



**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**



A.S. 2022/2023	Disciplina: Tecniche di Comunicazione
Docente: Trafeli Daria	Classe: VSCP
Libro di testo: ComunicAzione	
Strumenti: Libro di testo, Classroom	

Modulo 1- Dinamiche sociali e team working

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	. 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 . Il team di lavoro e i suoi stadi di sviluppo	. 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	Unità 1: . 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	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; LIIS004009@PEC.ISTRUZIONE.IT
Cod. fisc.: **81002090496** Cod. meccanogr.: **LIIS004009**



einaudiceccherelli.edu.it

	<ul style="list-style-type: none"> . Il lavoro di squadra . L'intelligenza collettiva 	<ul style="list-style-type: none"> . 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>Unità 2:</p> <ul style="list-style-type: none"> . Il team di lavoro e i suoi stadi di sviluppo . Il lavoro di squadra . L'intelligenza collettiva 		
--	---	--	---	--	--

Modulo 2- Le comunicazioni di massa

Competenze	Conoscenze	Abilità	Contenuti	Tempi e periodo dell'anno scolastico	Tipologie di verifiche
<ul style="list-style-type: none"> . Utilizzare e produrre strumenti di comunicazione visiva e multimediale, anche con riferimento alle strategie espressive e agli strumenti tecnici della comunicazione in rete . Utilizzare il patrimonio lessicale ed espressivo della lingua italiana secondo le esigenze 	<ul style="list-style-type: none"> . Sistemi e modelli della comunicazione sociale e di massa . Tecnologie innovative e nuovi modelli di comunicazione . Network di comunicazione audiovisiva e a stampa e loro specificità: <ul style="list-style-type: none"> - La stampa - Il cinema - La televisione 	<ul style="list-style-type: none"> . Individuare i mezzi di comunicazione di massa . Riconoscere i diversi modelli comunicativi sottesi ai Media tradizionali e ai New media . Riconoscere le specificità e le potenzialità della comunicazione a stampa, audiovisiva e digitale 	<p>Unità 1:</p> <ul style="list-style-type: none"> . Sistemi e modelli della comunicazione sociale e di massa . Tecnologie innovative e nuovi modelli di comunicazione <p>Unità 2:</p> <ul style="list-style-type: none"> . Network di comunicazione 	<p>Novembre-Dicembre-Gennaio</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; LIIS004009@PEC.ISTRUZIONE.IT
 Cod. fisc.: **81002090496** Cod. meccanogr.: **LIIS004009**



<p>comunicative nei vari contesti: sociali, culturali, scientifici, economici, tecnologici</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Il web . Tipologie di messaggi visivi e audiovisivi: <ul style="list-style-type: none"> - Articolo - Video - Programma radio televisivo - Ipertesto . Specificità comunicative dei principali media in relazione alla campagna pubblicitaria . Le tipologie di messaggi pubblicitari e le tecniche di produzione dei messaggi: <ul style="list-style-type: none"> - L'annuncio stampa - Lo spot - L'annuncio radiofonico - Il sito web aziendale - L'advertising online - Le affissioni - I dépliant 	<ul style="list-style-type: none"> . Acquisire un uso consapevole dei media, in particolare dei Social Media, prevedendone i rischi . Analizzare e interpretare messaggi di comunicazione in funzione degli obiettivi della committenza e dei target . valutare, scegliere e realizzare prodotti di comunicazione in base a criteri di coerenza, efficacia comunicativa, interattività e fattibilità tecnica 	<p>audiovisiva e a stampa e loro specificità:</p> <ul style="list-style-type: none"> - La stampa - Il cinema - La televisione - Il web <p>. Tipologie di messaggi visivi e audiovisivi:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Articolo - Video - Programma radio televisivo - Ipertesto <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> <ul style="list-style-type: none"> - L'annuncio stampa - Lo spot - L'annuncio radiofonico - Il sito web aziendale - L'advertising online - Le affissioni - I dépliant 		
--	--	---	--	--	--



