



ISTITUTO D'ISTRUZIONE SUPERIORE

MIIS024004@pec.istruzione.it

MIIS024004@pec.istruzione.it

Codice Fiscale.: 94004480151 – Codice univoco: UF1007 Codice Meccanografico MIIS024004

SEDE – Uffici di Segreteria

I.P.I.A. VIMERCATE Via B. Cremagnani, 18 - 20871 Vimercate (MI)

tel 039.608.06.47 039.685.27.94 fax 039.608.05.09

SEDI ASSOCIATE

I.P.C.T. "A. OLIVETTI" Via Adda, 6 - 20871 Vimercate (MI) tel. 039.685.41.09 fax 039.691.82.85

LICEO SCIENZE UMANE Via Adda, 6 20871 Vimercate (MI) tel. 039.685.41.09 fax 039.691.82.85



CURRICOLO VERTICALE

DIPARTIMENTO DI SCIENZE

UMANE

TECNICHE DELLA

COMUNICAZIONE

METODOLOGIE DIDATTICHE:

L'insegnamento delle Tecniche di comunicazione, secondo le indicazioni ministeriali, deve mirare, più che all'acquisizione di nozioni sull'argomento, a creare una comprensione delle dinamiche connesse con il problema della comunicazione, sia interpersonale sia in gruppo. Per questo il metodo d'insegnamento più opportuno è impostato, nei limiti del possibile e tenuto conto del livello di coinvolgimento al quale la classe si rende disponibile, sul continuo lavoro insieme. Anche le lezioni frontali avranno come contenuto fondamentale il modo di impostare le lezioni stesse, per far valutare agli studenti, in una continua interazione, la correttezza dei comportamenti che tutti gli interlocutori terranno. Le due ore settimanali, quindi, mescoleranno lezione ed esercitazione in un tutt'uno difficilmente scindibile

Nello svolgimento del programma possono essere usati i seguenti metodi didattici:

- Spiegazioni frontali sui vari argomenti
- Coordinamento dei lavori di gruppo (cooperative learning)
- Lettura di documenti
- Ricerche guidate e approfondimenti personali
- Discussioni e dibattiti
- Visione di programmi registrati
- Relazioni autonome
- Didattica laboratoriale.
- Lezione dialogata.
- Classe capovolta.
- Apprendimento per scoperta.
- Apprendimento per progetti.
- Peer to peer.
- Problem solving.

STRUMENTI:

Sarebbe utile fare riprese video di alcune esercitazioni, in primo luogo perché così si può valutare ogni mossa degli attori delle esercitazioni, in secondo luogo perché la riproduzione in immagini crea un maggior coinvolgimento degli studenti. La cosa migliore sarebbe disporre di una telecamera, altrimenti si può anche lavorare con gli smartphone di cui molti studenti dispongono. Le lezioni sui mass media dovranno prevedere il loro utilizzo. I giornali potranno essere acquistati direttamente dagli studenti. Esempi di trasmissioni radiofoniche e televisive dovranno essere preventivamente registrati, eventualmente a cura degli stessi studenti, su indicazione dell'insegnante, e quindi sarà necessario disporre delle apparecchiature di riproduzione audio e video. Anche per trattare di Internet è opportuno disporre di computer collegati in rete o, quanto meno, della possibilità di riprodurre siti web preventivamente salvati.

- Quotidiani, film, cortometraggi, visione di spot pubblicitari, podcast, webradio
- Lavagna
- Piattaforma di e-learning
- Appunti elaborati dal docente
- Libro di testo
- Simulazioni di esperienze

CRITERI DI VALUTAZIONE:

Il limitato tempo a disposizione non consente di sviluppare adeguatamente interrogazioni di tipo tradizionale, che d'altronde mal si adattano alla materia. La valutazione nasce dalla continua osservazione degli studenti: alcune esercitazioni possono dar luogo all'assegnazione di un voto. Un altro strumento di valutazione è costituito da prove scritte individuali. Le valutazioni verranno ogni volta spiegate agli studenti, al fine di consentire loro di comprendere, quali sono gli argomenti fondamentali sui quali devono puntare la loro attenzione.

Le verifiche, sia scritte, sia orali, potranno essere articolate in modo diversificato: si privilegerà, per quanto riguarda le verifiche scritte, le domande aperte in cui lo studente potrà dimostrare non solo la conoscenza puntuale degli argomenti, ma anche e soprattutto potrà dimostrare capacità di argomentazione, di approfondimento e di assumere posizioni critiche anche diverse.

