

PROGRAMMA SVOLTO
MATERIA: TEORIA DELLA COMUNICAZIONE

Classe 4C grafico

– a.s. 2021-2022

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

Prof.: IOMINI ANDREA

UNITÀ FORMATIVA DISCIPLINARE: N.1

Titolo: COMUNICARE SE' STESSO agli ALTRI

Prerequisiti in termini di competenze, abilità e conoscenze	Nozioni base e lessico minimo d'area riguardo a elementi, funzioni e modelli della comunicazione, pragmatica e linguaggio corporeo
---	--

COMPETENZA FINALE: migliorare la gestione delle interazioni con gli altri, considerandone le componenti para e non-verbali, e consolidare immagine di sé ed auto-efficacia

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, net reputation 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

Prerequisiti in termini di competenze, abilità e conoscenze	Classificazione del linguaggio visivo e corporeo
---	--

COMPETENZA FINALE: conoscere i meccanismi percettivi e persuasivi per l'implementazione dell'efficacia comunicativa

Competenze	Abilità	Conoscenze
Individuare i meccanismi che regolano la percezione dell'immagine e le componenti suggestive e persuasive del linguaggio verbale	<ul style="list-style-type: none"> Riconoscere i fattori di equilibrio nella composizione dell'immagine Saper utilizzare i meccanismi appresi sia nella codifica che nella decodifica del linguaggio verbale e visivo 	<p>Obiettivi generali: Meccanismi di organizzazione ed elaborazione percettiva (Gestalt), 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: 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: **EMPATIA, ASSERTIVITA' e COMUNICAZIONE PERSUASIVA**

Prerequisiti in termini di competenze, abilità e conoscenze	Comprensione del grado di complessità e dei fattori determinanti nel processo comunicativo
---	--

COMPETENZA FINALE: sapersi inserire in modo attivo, consapevole e pro-sociale in diversi contesti attraverso la conoscenza delle dinamiche comunicative

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: intelligenza ed alfabetizzazione emotiva; l'empatia; assertività e stili comunicativi disfunzionali; ascolto attivo e tecniche di ottimizzazione della risposta; la comunicazione assertiva per il personal selling e per la vita; la comunicazione persuasiva nella storia: dalla retorica classica alla moderna accezione di logos/pathos/ethos; le principali figure retoriche applicabili al visual</p> <p>Obiettivi minimi: Intelligenza emotiva, empatia e comunicazione assertiva; logos/pathos/ethos</p>

UNITÀ FORMATIVA DISCIPLINARE: N. 4

Titolo: **MASS MEDIA, GLOBALIZZAZIONE e SOCIETA'**

Prerequisiti in termini di competenze, abilità e conoscenze	Comunicazione interpersonale e sociale; i modelli della comunicazione e il concetto di feed-back; l'immagine nella comunicazione reale e virtuale
---	---

COMPETENZA FINALE: distinguere ed orientarsi fra i diversi media nell'era della globalizzazione, riconoscendone le specificità ed i linguaggi

Competenza	Abilità	Conoscenze
Saper individuare ed analizzare le diverse caratteristiche dei linguaggi nei media; utilizzare i media con maggiore 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 • considerare le implicazioni etiche delle scelte di comunicazione pubblicitaria • riconoscere peculiarità comunicative, limiti e potenzialità delle diverse forme pubblicitarie 	<p>Obiettivi generali: 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: la globalizzazione; i principali media ed i loro specifici linguaggi (stampa, cinema, televisione e web)</p>

UNITÀ FORMATIVA DISCIPLINARE: N. 6

Titolo: **LA COMUNICAZIONE AZIENDALE**

Prerequisiti in termini di competenze, abilità e conoscenze	globalizzazione e mercato; tipologie di messaggi pubblicitari e loro tecniche di produzione
---	---

COMPETENZA FINALE: saper analizzare, monitorare ed intervenire proattivamente nei flussi di mercato del settore

Competenza	Abilità	Conoscenze
Individuare ed utilizzare gli strumenti di comunicazione più	<ul style="list-style-type: none"> • comprendere i principali fattori che determinano la comunicazione/informazione in 	<p>Obiettivi generali: I vettori di comunicazione aziendale (interni ed esterni), immagine, mission</p>

appropriati per intervenire nei contesti organizzativi e professionali di riferimento;	un sistema aziendale <ul style="list-style-type: none"> • riconoscere ed interpretare tecniche e strategie della comunicazione aziendale sia interna che esterna • analizzare e valutare le scelte comunicative dei progetti pubblicitari in rapporto agli obiettivi 	e brand dell'azienda; marketing e segmentazione del mercato; web-marketing; customer satisfaction, profilazione e fidelizzazione del cliente; Obiettivi minimi: comunicazioni interne ed esterne all'azienda; il concetto e gli strumenti in evoluzione del marketing
--	--	--

UNITÀ FORMATIVA DISCIPLINARE: N. 7

Titolo: LA COMUNICAZIONE PUBBLICITARIA

N. ore previste 20

Periodo di realizzazione aprile -giugno

Prerequisiti

Prerequisiti in termini di competenze, abilità e conoscenze	globalizzazione e mercato; tipologie di messaggi pubblicitari e loro tecniche di produzione; organizzazione e funzioni delle comunicazioni aziendali
---	--

Esiti attesi

COMPETENZA FINALE: saper analizzare e impiegare i dispositivi della comunicazione pubblicitaria più rispondenti alla committenza ed al target

Competenza	Abilità	Conoscenze
Individuare ed utilizzare gli strumenti di comunicazione più appropriati per intervenire nei contesti organizzativi e professionali di riferimento;	<ul style="list-style-type: none"> • analizzare campagne di comunicazione nazionali ed internazionali in base a criteri di efficacia • acquisire competenze strategico-creative nell'elaborazione dei messaggi pubblicitari 	Obiettivi generali: L'agenzia pubblicitaria; cenni di storia ed evoluzione della comunicazione pubblicitaria; strategie, obiettivi ed ottimizzazione dell'efficacia del linguaggio pubblicitario; tipologie di messaggi e nuove tendenze in pubblicità; le fasi della costruzione di uno spot (script, sceneggiatura, story board) Obiettivi minimi: L'agenzia pubblicitaria; cenni alla realizzazione di uno spot

Inveruno, 06/06/2022

Il docente

per le/gli Student*

.....

.....

.....