**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

Modulo 3- Le comunicazioni aziendali					
Competenze	Conoscenze	Abilità	Contenuti	Tempi e periodo dell'anno scolastico	Tipologie di verifiche
<ul style="list-style-type: none"> . Individuare e utilizzare gli strumenti di comunicazione 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 . Analizzare e monitorare le esigenze del mercato nei settori di riferimento 	<ul style="list-style-type: none"> . I vettori della comunicazione . Le comunicazioni interne all'azienda . Le Public Relations . L'immagine aziendale . La mission . Il brand . Il concetto di Marketing . La customer satisfaction e la fidelizzazione del cliente . Il Web marketing . La segmentazione del mercato . I cluster . Il positioning 	<ul style="list-style-type: none"> . Comprendere I principali fattori che determinano la "comunicazione-informazione" di un sistema aziendale . Acquisire consapevolezza dell'impresa come sistema di comunicazione sociale . Riconoscere e interpretare tecniche e strategie della comunicazione interna ed esterna all'impresa . Valutare le scelte di marketing in rapporto al proprio settore di riferimento . Utilizzare i mezzi di comunicazione in funzione degli obiettivi 	Unità 1: <ul style="list-style-type: none"> . I vettori della comunicazione . Le comunicazioni interne all'azienda . Le Public Relations . L'immagine aziendale . La mission Unità 2: <ul style="list-style-type: none"> . Il brand . Il concetto di Marketing . La customer satisfaction e la fidelizzazione del cliente . il Web marketing Unità 2:	Febbraio-Marzo	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; LIIS004009@PEC.ISTRUZIONE.IT
 Cod. fisc.: **81002090496** Cod. meccanogr.: **LIIS004009**



einaudiceccherelli.edu.it

		<p>della committenza e dei target</p> <ul style="list-style-type: none"> . Analizzare e monitorare le esigenze del mercato interpretando dati su stili di vita e abitudini d'acquisto di persone e gruppi sociali . Valutare le scelte comunicative dei progetti pubblicitari in rapporto agli obiettivi . Scegliere prodotti comunicativi in base ai criteri di coerenza, efficacia comunicativa, interattività e fattibilità tecnica . Analizzare campagne di comunicazione e pubblicitarie nazionali e internazionali 	<ul style="list-style-type: none"> . La segmentazione del mercato . I cluster . Il positioning 		
--	--	--	---	--	--

Modulo 4- La comunicazione pubblicitaria					
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**



<p>. Utilizzare il patrimonio lessicale ed espressivo della lingua italiana secondo le esigenze comunicative nei vari contesti: sociali, culturali, scientifici, economici, tecnologici . Utilizzare e produrre 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 . Il codice di autodisciplina della comunicazione commerciale . La storia e l'evoluzione della comunicazione pubblicitaria . Il linguaggio pubblicitario . L'efficacia in pubblicità . Le tipologie di messaggi e campagne . Le nuove tendenze pubblicitarie . Il briefing . La copy strategy . La pianificazione dei media</p>	<p>. Riconoscere le implicazioni etiche delle scelte di comunicazione pubblicitaria . Riconoscere peculiarità comunicative, limiti e potenzialità delle diverse forme pubblicitarie . Analizzare campagne di comunicazione e pubblicitarie nazionali e internazionali secondo criteri di efficacia comunicativa . Valutare le scelte comunicative dei progetti pubblicitari e utilizzare i mezzi della comunicazione in rapporto agli obiettivi dell'impresa e al target . Scegliere prodotti di comunicazione in base a criteri di coerenza, efficacia comunicativa, interattività e fattibilità tecnica . Acquisire una competenza strategico-creativa</p>	<p>Unità 1: . L'agenzia pubblicitaria . Il codice di autodisciplina della comunicazione commerciale . La storia e l'evoluzione della comunicazione pubblicitaria . Il linguaggio pubblicitario . L'efficacia in pubblicità . Le tipologie di messaggi e campagne . Le nuove tendenze pubblicitarie . Il briefing . La copy strategy . La pianificazione dei media</p> <p>Unità 2: . Il briefing . La copy strategy . La pianificazione dei media</p>	<p>Aprile-Maggio</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; LIIS004009@PEC.ISTRUZIONE.IT
Cod. fisc.: **81002090496** Cod. meccanogr.: **LIIS004009**



		nell'elaborazione della comunicazione pubblicitaria			
--	--	---	--	--	--

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