

## Programma di Tecniche di comunicazione a.s. 2022/2023

Docente: Prof. Francesco Pertili

Classe: 5<sup>a</sup> B

Libro di testo: PORTO I., CASTOLDI G., *Tecniche di comunicazione*, Milano, Hoepli, 2021

ore settimanali: 3

<b>COMPETENZE</b>	<b>UNITA' DIDATTICHE</b>	<b>CONTENUTI</b>	<b>CONOSCENZE</b>	<b>ABILITA'</b>	<b>OBIETTIVI MINIMI</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Individuare e utilizzare in modo corretto le diverse tipologie della comunicazione</li> <li>• Riconoscere correttamente i diversi elementi della comunicazione</li> <li>• Riconoscere correttamente il rapporto fra la comunicazione e le diverse culture</li> </ul>	U.D.1 : LA COMUNICAZIONE IN GENERALE	<ul style="list-style-type: none"> <li>•La comunicazione e le diverse tipologie</li> <li>•Gli elementi della comunicazione</li> <li>•Comunicazione e società</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Saper individuare le diverse tipologie comunicative</li> <li>•Conoscere i diversi elementi della comunicazione</li> <li>•Conoscere il rapporto comunicazione-cultura</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Utilizzare le adeguate tipologie comunicative</li> <li>• Comunicare adeguatamente nelle diverse circostanze</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Saper individuare le diverse tipologie comunicative</li> <li>•Conoscere i diversi elementi della comunicazione</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>•Imparare a riconoscere i vari media e la loro evoluzione</li> <li>•Riconoscere le diverse tipologie di messaggi</li> <li>•Riconoscere la funzione della comunicazione di massa</li> <li>•Acquisire consapevolezza delle strategie comunicative</li> </ul>	U.D. 2: LA COMUNICAZIONE SOCIALE	<ul style="list-style-type: none"> <li>•I mass media: tipologie</li> <li>•Perché i mezzi diventano messaggi</li> <li>•Il controllo dei mass media</li> <li>•La radio</li> <li>•Tipologie</li> <li>•La televisione</li> <li>• Evoluzione; tipologie; immagine e</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conoscere i vari tipi di media</li> <li>•Capire la funzione dei media e i diversi tipi di messaggi</li> <li>•Conoscere l'evoluzione dei media</li> <li>•Riconoscere l'importanza della comunicazione di massa*</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Individuare la funzione della comunicazione di massa nella società</li> <li>•Porsi criticamente nei confronti dei messaggi forniti dai media</li> <li>•Individuare il media più adatto per una azione comunicativa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conoscere i vari media</li> <li>• Conoscere l'evoluzione dei media</li> <li>•Riconoscere l'importanza della comunicazione di massa</li> </ul>

<p>utilizzate dai media</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Riconoscere la relazione tra comunicazione sociale e fenomeno economico</li> </ul>		<p>spettacolo</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•I Giornali</li> <li>• Classificazione; composizione; tipologie</li> <li>•Internet</li> <li>•Evoluzione; peculiarità</li> </ul>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Imparare a individuare strategie di comunicazione efficaci</li> <li>•Utilizzare una comunicazione corretta per un positivo inserimento in azienda</li> <li>•Mettere in atto comportamenti adeguati per partecipare attivamente alle vicende aziendali</li> <li>• Saper fornire risposte adeguate in un contesto lavorativo</li> <li>•Interagire in un gruppo in modo collaborativo</li> <li>• Utilizzare in modo corretto i diversi strumenti di comunicazione aziendale</li> </ul>	<p>U.D. 3: LA COMUNICAZIONE AZIENDALE</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Il fattore umano in azienda</li> <li>•L'azienda e le altre realtà giuridiche-commerciali</li> <li>•Marketing e la comunicazione</li> <li>•L'immagine aziendale</li> <li>•Il flussi di comunicazione aziendale</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Sapere quali sono e come sono utilizzati gli strumenti di comunicazione in una azienda</li> <li>•Conoscere i concetti di azienda, impresa, imprenditore, ditta, marchio</li> <li>•Conoscere i social media, i loro potenziali e i possibili rischi</li> <li>•Sapere come si gestisce una comunicazione .</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Agire e comunicare adeguatamente all'interno di una azienda</li> <li>• Interpretare correttamente i flussi di comunicazione aziendale</li> <li>• Agire con sicurezza nel mondo del marketing e interpretare nel modo adeguato i bisogni del consumatori</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Sapere quali sono e come sono utilizzati gli strumenti di comunicazione in una azienda *</li> <li>•Sapere come si gestisce una comunicazione</li> <li>•Conoscere i concetti di azienda, impresa, imprenditore, ditta, marchio</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>•Riconoscere le diverse tipologie di pubblicità</li> </ul>	<p>U.D. 4: LA COMUNICAZIONE PUBBLICITARIA</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•La comunicazione pubblicitaria</li> <li>•Le diverse forme di pubblicità</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Sapere individuare l'adeguata forma pubblicitaria per un prodotto</li> <li>•Sapere individuare una adeguata strategia di comunicazione</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Riconoscere le diverse forme di pubblicità</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Sapere individuare l'adeguata forma pubblicitaria per un prodotto</li> </ul>

Ferrara, 27 maggio 2023-05-27

I Rappresentanti di Classe:

Il Docente