


## CURRICOLO DI TEORIA DELLA COMUNICAZIONE

DIPARTIMENTO: GRAFICA E COMUNICAZIONE		MATERIA: TEORIA DELLA COMUNICAZIONE	
CLASSE:	QUARTA	INDIRIZZO: GRAFICA E COMUNICAZIONE	
MODULO 1 Dinamiche sociali e team working			
COMPETENZE	CONOSCENZE	ABILITÀ	
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. Il lavoro di squadra. L'intelligenza collettiva.	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. Saper stabilire costruttive relazioni di gruppo.  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.	
STRUMENTI	METODOLOGIE	VERIFICHE	
Libro di testo.  Lavagna (interattiva	Lezione frontale.	Verifiche orali.	



	<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>	
STRUMENTI	METODOLOGIE	VERIFICHE
<p>Libro di testo.</p> <p>Lavagna (interattiva multimediale)</p> <p>Presentazione digitali delle lezioni (slide).</p>	<p>Lezione frontale.</p> <p>Lezione dialogata.</p> <p>Lezione interattiva.</p>	<p>Verifiche orali.</p> <p>Verifiche scritte strutturate (quiz, domande aperte).</p> <p>Lavoro domestico.</p>

MODULO 3: Le comunicazioni aziendali		
COMPETENZE	CONOSCENZE	ABILITÀ

<p>Individuare e utilizzare gli strumenti di comunicazione più appropriati per intervenire nei contesti organizzativi e professionali di riferimento.</p> <p>Utilizzare e produrre 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 aziendale.</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 della clientela.</p> <p>Il web marketing.</p> <p>La segmentazione del mercato.</p> <p>I cluster.</p> <p>Il positioning.</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 del target.</p> <p>Analizzare e monitorare le esigenze del mercato, interpretando dati su stili di vita e abitudini d'acquisto di persone e gruppi sociali.</p> <p>Valutare le scelte comunicative dei progetti pubblicitari in rapporto agli obiettivi.</p> <p>Scegliere prodotti di comunicazione in base a criteri di coerenza, efficacia comunicativa, interattività e fattibilità tecnica.</p> <p>Analizzare campagne di comunicazione e pubblicitarie nazionali e internazionali.</p>
STRUMENTI	METODOLOGIE	VERIFICHE
<p>Libro di testo.</p> <p>Lavagna (interattiva multimediale)</p> <p>Presentazione digitali delle lezioni (slide).</p>	<p>Lezione frontale.</p> <p>Lezione dialogata.</p>	<p>Verifiche orali.</p> <p>Verifiche scritte strutturate (quiz, domande aperte).</p>

	Lezione interattiva.	Lavoro domestico.
--	----------------------	-------------------

## MODULO 4: La comunicazione pubblicitaria

COMPETENZE	CONOSCENZE	ABILITÀ
<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 strumenti di comunicazione visiva e multimediale, 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>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>Acquisire una competenza strategico-creativa nell'elaborazione della comunicazione pubblicitaria.</p>
STRUMENTI	METODOLOGIE	VERIFICHE
Libro di testo.	Lezione frontale.	Verifiche orali.

<p>Lavagna (interattiva multimediale)</p> <p>Presentazione digitali delle lezioni (slide).</p>	<p>Lezione dialogata.</p> <p>Lezione interattiva.</p>	<p>Verifiche scritte strutturate (quiz, domande aperte).</p> <p>Lavoro domestico.</p>
--	---	---

