

PROGRAMMA SVOLTO

MATERIA: TEORIA DELLA COMUNICAZIONE

Classe 4 C Indirizzo GRAFICO a.s. 2020-21

Testi utilizzati: G. Colli, “Comunicazione”, ed. CLITT; materiali elaborati o selezionati dal docente

Prof.: IOMINI ANDREA

UNITÀ FORMATIVA DISCIPLINARE: N.1

Titolo: Recupero e verifica dei contenuti affrontati in DAD nell’a.s.2019-2020: COMUNICARE SE’ STESSO agli ALTRI

Competenze	Abilità	Conoscenze
Individuare e utilizzare strumenti di comunicazione e team working appropriati ai diversi contesti comunicativi.	<ul style="list-style-type: none"> • Riconoscere il rapporto fra comportamento, comunicazione ed efficacia della comunicazione • Riconoscere i fattori interni ed esterni che influenzano le comunicazioni • Agire processi di metacomunicazione per gestire la dimensione emozionale di una comunicazione 	<p>Obiettivi generali :</p> <p>Immagine di sé, autostima ed autoefficacia; immagine di sé ed interazione sociale; identità on line e tutela della privacy</p> <p>Obiettivi minimi:</p> <p>Importanza dell’immagine di sé e dell’autoefficacia nelle relazioni; la web reputation</p>

UNITÀ FORMATIVA DISCIPLINARE: N.2

Titolo: Recupero e verifica dei contenuti dell’a.s.2019-2020: OTTIMIZZARE LA COMUNICAZIONE VISIVA

Competenze	Abilità	Conoscenze
Individuare i meccanismi che regolano la percezione dell’immagine e le	<ul style="list-style-type: none"> • Riconoscere i fattori di equilibrio nella composizione dell’immagine • Saper utilizzare i meccanismi 	<p>Obiettivi generali:</p> <p>Meccanismi di organizzazione ed elaborazione percettiva (Gestalt),</p>

Scuole associate

componenti suggestive e persuasive del linguaggio verbale	appresi sia nella codifica che nella decodifica del linguaggio verbale e visivo	<p>criteri di ottimizzazione nella comunicazione visiva e psicologia del colore; introduzione storiografica alla retorica classica; logos, pathos, ethos; la valenza suggestiva della parola; indicazioni per una comunicazione verbale persuasiva; le figure retoriche di significato e di suono, e loro impiego nella comunicazione visiva</p> <p>Obiettivi minimi:</p> <p>le leggi di unificazione formale di Wertheimer, la valenza psicologica del colore; logos, pathos ed ethos; le principali figure retoriche</p>
---	---	--

UNITÀ FORMATIVA DISCIPLINARE: N. 3

Titolo: ALFABETIZZAZIONE EMOTIVA, EMPATIA ed ASSERTIVITA'

Competenza	Abilità	Conoscenze
Saper riconoscere le emozioni proprie ed altrui durante lo scambio della comunicazione, così da poterne condizionare l'esito in itinere.	<ul style="list-style-type: none"> • Identificare i fattori interni ed esterni che influenzano le comunicazioni • Migliorare la gestione delle critiche e della pressione sociale • Individuare caratteristiche, limiti e potenzialità dei diversi stili comunicativi • Utilizzare le nozioni teoriche per implementare la propria auto-efficacia 	<p>Obiettivi generali:</p> <p>Neuroni-specchio e basi etologiche dell'altruismo; intelligenza ed alfabetizzazione emotiva; l'empatia; assertività e stili comunicativi disfunzionali; ascolto attivo e tecniche di ottimizzazione della risposta; filtri e barriere comunicativi; la comunicazione assertiva e il personal selling</p> <p>Obiettivi minimi:</p> <p>Intelligenza emotiva, empatia e comunicazione assertiva</p>

