



**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](mailto:LIIS004009@istruzione.it); [LIIS004009@PEC.ISTRUZIONE.IT](mailto:LIIS004009@PEC.ISTRUZIONE.IT)  
Cod. fisc.: **81002090496** Cod. meccanogr.: **LIIS004009**



[einaudiceccherelli.edu.it](http://einaudiceccherelli.edu.it)

<b>A.S. 2022/2023</b>	<b>Disciplina: Tecniche di Comunicazione</b> Obiettivi minimi per percorso classe
<b>Docente: Trafeli Daria</b>	<b>Classe: VSCP</b>
<b>Libro di testo: ComunicAzione</b>	
<b>Strumenti: Libro di testo, Classroom</b>	

## Modulo 1- Dinamiche sociali e team working

Competenze	Conoscenze	Abilità	Contenuti	Tempi e periodo dell'anno scolastico	Tipologie di verifiche
. Individuare, <b>guidato dall'insegnante</b> , e utilizzare, <b>servendosi anche di materiale di supporto</b> , gli strumenti di comunicazione e di team working più appropriati per intervenire nei contesti organizzativi e	. Il concetto di gruppo . La dinamica di gruppo . Le reti di comunicazione del gruppo . Le dinamiche disfunzionali . I tipi di Leadership . Il conflitto nel gruppo e la sua gestione	. Riconoscere e interpretare le dinamiche di gruppo . Riconoscere gli stili di leadership . Gestire in modo efficace i conflitti in un gruppo . Individuare e utilizzare linguaggi funzionali al gruppo	Unità1:  . Il concetto di gruppo . La dinamica di gruppo . Le reti di comunicazione del gruppo . Le dinamiche disfunzionali . I tipi di Leadership	Settembre-Ottobre	Una verifica orale



**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](mailto:LIIS004009@istruzione.it); [LIIS004009@PEC.ISTRUZIONE.IT](mailto:LIIS004009@PEC.ISTRUZIONE.IT)  
Cod. fisc.: **81002090496** Cod. meccanogr.: **LIIS004009**



[einaudiceccherelli.edu.it](http://einaudiceccherelli.edu.it)

<p>professionali di riferimento</p>	<p>. Il team di lavoro e i suoi stadi di sviluppo . Il lavoro di squadra . L'intelligenza collettiva</p> <p><b>Le conoscenze si considerano acquisite se lo studente è in grado di spiegare i concetti centrali delle tematiche su elencate senza entrare nel dettaglio o effettuare confronti e anche con l'aiuto di mappe e schemi.</b></p>	<p>. Diventare consapevole delle opportunità e dei rischi della comunicazione in rete . 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</p> <p><b>Le abilità si intendono acquisite anche se per essere messe in pratica necessitano di supporto degli insegnanti o di strumenti compensativi.</b></p>	<p>. Il conflitto nel gruppo e la sua gestione</p> <p>Unità 2:</p> <p>. Il team di lavoro e i suoi stadi di sviluppo . Il lavoro di squadra . L'intelligenza collettiva</p>		
<b>Modulo 2- Le comunicazioni di massa</b>					
<b>Competenze</b>	<b>Conoscenze</b>	<b>Abilità</b>	<b>Contenuti</b>	<b>Tempi e periodo dell'anno scolastico</b>	<b>Tipologie di verifiche</b>



**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](mailto:LIIS004009@istruzione.it); [LIIS004009@PEC.ISTRUZIONE.IT](mailto:LIIS004009@PEC.ISTRUZIONE.IT)  
Cod. fisc.: **81002090496** Cod. meccanogr.: **LIIS004009**



[einaudiceccherelli.edu.it](http://einaudiceccherelli.edu.it)

<p>. Utilizzare e produrre, <b>anche guidato dall'insegnante</b>, strumenti di comunicazione visiva e multimediale, anche con riferimento alle strategie espressive e agli strumenti tecnici della comunicazione in rete</p> <p>. Utilizzare, il patrimonio lessicale ed espressivo della lingua italiana secondo le esigenze comunicative nei vari contesti: sociali, culturali, scientifici, economici, tecnologici</p>	<p>. Sistemi e modelli della comunicazione sociale e di massa</p> <p>. Tecnologie innovative e nuovi modelli di comunicazione</p> <p>. Network di comunicazione audiovisiva e a stampa e loro specificità:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- La stampa</li> <li>- Il cinema</li> <li>- La televisione</li> <li>- Il web</li> </ul> <p>. Tipologie di messaggi visivi e audiovisivi:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Articolo</li> <li>- Video</li> <li>- Programma radio televisivo</li> <li>- Iper testo</li> </ul> <p>. Specificità comunicative dei principali media in relazione alla campagna pubblicitaria</p> <p>. Le tipologie di messaggi pubblicitari e le tecniche di produzione dei messaggi:</p>	<p>. Individuare i mezzi di comunicazione di massa</p> <p>. Riconoscere i diversi modelli comunicativi sottesi ai Media tradizionali e ai New media</p> <p>. Riconoscere le specificità e le potenzialità della comunicazione a stampa, audiovisiva e digitale</p> <p>. Acquisire un uso consapevole dei media, in particolare dei Social Media, prevedendone i rischi</p> <p>. Analizzare e interpretare messaggi di comunicazione in funzione degli obiettivi della committenza e dei target</p> <p>. valutare, scegliere e realizzare prodotti di comunicazione in base a criteri di coerenza, efficacia comunicativa, interattività e fattibilità tecnica</p>	<p>Unità1:</p> <p>. Sistemi e modelli della comunicazione sociale e di massa</p> <p>. Tecnologie innovative e nuovi modelli di comunicazione</p> <p>Unità 2:</p> <p>. Network di comunicazione audiovisiva e a stampa e loro specificità:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- La stampa</li> <li>- Il cinema</li> <li>- La televisione</li> <li>- Il web</li> </ul> <p>. Tipologie di messaggi visivi e audiovisivi:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Articolo</li> <li>- Video</li> <li>- Programma radio televisivo</li> <li>- Iper testo</li> </ul> <p>. Specificità comunicative dei principali media in relazione alla campagna pubblicitaria</p>	<p>Novembre-Dicembre- Gennaio</p>	<p>Una verifica orale 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](mailto:LIIS004009@istruzione.it); [LIIS004009@PEC.ISTRUZIONE.IT](mailto:LIIS004009@PEC.ISTRUZIONE.IT)  
 Cod. fisc.: **81002090496** Cod. meccanogr.: **LIIS004009**



