

	<p style="text-align: center;"><b>ISTITUTO PROFESSIONALE DI STATO PER I SERVIZI COMMERCIALI TURISTICI E SOCIALI</b>  <b>“Luigi Einaudi”</b></p> <p style="text-align: center;">Via Spezzaferri, 7 – 26900 LODI    Tel. 0371/36488 Fax 0371/430935  e-mail: segreteria@ipseinaudilodi.edu.it – Sito internet: www.ipseinaudilodi.edu.it</p>	
---	--	---

**CORSO DI STUDI: SERVIZI COMMERCIALI**  
**CLASSE: V**

**NUCLEI FONDANTI DELLA DISCIPLINA**  
Tecniche di Comunicazione

**MODULO N. 1 – COMPETENZE RELAZIONALI E TECNICHE DI COMUNICAZIONE**

Competenze	Abilità	Conoscenze
<p>Gli alunni sono consapevoli delle competenze relazionali e comunicative efficaci in un contesto interpersonale e lavorativo</p> <p>Gli alunni acquisiscono le tecniche per migliorare il proprio stile comunicativo e relazionale</p>	<p>Padroneggiare i fattori interni ed esterni che influenzano la comunicazione</p> <p>Sviluppare tecniche per migliorare l'assertività</p> <p>Conoscere e superare i propri pensieri irrazionali che risultano disfunzionali nella comunicazione</p> <p>Imparare tecniche di comunicazione empatica</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Life skills</li> <li>- Intelligenza emotiva</li> <li>- Empatia</li> <li>- Assertività</li> <li>- Stili comunicativi</li> <li>- Valori e credenze</li> <li>- Pensieri disfunzionali</li> </ul>

**MODULO N. 2 - DINAMICHE SOCIALI E TECNICHE DI COMUNICAZIONE DI GRUPPO**

Competenze	Abilità	Conoscenze
<p>Gli alunni sono in grado di integrare le competenze professionali con quelle comunicative per ottimizzare il servizio con la clientela e il lavoro in team</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Individuare e riconoscere le caratteristiche delle relazioni in un team</li> <li>- Individuare e usare le teorie motivazionali come strategia nel sistema aziendale</li> <li>- Prendere consapevolezza delle difficoltà e rischi causati da dinamiche relazionali disfunzionali</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- L'efficacia di un team</li> <li>- Il lavoro di squadra</li> <li>- Abilità sociali</li> <li>- Fattore umano</li> <li>- Teorie motivazionali</li> <li>- Gestione delle risorse umane</li> <li>- Mobbing</li> <li>- Burnout</li> </ul>

	<p style="text-align: center;"><b>ISTITUTO PROFESSIONALE DI STATO PER I SERVIZI COMMERCIALI TURISTICI E SOCIALI "Luigi Einaudi"</b></p> <p style="text-align: center;">Via Spezzaferri, 7 – 26900 LODI    Tel. 0371/36488 Fax 0371/430935 e-mail: segreteria@ipseinaudilodi.edu.it    Sito internet: www.ipseinaudilodi.edu.it</p>	
---	--	---

### MODULO N. 3 - LE COMUNICAZIONI AZIENDALI

Competenze	Abilità	Conoscenze
<p>Gli alunni sono in grado di utilizzare gli strumenti comunicativi più efficaci per intervenire nei contesti professionali</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Identificare principali fattori che determinano la comunicazione aziendale</li> <li>- Riconoscere e distinguere gli strumenti comunicativi aziendali</li> <li>- Individuare e analizzare le esigenze del mercato</li> <li>-</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Le riunioni di lavoro</li> <li>- Newsletter</li> <li>- Public relations</li> <li>- Brand</li> <li>- Conferenze e comunicati</li> <li>- Direct mail</li> <li>- Marketing strategico</li> <li>- Mission</li> <li>- Positioning</li> <li>- Marketing mix</li> <li>- Tecniche di vendita</li> <li>- packaging</li> </ul>

### MODULO N. 4 - REALIZZAZIONE DI PRODOTTI PUBBLICITARI

Competenze	Abilità	Conoscenze
<p>Gli alunni sono in grado di partecipare ad attività dell'area marketing, in particolare la costruzione dell'immagine aziendale, e alla realizzazione di prodotti pubblicitari a mezzo stampa</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- individuare e riconoscere caratteristiche e fasi di una campagna pubblicitaria</li> <li>- individuare e progettare le parti dell'annuncio pubblicitario a mezzo stampa</li> <li>- scegliere i media più adatti alla campagna pubblicitaria</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- il codice di autodisciplina pubblicitario</li> <li>- l'agenzia pubblicitaria</li> <li>- le fasi della campagna pubblicitaria</li> <li>- Lo stereotipo nella pubblicità</li> <li>- Le conseguenze psicosociali alle immagini pubblicitarie</li> <li>- le tipologie dei messaggi pubblicitari</li> <li>- l'annuncio stampa</li> <li>- lo spot</li> <li>- l'annuncio radiofonico</li> <li>- il sito web</li> <li>- le affissioni</li> <li>- il depliant</li> </ul>

	<p style="text-align: center;"><b>ISTITUTO PROFESSIONALE DI STATO PER I SERVIZI COMMERCIALI TURISTICI E SOCIALI</b></p> <p style="text-align: center;"><b>“Luigi Einaudi”</b></p> <p style="text-align: center;">Via Spezzaferri, 7 – 26900 LODI    Tel. 0371/36488 Fax 0371/430935 e-mail: segreteria@ipseinaudilodi.edu.it -    Sito internet: www.ipseinaudilodi.edu.it</p>	
---	--	---

Materiale di approfondimento:

- Film: almeno due a scelta tra: The Founder- Thank you for smoking -The Joneses  
What Women Want - Come ti vendo un film – The greater movie ever sold

- Documentari sullo stereotipo nelle pubblicità :

[http://d.repubblica.it/attualita/2015/01/28/news/sessismo\\_pubblicit\\_psicologia\\_donna\\_uomo\\_societ-2456577/](http://d.repubblica.it/attualita/2015/01/28/news/sessismo_pubblicit_psicologia_donna_uomo_societ-2456577/)

<https://www.youtube.com/watch?v=nPpIn0b6-x4> “Il corpo delle donne” : documentario di Lorella Zanardo e Marco Malfi Chindemi, realizzato con una serie di immagini tratte dai programmi TV italiane (24’)

File pdf "Come la pubblicità racconta gli italiani" che contiene riferimenti (statistici e non) Questo il link: <http://www.datamediahub.it/wp-content/uploads/2014/11/Come-la-pubblicit%C3%A0-racconta-gli-italiani.pdf>

N.B. I candidati:

- potranno integrare il programma, ma non potranno in alcun modo presentare un programma che non contempli tutti gli argomenti indicati;
- potranno utilizzare come testi di riferimento i manuali adottati dalla scuola reperibili nella sezione “LIBRI DI TESTO” del sito della scuola.