|  |  |
| --- | --- |
| **A.S. 2021-2022** | **Disciplina: Scienze Umane** |
| **Docente: Trafeli Daria** | **Classe: IVSCP** |
| **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 organzzativi 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 | Settembre-Ottobre | Verifica orale |
| **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 | Novembre-Dicembre | Verifica orale |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **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 | Gennaio-Febbraio | Due verifiche scritte semi-strutturate |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Modulo 4- Retorica e comunicazione persuasiva** | | | | | |
| **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  . Utilizzare e produrre strumenti di comunicazione visiva e multimediale, anche con riferimento alle strategie espressive e agli strumenti tecnici della comunicazione in rete | . La retorica  . Il linguaggio verbale persuasivo  . Il potere suggestivo della comunicazione verbale persuasiva  . La polisemia  . le figure retoriche di significato e di suono nel linguaggio verbale e visivo  . Pubblicità e retorica | . 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  . Produrre comunicazioni interpersonali e sociali efficaci in termini di persuasione  . Acquisire la consapevolezza e la padronanza di un uso retorico del linguaggio in tutte le sue forme  . valutare e realizzare prodotti di comunicazione in base a criteri d efficacia comunicativa in rapporto agli aspetti retorici e persuasivi del linguaggio | Unità 1:  . La retorica  . Il linguaggio verbale persuasivo  . Il potere suggestivo della comunicazione verbale persuasiva  . La polisemia  . le figure retoriche di significato e di suono nel linguaggio verbale e visivo  . Pubblicità e retorica | Marzo | Verifica Orale |
| **Modulo 5- Le competenze relazionali** | | | | | |
| **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 il patrimonio lessicale ed espressivo della lingua italiana secondo le esigenze comunicative nei vari contesti: sociali, culturali, scientifici, economici, tecnologici. | . Le Life Skills  . L’intelligenza emotiva  . L’empatia  . L’assertività  . Gli stili comunicativi  .L’ascolto attivo  . La risposta efficace  . Le barriere comunicative e la comunicazione riuscita  . L’interazione diretta con i clienti | . Riconoscere i fattori interni ed esterni che influenzano le comunicazioni  . Interpretare il ruolo dei vari attori nella relazione interpersonale, da diversi punti di vista  . Saper gestire le critiche e la pressione sociale  .Acquisire consapevolezza di limiti e potenzialità dei diversi stili comunicativi  . 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  . Produrre comunicazioni interpersonali efficienti, efficaci e significative | Unità1:  . Le Life Skills  . L’intelligenza emotiva  . L’empatia  . L’assertività  Unità 2:  . Gli stili comunicativi  Unità 3:  .L’ascolto attivo  . La risposta efficace  . Le barriere comunicative e la comunicazione riuscita | Aprile-Maggio | Verifica Orale |