UNITÀ FORMATIVA DISCIPLINARE: N. 4

Titolo: GRUPPO, LEADERSHIP e RELATIVE DINAMICHE

Scuole associate

I.P.I.A. "G. MARCORA" Via Marcora, 109 - 20010 Inveruno ☎0297288182 – vicemarcora@iisinveruno.edu.it
I.P.S. "E. LOMBARDINI" Via Buonarroti, 6 - 20010 Inveruno ☎029787234 – vicelombardini@iisinveruno.edu.it
I.T.T.E. "G. MARCORA" Via Marcora, 109 - 20010 Inveruno ☎0297285314 – viceittmarcora@iisinveruno.edu.it

Competenza	Abilità	Conoscenze
Individuare e utilizzare azioni e linguaggi funzionali all'efficientamento del gruppo	<ul style="list-style-type: none"> Riconoscere e saper interpretare le dinamiche di gruppo, consapevoli ed inconscie Riconoscere e saper interpretare i diversi stili di leadership Riconoscere e utilizzare tecniche e strategie di comunicazione per ottimizzare l'interazione nel gruppo, il coordinamento con i colleghi e la qualità del servizio alla clientela 	<p>Obiettivi generali:</p> <p>il concetto di gruppo; bisogni e dinamiche di gruppo; tipologie di leadership; barriere comunicative e gestione dei conflitti; il team di lavoro ed i suoi stadi di sviluppo; team building ed intelligenza collettiva</p> <p>Obiettivi minimi:</p> <p>il gruppo e le sue dinamiche; tipologie di leadership; il team building</p>

UNITÀ FORMATIVA DISCIPLINARE: N. 5

Titolo: MASS MEDIA, GLOBALIZZAZIONE e SOCIETÀ'

Competenza	Abilità	Conoscenze
Saper individuare ed analizzare le diverse caratteristiche dei linguaggi nei media; utilizzare i media con maggiori competenza e consapevolezza	<ul style="list-style-type: none"> riconoscere i mezzi di comunicazione di massa e la loro storia riconoscere i diversi modelli comunicativi sottesi ai media tradizionali ed ai new media riconoscere specificità e potenzialità della comunicazione a stampa, audiovisiva e digitale analizzare e interpretare messaggi di comunicazione a stampa, audiovisiva e multimediale 	<p>Obiettivi generali:</p> <p>sistemi e modelli della comunicazione sociale e di massa; il concetto di globalizzazione; tecnologia ed impatto sociale della digitalizzazione; origini e sviluppo dei mass-media (stampa, cinema, televisione e web); specificità comunicative dei principali media in relazione alla campagna pubblicitaria; tipologie di messaggi pubblicitari e loro tecniche di produzione</p> <p>Obiettivi minimi:</p> <p>la globalizzazione; i principali media ed i loro specifici linguaggi (stampa, cinema, televisione e web)</p>

UNITÀ FORMATIVA DISCIPLINARE: N. 6

Titolo: LA COMUNICAZIONE INTERNA ED ESTERNA ALL'AZIENDA

Competenza	Abilità	Conoscenze
<p>Individuare ed utilizzare gli strumenti di comunicazione più appropriati per intervenire nei contesti organizzativi e professionali di riferimento;</p>	<ul style="list-style-type: none"> • comprendere i principali fattori che determinano la comunicazione/informazione in un sistema aziendale • acquisire consapevolezza dell'impresa come sistema di comunicazione sociale • riconoscere ed interpretare tecniche e strategie della comunicazione aziendale sia interna che esterna • utilizzare i mezzi di comunicazione più adeguati alla committenza e al target • analizzare e valutare le scelte comunicative dei progetti pubblicitari in rapporto agli obiettivi 	<p>Obiettivi generali:</p> <p>I vettori di comunicazione aziendale (interni ed esterni); immagine (brand image), mission e vision dell'azienda; marketing e segmentazione del mercato; direct-marketing; il concetto di customer satisfaction; esercitazione su script e sceneggiatura di uno spot</p> <p>Obiettivi minimi:</p> <p>comunicazioni interne ed esterne all'azienda; il concetto e gli strumenti in evoluzione del marketing; la customer satisfaction;</p>

Inveruno, 07 / 06 / 2021

Il docente

Prof. Iomini Andrea