[einaudiceccherelli.edu.it](http://einaudiceccherelli.edu.it)

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- L'annuncio stampa</li> <li>- Lo spot</li> <li>- L'annuncio radiofonico</li> <li>- Il sito web aziendale</li> <li>- L'advertising online</li> <li>- Le affissioni</li> <li>- I dépliant</li> </ul> <p>Le conoscenze si considerano acquisite se lo studente è in grado di spiegare i concetti centrali delle tematiche su elencate senza entrare nel dettaglio o effettuare confronti e anche con l'aiuto di mappe e schemi.</p>	<p><b>Le abilità si intendono acquisite anche se per essere messe in pratica necessitano di supporto degli insegnanti o di strumenti compensativi.</b></p>	<p>. Le tipologie di messaggi pubblicitari e le tecniche di produzione dei messaggi:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- L'annuncio stampa</li> <li>- Lo spot</li> <li>- L'annuncio radiofonico</li> <li>- Il sito web aziendale</li> <li>- L'advertising online</li> <li>- Le affissioni</li> <li>- I dépliant</li> </ul>		
--	--	--	---	--	--

<b>Modulo 3- Le comunicazioni aziendali</b>					
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](mailto:LIIS004009@istruzione.it); [LIIS004009@PEC.ISTRUZIONE.IT](mailto:LIIS004009@PEC.ISTRUZIONE.IT)  
Cod. fisc.: **81002090496** Cod. meccanogr.: **LIIS004009**



[einaudiceccherelli.edu.it](http://einaudiceccherelli.edu.it)

<p>. Individuare e utilizzare, anche <b>guidato dall'insegnante</b>, gli strumenti di comunicazione più appropriati per intervenire nei contesti organizzativi e professionali di riferimento</p> <p>. Utilizzare e produrre, <b>anche guidato dall'insegnante</b>, strumenti di comunicazione visiva e multimediale, anche con riferimento alle strategie espressive e agli strumenti tecnici della comunicazione in rete</p> <p>. Analizzare e monitorare le esigenze del mercato nei settori di riferimento</p>	<p>. I vettori della comunicazione</p> <p>. Le comunicazioni interne all'azienda</p> <p>. Le Public Relations</p> <p>. L'immagine aziendale</p> <p>. La mission</p> <p>. Il brand</p> <p>. Il concetto di Marketing</p> <p>. La customer satisfaction e la fidelizzazione del cliente</p> <p>. Il Web marketing</p> <p>. La segmentazione del mercato</p> <p>. I cluster</p> <p>. Il positioning</p> <p><b>Le conoscenze si considerano acquisite se lo studente è in grado di spiegare i concetti centrali delle tematiche su elencate senza entrare nel dettaglio o effettuare confronti e anche con l'aiuto di mappe e schemi.</b></p>	<p>. Comprendere I principali fattori che determinano la "comunicazione-informazione" di un sistema aziendale</p> <p>. Acquisire consapevolezza dell'impresa come sistema di comunicazione sociale</p> <p>. Riconoscere e interpretare tecniche e strategie della comunicazione interna ed esterna all'impresa</p> <p>. Valutare le scelte di marketing in rapporto al proprio settore di riferimento</p> <p>. Utilizzare i mezzi di comunicazione in funzione degli obiettivi della committenza e dei target</p> <p>. Analizzare e monitorare le esigenze del mercato interpretando dati su stili di vita e abitudini</p>	<p>Unità1:</p> <p>. I vettori della comunicazione</p> <p>. Le comunicazioni interne all'azienda</p> <p>. Le Public Relations</p> <p>. L'immagine aziendale</p> <p>. La mission</p> <p>Unità 2:</p> <p>. Il brand</p> <p>. Il concetto di Marketing</p> <p>. La customer satisfaction e la fidelizzazione del cliente</p> <p>. il Web marketing</p> <p>Unità 2:</p> <p>. La segmentazione del mercato</p> <p>. I cluster</p> <p>. Il positioning</p>	<p>Febbraio-Marzo</p>	<p>Una verifica orale</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](mailto:LIIS004009@istruzione.it); [LIIS004009@PEC.ISTRUZIONE.IT](mailto:LIIS004009@PEC.ISTRUZIONE.IT)  
Cod. fisc.: **81002090496** Cod. meccanogr.: **LIIS004009**



