

# CONSUNTIVO DELLE ATTIVITA' DISCIPLINARI

## A.S. 2023/2024

### **1.1 MATERIA Tecniche della comunicazione**

CLASSE 5 AC

**1.2 DOCENTE** Prof. Silvia Bucciantini

### **1.3 LIBRI DI TESTO ADOTTATI**

G.Colli, Punto com, B Tecniche di comunicazione dei servizi commerciali, (terza edizione) ,Zanichelli

### **1.4 ORE DI LEZIONE EFFETTUATE NELL'ANNO SCOLASTICO (n. 33 settimane).**

N° ore 59

su n° ore 67 previste dal Piano di Studio

### **1.5 OBIETTIVI RAGGIUNTI**

#### **1.6**

In termine di conoscenza

La classe ha raggiunto livelli diversificati, nel complesso sufficienti, di conoscenze di base della programmazione iniziale, in relazione alle principali tecniche della comunicazione ed ai contributi teorici ad esse connesse.: le competenze relazionali, la comunicazione efficace, l'intelligenza emotiva, l'atteggiamento empatico, gli stili comunicativi da applicare nel team di lavoro e nel contesto aziendale. La classe ha inoltre appreso le principali nozioni legate alla gestione dei conflitti nel contesto lavorativo , il contributo della comunicazione interna ed esterna e l'importanza della comunicazione aziendale applicata al marketing, in ambito aziendale.

In termine di competenze

Gli alunni sono, nel complesso, in grado di analizzare gli elementi principali della comunicazione in tutte le sue forme ed applicazioni soprattutto in ambito pubblicitario e relazionale. Il livello di competenze acquisite è complessivamente sufficiente.

In termine di capacità

La classe ha evidenziato sufficienti livelli di capacità di : individuare linguaggi funzionali ai contesti comunicativi, riconoscere ed interpretare tecniche strategie della comunicazione sia verbale che non verbale. Buona la capacità globale di applicare queste tecniche al contesto aziendale individuando bisogni, gusti e prassi delle persone nei diversi contesti e culture, utilizzando le strategie comunicative per promuovere l'immagine aziendale.

### **1.6 CONTENUTI (Programma analitico)**

1° quadrimestre

- Gli stili di comportamento: passivo, aggressivo, manipolatorio e assertivo. Le dinamiche tra colleghi e la risoluzione di conflitti. Le tappe evolutive di un team, il

team work.

- Intelligenza collettiva e leadership
- La comunicazione pubblicitaria: agenzia pubblicitaria, realizzazione del prodotto pubblicitario attraverso la stesura della copy strategy.

## **1.6 CONTENUTI (Programma analitico)**

### 2° quadrimestre

-La comunicazione sociale, messaggi di comunicazione sociale per la promozione di tematiche socialmente utili per abbattere stereotipi, e pregiudizi.

- La comunicazione interna ed esterna all'azienda, i vettori della comunicazione aziendale, l'immagine aziendale il brand, le public relations.
- Il linguaggio del marketing: evoluzione e concetto di marketing, il marketing sociale e relazionale, la customer satisfaction, la fidelizzazione della clientela, i bisogni del cliente
- il marketing strategico

## **1.7 METODI DI INSEGNAMENTO (lezione frontale, lezione interattiva, lezione itinerante, lavoro di gruppo, insegnamento individuale, ecc.)**

Lezioni interattive e partecipate, lavori e discussioni di gruppo, peer tutoring

## **1.8 MEZZI E STRUMENTI DI LAVORO (sussidi didattici utilizzati):**

Libro di testo, LIM, piattaforma google classroom

## **1.9 SPAZI (Biblioteca, Palestra, Laboratori, Aule Speciali, Musei)**

Aula

## **1.10 TEMPI IMPIEGATI PER LA REALIZZAZIONE DEL PROGRAMMA SVOLTO (diviso in macrotematiche)**

## **1.11 STRUMENTI DI VERIFICA (Interrogazione, prova scritta tradizionale, prova scritto-grafica, test, questionario, ecc....)**

Verifiche scritte strutturate e non, colloqui orali, esposizione di lavori di gruppo.

## **3 ALLEGATI: Scheda analitica per macrotematiche**

Pistoia, 06/5/2024

FIRMA  
Silvia Bucciantini

