

## CURRICOLO DI INDIRIZZO PER COMPETENZE - II° BIENNIO - A.S. 2022-2023 INDIRIZZO SCOLASTICO: ITT GRAFICA E COMUNICAZIONE

### DISCIPLINA: TEORIA DELLA COMUNICAZIONE

#### TRAGUARDI DI COMPETENZA

- Utilizzare il patrimonio lessicale ed espressivo della lingua italiana secondo le esigenze comunicative nei vari contesti: sociali, culturali, scientifici, economici, tecnologici;
- Utilizzare e produrre strumenti di comunicazione visiva e multimediale anche con riferimento alle strategie espressive e agli strumenti tecnici della comunicazione in rete;
- Individuare e utilizzare gli strumenti di comunicazione e di team working più appropriati per intervenire nei contesti organizzativi e professionali di riferimento;
- Analizzare e monitorare le esigenze del mercato dei settori di riferimento.

		<b>NUCLEI TEMATICI</b>	<b>ABILITA'</b>
<b>I I I  A N N O</b>	<b>I</b>  Q u a d r i m e s t r e	<b>Il processo di comunicazione</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ I fondamenti della comunicazione</li> <li>➤ I modelli di spiegazione del processo comunicativo</li> </ul> <b>Pragmatica e linguaggio corporeo</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ La pragmatica della comunicazione</li> <li>➤ Il linguaggio non verbale corporeo</li> <li>➤ Comunicare se stessi agli altri</li> </ul>	Acquisire consapevolezza e padronanza dei meccanismi che regolano il processo di comunicazione Acquisire consapevolezza della complessità comunicativa dei codici Riconoscere il rapporto tra comportamento e comunicazione Riconoscere i fattori interni ed esterni che influenzano le comunicazioni
	<b>I</b>  Q u a d r i m e	<b>Percezione e comunicazione</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ La percezione soggettiva della realtà</li> <li>➤ La comunicazione visiva</li> </ul> <b>Retorica e comunicazione persuasiva</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ la retorica</li> <li>➤ il linguaggio verbale persuasivo</li> <li>➤ il potere suggestivo delle parole</li> <li>➤ le regole della comunicazione verbale persuasiva</li> </ul>	Acquisire consapevolezza e padronanza dei meccanismi percettivi e delle leggi della percezione umana in rapporto alla dinamica comunicativa 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

s  
t  
r  
e

- Le figure retoriche di significato e di suono nel linguaggio verbale e visivo
- Pubblicità e retorica

coordinamento coi colleghi.  
Produce comunicazioni interpersonali e sociali efficaci in termini di persuasione

<b>I V  A N N O</b>	<b>I  Q u a n d r i m e s t r e</b>	<p><b>Le Competenze Relazionali</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Le "life Skills"</li> <li>➤ L'intelligenza emotiva</li> <li>➤ L'empatia</li> <li>➤ L'assertività</li> <li>➤ Gli stili comunicativi</li> <li>➤ La risposta efficace</li> <li>➤ Le barriere comunicative e la comunicazione riuscita</li> </ul> <p><b>Dinamiche sociali e Team Working</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Il Gruppo e le sue caratteristiche</li> <li>➤ Il team working</li> </ul>	<p>Riconoscere I fattori interni ed esterni che influenzano le comunicazioni. Saper gestire le critiche e la pressione sociale. Acquisire consapevolezza di limiti e potenzialità dei diversi stili comunicativi</p> <p>Riconoscere e interpretare le diverse dinamiche di Gruppo Riconoscere i diversi stili di leadership Saper stabilire costruttive relazioni di gruppo</p>
---	---	---	---

II  
Q  
u  
a  
d  
r  
i  
m  
e  
s  
t  
r  
e

**Le comunicazioni di massa**

- Società e comunicazioni di massa
- I linguaggi dei media e tipologie di prodotti pubblicitari

**Le comunicazioni aziendali**

- le comunicazioni interne ed esterne all'azienda
- il linguaggio del marketing
- il marketing strategico

Individuare mezzi di comunicazione di massa

Riconoscere i diversi sottesi ai Media Tradizionali e ai New Media

Comprendere I principali fattori che determinano la “comunicazione-informazione” di un Sistema aziendale

Utilizzare i mezzi di comunicazione in funzione dei obiettivi della committenza e del target.