		<p>d'acquisto di persone e gruppi sociali</p> <ul style="list-style-type: none"><li>. Valutare le scelte comunicative dei progetti pubblicitari in rapporto agli obiettivi</li><li>. Scegliere prodotti comunicativi in base ai criteri di coerenza, efficacia comunicativa, interattività e fattibilità tecnica</li><li>. Analizzare campagne di comunicazione e pubblicitarie nazionali e internazionali</li></ul> <p><b>Le abilità si intendono acquisite anche se per essere messe in pratica necessitano di supporto degli insegnanti o di strumenti compensativi.</b></p>			
--	--	---	--	--	--

**Modulo 4- La comunicazione pubblicitaria**



**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](mailto:LIIS004009@istruzione.it); [LIIS004009@PEC.ISTRUZIONE.IT](mailto:LIIS004009@PEC.ISTRUZIONE.IT)  
Cod. fisc.: **81002090496** Cod. meccanogr.: **LIIS004009**



[einaudiceccherelli.edu.it](http://einaudiceccherelli.edu.it)

Competenze	Conoscenze	Abilità	Contenuti	Tempi e periodo dell'anno scolastico	Tipologie di verifiche
<p>. Utilizzare il patrimonio lessicale ed espressivo della lingua italiana secondo le esigenze comunicative nei vari contesti: sociali, culturali, scientifici, economici, tecnologici</p> <p>. Utilizzare e produrre, <b>anche guidato dall'insegnante</b>, strumenti di comunicazione visiva e multidimensionale, anche con riferimento alle strategie espressive e agli strumenti tecnici della comunicazione in rete</p>	<p>. L'agenzia pubblicitaria</p> <p>. Il codice di autodisciplina della comunicazione commerciale</p> <p>. La storia e l'evoluzione della comunicazione pubblicitaria</p> <p>. Il linguaggio pubblicitario</p> <p>. L'efficacia in pubblicità</p> <p>. Le tipologie di messaggi e campagne</p> <p>. Le nuove tendenze pubblicitarie</p> <p>. Il briefing</p> <p>. La copy strategy</p> <p>. La pianificazione dei media</p> <p><b>Le conoscenze si considerano acquisite se lo studente è in grado di spiegare i concetti centrali delle tematiche su elencate senza entrare nel dettaglio o</b></p>	<p>. Riconoscere le implicazioni etiche delle scelte di comunicazione pubblicitaria</p> <p>. Riconoscere peculiarità comunicative, limiti e potenzialità delle diverse forme pubblicitarie</p> <p>. Analizzare campagne di comunicazione e pubblicitarie nazionali e internazionali secondo criteri di efficacia comunicativa</p> <p>. Valutare le scelte comunicative dei progetti pubblicitari e utilizzare i mezzi della comunicazione in rapporto agli obiettivi dell'impresa e al target</p> <p>. Scegliere prodotti di comunicazione in base a criteri di coerenza, efficacia comunicativa, interattività e fattibilità tecnica</p>	<p>Unità 1:</p> <p>. L'agenzia pubblicitaria</p> <p>. Il codice di autodisciplina della comunicazione commerciale</p> <p>. La storia e l'evoluzione della comunicazione pubblicitaria</p> <p>. Il linguaggio pubblicitario</p> <p>. L'efficacia in pubblicità</p> <p>. Le tipologie di messaggi e campagne</p> <p>. Le nuove tendenze pubblicitarie</p> <p>. Il briefing</p> <p>. La copy strategy</p> <p>. La pianificazione dei media</p> <p>Unità 2:</p> <p>. Il briefing</p> <p>. La copy strategy</p> <p>. La pianificazione dei media</p>	<p>Aprile-Maggio</p>	<p>Una verifica orale</p> <p>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](mailto:LIIS004009@istruzione.it); [LIIS004009@PEC.ISTRUZIONE.IT](mailto:LIIS004009@PEC.ISTRUZIONE.IT)  
Cod. fisc.: **81002090496** Cod. meccanogr.: **LIIS004009**



	<p><b>effettuare confronti e anche con l'aiuto di mappe e schemi.</b></p>	<p>. Acquisire una competenza strategico-creativa nell'elaborazione della comunicazione pubblicitaria</p> <p><b>Le abilità si intendono acquisite anche se per essere messe in pratica necessitano di supporto degli insegnanti o di strumenti compensativi.</b></p>			
--	---	--	--	--	--

Per la disciplina Educazione Civica saranno svolte 4 ore sul tema “La comunicazione pubblica per il diritto di sapere” nel periodo Febbraio-Aprile