- Prove scritte
- Relazioni su letture di articoli e film
- Interrogazioni orali
- Discussioni e dibattiti partecipati
- Esposizione orale di lavori di gruppo

GRIGLIA DI VALUTAZIONE

Con riferimento ai criteri di valutazione e di misurazione indicati nel PTOF:

Voto	Indicatori
1-2-3	Non conosce le informazioni, le regole e la terminologia di base. Non è in grado di applicarle né di comunicarle (NON HA CONSEGUITO GLI OBIETTIVI)
4	Conosce in maniera frammentaria e superficiale informazioni, regole e terminologia di base; commette gravi errori nell'applicazione e nella comunicazione (NON HA CONSEGUITO GLI OBIETTIVI FONDAMENTALI)
5	Conosce parzialmente le informazioni, le regole, il lessico di base che applica con difficoltà anche in situazioni note; evidenzia carenze nella comunicazione (HA CONSEGUITO SOLO IN PARTE GLI OBIETTIVI)
6	Conosce e comprende le informazioni, le regole e la terminologia di base, pur non riuscendo ad applicarle in maniera autonoma in situazioni note. Evidenzia semplicità e linearità nella comunicazione (HA CONSEGUITO GLI OBIETTIVI FONDAMENTALI)
7	Conosce e comprende le informazioni, le regole e la terminologia di base della disciplina; le applica e comunica con sostanziale correttezza, in situazioni note senza commettere gravi errori (HA DISCRETAMENTE CONSEGUITO GLI OBIETTIVI)
8	Conosce e comprende le informazioni, le regole e la terminologia della disciplina; le applica anche in situazioni non note, opportunamente guidato, senza commettere errori gravi; comunica in modo appropriato (HA CONSEGUITO GLI OBIETTIVI)

9	Conosce e comprende le informazioni, le regole e la terminologia di base; le applica correttamente anche a situazioni non note; sa autonomamente collegare argomenti diversi; sa comunicare in modo preciso ed esauriente utilizzando in modo appropriato il linguaggio specifico (HA PIENAMENTE RAGGIUNTO GLI OBIETTIVI)
10	Conosce e comprende le informazioni, le regole e la terminologia di base; le applica correttamente anche a situazioni non note; sa autonomamente collegare argomenti diversi; sa comunicare in modo preciso ed esauriente utilizzando in modo appropriato il linguaggio specifico; approfondisce autonomamente ed in modo originale e brillante i diversi argomenti, sa valorizzare il proprio lavoro. (HA PIENAMENTE RAGGIUNTO GLI OBIETTIVI; ECCELLENZA)

PREMESSA

Vengono di seguito riportate le definizioni di CONOSCENZE, ABILITA', COMPETENZE, per la compilazione delle tabelle suddivise per annualità.

CONOSCENZE: indicano il risultato dell'assimilazione di informazioni attraverso l'apprendimento. Le conoscenze sono l'insieme di fatti, principi, teorie e pratiche, relative ad un settore di studio o di lavoro. Nel Quadro europeo delle Qualifiche e dei Titoli (European Qualifications Framework - EQF), le conoscenze sono descritte come teoriche e/o pratiche;

ABILITA': indicano le capacità di applicare conoscenze e di usare know-how per portare a termine compiti e risolvere problemi. Nel Quadro europeo delle Qualifiche e dei Titoli, le abilità sono descritte come cognitive (uso del pensiero logico, intuitivo e creativo) e pratiche (che implicano l'abilità manuale e l'uso di metodi, materiali, strumenti);

COMPETENZE: indicano la comprovata capacità di usare conoscenze, abilità e capacità personali, sociali e/o metodologiche, in situazioni di lavoro o di studio e nello sviluppo professionale e/o personale., Nel Quadro europeo delle Qualifiche e dei Titoli le "competenze" sono descritte in termini di responsabilità e autonomia.

