CURRICOLO DI TEORIA DELLA COMUNICAZIONE

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| DIPARTIMENTO: GRAFICA E  COMUNICAZIONE | | MATERIA: TEORIA DELLA COMUNICAZIONE | |  |
| CLASSE: TERZA | | INDIRIZZO: GRAFICA E COMUNICAZIONE | |
| MODULO 1 Il processo di comunicazione | | | | |
| COMPETENZE | CONOSCENZE | | ABILITÀ | |
| Utilizzare il patrimonio lessicale ed espressivo della lingua italiana secondo le esigenze comunicative nei vari contesti: sociali, culturali, scientifici, economici, tecnologici. 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 comunicazione interpersonale e sociale.  Le caratteristiche, gli scopi e le funzioni della comunicazione umana.  Gli elementi del processo comunicativo.  Le funzioni linguistiche.  Il modello classico di comunicazione e i suoi limiti. Il modello interattivo di comunicazione.  Il modello semiotico.  I meccanismi che regolano il processo di  comunicazione.  La dinamica del processo di comunicazione interpersonale. | | Acquisire consapevolezza e padronanza dei meccanismi che regolano il processo di comunicazione.  Interpretare il ruolo dei vari attori nella relazione interpersonale, da diversi punti di vista. Riconoscere sistemi e modelli della comunicazione interpersonale e di massa. Acquisire consapevolezza della complessità comunicativa dei codici.  Valutare l’efficacia dal punto di vista semiotico di una comunicazione.  Scegliere prodotti di comunicazione in base a criteri di efficacia comunicativa in riferimento agli aspetti semiotici del linguaggio.  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 | |
|  | Lezione frontale. | | Verifiche orali. | |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Libro di testo.  Lavagna (interattiva multimediale)  Presentazione digitali delle lezioni (slide). | Lezione dialogata.  Lezione interattiva. | Verifiche scritte strutturate (quiz, domande aperte).  Lavoro domestico.  Lavoro di gruppo. |
| OBIETTIVI MINIMI   * Possedere il lessico specifico della disciplina * Individuare e utilizzare gli strumenti di comunicazione e di team working più appropriati per intervenire nei contesti organizzativi e professionali di riferimento. * Conoscere i meccanismi che regolano il processo di comunicazione. * Riconoscere tecniche e strategie di comunicazione al fine di ottimizzare l’interazione comunicativa. | | |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| MODULO 2: Pragmatica e linguaggio corporeo | | |
| 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. | Emozioni e sentimenti.  Il linguaggio paraverbale.  Il linguaggio non verbale corporeo.  La mimica.  La gestualità.  La prossemica.  Immagine di sé, autostima e autoefficacia. L’immagine che si offre agli altri.  L’identità online e tutela della privacy. | Acquisire consapevolezza e padronanza dei meccanismi che regolano il processo di comunicazione.  Riconoscere il rapporto tra comportamento e comunicazione.  Riconoscere i fattori interni ed esterni che influenzano le comunicazioni. Interpretare il ruolo dei vari attori nella relazione interpersonale, da diversi punti di vista.  Agire processi di metacomunicazione per gestire la dimensione emozionale in una comunicazione.  Saper attribuire intenzionalità, leggere e interpretare i segnali non verbali di una comunicazione.  Acquisire consapevolezza dell’importanza dell’immagine, anche sul Web.  Valutare e/o realizzare prodotti di comunicazione in base a criteri di efficacia comunicativa in riferimento agli aspetti non verbali del linguaggio.  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 multimediale)  Presentazione digitali delle lezioni (slide). | Lezione frontale.  Lezione dialogata.  Lezione interattiva. | Verifiche orali.  Verifiche scritte strutturate (quiz, domande aperte).  Lavoro domestico.  Lavoro di gruppo. |
| OBIETTIVI MINIMI   * Possedere il lessico specifico della disciplina * Riconoscere i fattori interni ed esterni che influenzano le comunicazioni. * Saper leggere i segnali non verbali di una comunicazione. * Realizzare prodotti di comunicazione in base a criteri di efficacia comunicativa in riferimento agli aspetti non verbali del linguaggio. * Acquisire consapevolezza dell’importanza dell’immagine anche sul web. * Riconoscere tecniche e strategie di comunicazione al fine di ottimizzare l’interazione comunicativa. | | |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| MODULO 3: Percezione e comunicazione | | |
| 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.Utilizzare e produrre strumenti di comunicazione visiva e  multimediale, anche in  riferimento alle strategie  espressive e agli strumenti tecnici del web.  Utilizzare il patrimonio lessicale ed espressivo della lingua italiana secondo le esigenze comunicative nei vari contesti: sociali, culturali, scientifici, economici, tecnologici. | La percezione soggettiva della realtà.  La PNL.  La mappa del mondo.  I sistemi sensoriali e i filtri percettivi.  Le credenze e i valori.  Percezione della realtà e dinamica comunicativa. La percezione visiva.  I meccanismi percettivi.  Le leggi della percezione visiva.  Percezione ed efficacia comunicativa.  La comunicazione visiva efficace. | Acquisire consapevolezza e padronanza dei meccanismi percettivi e delle leggi della percezione umana in rapporto alla dinamica comunicativa.  Riconoscere i fattori interni ed esterni che influenzano le comunicazioni.  Agire comunicazioni in sintonia con il sistema di rappresentazione della realtà dell’interlocutore.  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.  Scegliere e realizzare prodotti di comunicazione, anche sul web, in base a criteri di efficacia comunicativa in rapporto agli aspetti visivi e alle leggi percettive. |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| STRUMENTI | METODOLOGIE | VERIFICHE |
