.Pese che vai, distanza che trovi.E tutte le altre emozioni? | Ottobre-Gennaio | Due verifiche orali e una verifica scritta semi-strutturata |
| **Modulo 1- Il marketing** |
| **Competenze** | **Conoscenze** | **Abilità** | **Contenuti** | **Tempi e periodo dell’anno scolastico** | **Tipologie di verifiche** |
| Capire che alla base della comunicazione aziendale ci deve essere la conoscenza dell’interlocutoreCapire le caratteristiche del consumatoreCapire il mondo del mercato e del consumoCapire la pubblicità e la sua efficaciaCapire i diversi strumenti utilizzabili | Il rapporto fra imprese e mercatiI consumatoriLa pubblicità | Saper utilizzare metodologie appropriate per la conoscenza dei mercatiSaper ottenere le informazioni dalla reteEssere in grado di segmentare correttamente i consumatoriSaper impostare indagini e ricerche sul tergetSaper impostare un messaggio pubblicitarioSaper distinguere i diversi approcci richiesti dai diversi media | 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 Unità 2: I consumatori:.La benefit segmentation.Il sorriso.Le 13 parole magiche di Steven R. IsaakUnità 3: La pubblicità:.Il ciclo di vita del prodotto.L’importante è stupire: lo shockvertising | Febbraio- Maggio | Due verifiche orali e una verifica scritta semi-strutturata |