TECNICHE DELLA COMUNICAZIONE – ISTITUTO PROFESSIONALE INDIRIZZO COMMERCIALE E GRAFICO

Nella classe terza si insegnano i principi fondamentali della comunicazione, le sue dinamiche e le sue diverse modalità (verbale, non verbale, interpersonale e di gruppo) al fine non di far imparare nozioni teoriche ma di abituare gli studenti a mettere in pratica quanto viene proposto. Gli obiettivi che si perseguono durante la classe quarta sono dupli: accanto a un affinamento delle conoscenze relative alle diverse dinamiche della relazione interpersonale (argomento nel quale gli studenti sono particolarmente coinvolgibili) è prevista una panoramica sulla comunicazione sviluppata attraverso i mass media. Quest'ultima potrebbe costituire argomento del primo quadrimestre, mentre gli approfondimenti previsti sulla comunicazione fra persone sembrano opportunamente collocabili nel secondo quadrimestre. Gli obiettivi di apprendimento della classe

quinta si spostano verso una direzione più decisamente professionale. Tutto quanto appreso riguardo alle dinamiche comunicazionali e di relazione in riferimento soprattutto a rapporti personali vengono in questo anno utilizzate per comprendere e gestire quel che avviene nella vita aziendale. Necessariamente sarà più difficile il semplice ricorso alle esperienze personali dei giovani (che non conoscono i luoghi di lavoro) e potrebbe invece costituire uno strumento efficace di insegnamento la ricostruzione di ambienti, rapporti, situazioni, anche eventualmente organizzando visite a imprese.

CONOSCENZE	ABILITA'	COMPETENZE	OBIETTIVI MINIMI
TERZA: I diversi approcci della comunicazione umana Le modalità della comunicazione verbale La comunicazione non verbale La dinamica della comunicazione interpersonale Il gruppo e la comunicazione di gruppo Comunicare se stessi agli altri	Mettere in connessione l'intelligenza emotiva e la comunicazione efficace Praticare l'empatia Riconoscere i diversi stili comunicativi propri e altrui Saper praticare le tecniche apprese di ascolto attivo Acquisire l'abilità di servirsi di internet per le ricerche di mercato e per l'estensione dell'offerta dell'azienda	Conoscere come lavora un'agenzia pubblicitaria e sapersi relazionare alle diverse figure professionali presenti. Pianificare una strategia di comunicazione sui principali network audiovisivi e a stampa in funzione degli obiettivi della committenza e del target. Acquisire una competenza strategico-gestionale e creativa da poter lavorare in gruppo all'elaborazione di una campagna pubblicitaria. Conoscere e padroneggiare i principali strumenti di comunicazione interna ed esterna di un'azienda.	Le conoscenze relative agli obiettivi minimi sono quelle riportate nel curriculum, ma in contesti basilari ed accettabili a livello di approfondimento/difficoltà. Per quanto riguarda le abilità, l'alunno deve: • Saper valutare sé stesso e gli altri nello stile comunicativo. • Saper esporre i contenuti con un linguaggio adeguato alla disciplina. • Se guidato saper fare semplici collegamenti. Per quanto riguarda le competenze deve: • Acquisire consapevolezza sulle diverse modalità di comunicazione dell'azienda per muoversi con efficacia sia nei flussi di comunicazione interni che in quelli esterni. • Acquisire consapevolezza sulle diverse
QUARTA I mass media La radio La televisione I giornali Internet Gli elementi specifici che determinano la relazione	Saper mettere a fuoco quali sono in una azienda i punti di forza, i punti di debolezza, le opportunità e i rischi delle strategie scelte Saper individuare obiettivi, strategie e strumenti dell'azienda Saper individuare il settore di mercato in cui l'azienda si	Utilizzare i mezzi di comunicazione in funzione degli obiettivi della committenza e del target. Acquisire una competenza strategico-creativa nel produrre messaggi visivi ed audiovisivi pubblicitari Saper utilizzare in modo efficace gli aspetti verbali, paraverbali, e non verbali della comunicazione in	Le conoscenze relative agli obiettivi minimi sono quelle riportate nel curriculum, ma in contesti basilari ed accettabili a livello di approfondimento/difficoltà. Per quanto riguarda le abilità, l'alunno deve: • Saper valutare sé stesso e gli altri nello stile comunicativo. • Saper esporre i contenuti con un linguaggio adeguato alla disciplina. • Se guidato saper fare semplici collegamenti. Per quanto riguarda le competenze deve: • Acquisire consapevolezza sulle diverse modalità di comunicazione dell'azienda per muoversi con efficacia sia nei flussi di comunicazione interni che in quelli esterni. • Acquisire consapevolezza sulle diverse