| Libro di testo.  Lavagna (interattiva multimediale)  Presentazione digitali delle lezioni (slide). | Lezione frontale.  Lezione dialogata.  Lezione interattiva. | Verifiche orali.  Verifiche scritte strutturate (quiz, domande aperte).  Lavoro domestico.  Lavoro di gruppo. |
| OBIETTIVI MINIMI   * Possedere il lessico specifico della disciplina * Individuare e utilizzare gli strumenti di comunicazione e di team working più appropriati per intervenire nei contesti organizzativi e professionali di riferimento. * Utilizzare e produrre strumenti di comunicazione visiva e multimediale, anche in riferimento alle strategie espressive e agli strumenti tecnici del web. * Conoscere i meccanismi percettivi e le leggi della percezione umana in rapporto alla dinamica comunicativa. | | |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| MODULO 4: Retorica e comunicazione persuasiva | | |
| COMPETENZE | CONOSCENZE | ABILITÀ |
| Utilizzare il patrimonio lessicale ed espressivo della lingua italiana secondo le esigenze comunicative nei vari contesti: sociali, culturali, scientifici, economici, tecnologici.  Individuare e utilizzare gli  strumenti di comunicazione e di team working 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. | La retorica.  Il linguaggio verbale persuasivo.  Il potere suggestivo delle parole.  Le regole della comunicazione verbale  persuasiva.  La polisemia.  Le figure retoriche di significato e di suono nel linguaggio verbale e visivo.  Pubblicità e retorica. | 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.  Produrre comunicazioni interpersonali e sociali efficaci in termini di persuasione.  Acquisire la consapevolezza e la padronanza di un uso retorico del linguaggio in tutte le sue forme.  Valutare e realizzare prodotti di comunicazione in base a criteri di efficacia comunicativa in rapporto agli aspetti retorici e persuasivi del linguaggio. |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| STRUMENTI | METODOLOGIE | VERIFICHE |
| Libro di testo.  Lavagna (interattiva multimediale)  Presentazione digitali delle lezioni (slide). | Lezione frontale.  Lezione dialogata.  Lezione interattiva. | Verifiche orali.  Verifiche scritte strutturate (quiz, domande aperte).  Lavoro domestico.  Lavoro di gruppo. |
| OBIETTIVI MINIMI   * Possedere il lessico specifico della disciplina * Individuare e utilizzare gli strumenti di comunicazione e di team working più appropriati per intervenire nei contesti organizzativi e professionali di riferimento. * Utilizzare e produrre strumenti di comunicazione visiva e multimediale, anche in riferimento alle strategie espressive e agli strumenti tecnici del web. * Realizzare prodotti di comunicazione in base a criteri di efficacia comunicativa in rapporto agli aspetti retorici e persuasivi del linguaggio. | | |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| MODULO 5: Le competenze relazionali | | |
| 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.  Utilizzare il patrimonio lessicale ed espressivo della lingua italiana secondo le esigenze comunicative nei vari contesti: sociali, culturali, scientifici, economici, tecnologici. | Le Life Skills.  L’intelligenza emotiva.  L’empatia.  L’assertività.  Gli stili comunicativi.  L’ascolto attivo.  La risposta efficace.  Le barriere comunicative e la comunicazione riuscita.  L’interazione diretta con i clienti. | Riconoscere i fattori interni ed esterni che influenzano le comunicazioni. Interpretare il ruolo dei vari attori nella relazione interpersonale, da diversi punti di vista. Saper gestire le critiche e la pressione sociale.  Acquisire consapevolezza dei limiti e potenzialità dei diversi stili comunicativi.  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.  Produrre comunicazioni interpersonali efficienti, efficaci e significative. |
| STRUMENTI | METODOLOGIE | VERIFICHE |
| Libro di testo.  Lavagna (interattiva multiimediale)  Presentazione digitali delle lezioni (slide). | Lezione frontale.  Lezione dialogata.  Lezione interattiva. | Verifiche orali.  Verifiche scritte strutturate (quiz, domande aperte).  Lavoro domestico.  Lavoro di gruppo. |
| OBIETTIVI MINIMI   * Possedere il lessico specifico della disciplina * Individuare e utilizzare gli strumenti di comunicazione e di team working più appropriati per intervenire nei contesti organizzativi e professionali di riferimento. * 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. * Riconoscere i fattori interni ed esterni che influenzano le comunicazioni. | | |