La relazione con l'interlocutore La comunicazione ai gruppi	posiziona Acquisire l'abilità di servirsi di internet per le ricerche di mercato e per l'estensione dell'offerta dell'azienda Saper mettere a fuoco quali sono in una azienda i punti di forza, i punti di debolezza, le opportunità e i rischi delle strategie scelte Saper individuare obiettivi, strategie e strumenti dell'azienda Saper individuare il settore di mercato in cui l'azienda si posiziona. Acquisire consapevolezza sulle diverse modalità di comunicazione dell'azienda per muoversi con efficacia sia nei flussi di comunicazione interni che in quelli esterni Acquisire l'abilità di servirsi di internet per le ricerche di mercato e per l'estensione dell'offerta dell'azienda Saper mettere a fuoco quali sono in una azienda i punti di forza, i punti di	ambito professionale . Acquisire la consapevolezza della diversificazione delle esigenze e degli stili comunicativi dei clienti per relazionarsi in modo appropriato Acquisire i comportamenti fondamentali per sapersi "presentare" in modo professionale Prendere coscienza dell'azienda come sistema di comunicazione sociale Individuare e utilizzare gli strumenti di comunicazione più appropriati per intervenire nei contesti professionali di riferimento Saper analizzare e monitorare le esigenze di mercato Acquisire la consapevolezza del rapporto esistente tra interiorità e dinamiche relazionali Acquisire consapevolezza degli stili comunicativi interpersonali Acquisire le competenze che rendono efficace una comunicazione interpersonale	modalità di comunicazione dell'azienda per muoversi con efficacia sia nei flussi di comunicazione interni che in quelli esterni. • Acquisire la consapevolezza dei concetti di empatia, assertività e comunicazione ecologica. • Comprendere i principali fattori che determinano la "comunicazione informazione" di un sistema aziendale
---	---	--	--

	debolezza, le opportunità e i rischi delle strategie scelte Saper individuare obiettivi, strategie e strumenti dell'azienda Saper individuare il settore di mercato in cui l'azienda si posiziona		

CONOSCENZE	ABILITA'	COMPETENZE	OBIETTIVI MINIMI
QUINTA Il fattore umano in azienda Il marketing e la comunicazione aziendale L'immagine aziendale I flussi di comunicazione aziendale	Individua il significato di fattore umano concetto di motivazione applicati alla vita dell'azienda. Riconoscere ed interpretare le strutture e i codici dei processi comunicativi Utilizzare le tecniche di marketing nella comunicazione dei servizi/prodotti Individuare le strategie di comunicazione dell'immagine aziendale Riconoscere ed interpretare tecniche e strategie della comunicazione verbale e non	Orientarsi all'interno delle diverse forme di comunicazione aziendale Interagire nel sistema azienda e riconoscere i diversi modelli di strutture organizzative aziendali Utilizzare le tecniche di promozione, vendita, commercializzazione, assistenza, informazione e intermediazione Progettare e definire campagne pubblicitarie Utilizzare e produrre strumenti di comunicazione visiva e multimediale, anche con riferimento alle strategie	Le conoscenze relative agli obiettivi minimi sono quelle riportate nel curriculum, ma in contesti basilari ed accettabili a livello di approfondimento/difficoltà. • Saper valutare sé stesso e gli altri nello stile comunicativo. • Saper esporre i contenuti con un linguaggio adeguato alla disciplina. • Se guidato saper fare semplici collegamenti.

	verbale al fine di ottimizzare l'interazione comunicativa	espressive e agli strumenti tecnici della comunicazione in rete	
Il cliente e la proposta di vendita	Utilizzare il linguaggio visivo in funzione del target di clienti e della tipologia del messaggio	Interagire nell'area della gestione commerciale per le attività relative al mercato e finalizzate al raggiungimento della customer satisfaction	
La comunicazione pubblicitaria	Individuare attrezzature idonee alla realizzazione di un prodotto pubblicitario	Partecipare ad attività dell'area marketing ed alla realizzazione di prodotti pubblicitari partecipare ad attività dell'area marketing ed alla realizzazione di prodotti pubblicitari.	
Che cosa è utile sapere per trovare lavoro	Pianificare la ricerca del lavoro "giusto" con determinazione, consapevolezza di sé e attraverso conoscenze specifiche del mondo del lavoro	Argomentare correttamente, coinvolgendo il selezionatore, le proprie esperienze formative e lavorative, anche se non sempre totalmente in linea con la posizione richiesta. Gestire tutte le procedure di selezione	

Vimercate, li 9/10/2023

DOCENTI

Prof.ssa Chiara Todaro
Prof.ssa Angela Faraci