



Istituto Statale Istruzione Secondaria Superiore "PIETRO GIORDANI"

PIANO DELL'OFFERTA FORMATIVA



PROGRAMMAZIONE DELLA DISCIPLINA: **TECNICHE DI COMUNICAZIONE** **CLASSI 4 INDIRIZZO/DECLINAZIONE SERVIZI COMMERCIALI WEB COMMUNITY**

SOMMARIO DELLA PROGRAMMAZIONE

Unità didattica	periodo di svolgimento	Termine massimo per verifica conclusiva
UDA 1: Società di massa, gruppi e individui U.A.1 Il gruppo e le sue caratteristiche (pag 175-215) U.A.2 La società di massa e le comunicazioni sociali	Settembre - Dicembre 22 ore	Dicembre
UDA 2: La società di massa e i linguaggi della comunicazione sociale U.A. 1 Scenari storici e sociali della società di massa pag 224 .248 U.A. 2 Il linguaggio dei media pag 250-276	Gennaio - Febbraio 22 ore (11+11)	Metà Febbraio
UDA 3: La transizione tecnologica e il mondo digitale (lab) U.A.1 I new media pagg 277-295 + esercitaz lab con materiali in compr. da strutturare U.A.2 L'evoluzione della pubblicità pag 295-326 U.A.3 Lo spot pubblicitario: dal focus sul prodotto al messaggio intrusivo nella società consumistica e di massa	Dicembre- Maggio 22 ore lab	Inizi Giugno

MODALITÀ DI VERIFICA

Specificare il numero minimo di prove previste ogni periodo per ciascuna tipologia - deve essere prevista almeno una prova per verificare ciascuna UDA

Tipo di prova	<u>N. Prove primo periodo</u>	<u>N. Prove secondo periodo</u>
Interrogazioni orali	2	2
Prove scritte/esercitazioni	1	1
Prove autentiche/compiti di realtà	1	2
Prova comune per classi parallele (almeno una da svolgersi entro il 15 maggio)	0	1
Altro tipo di prove (specificare):		

SEZIONE 1 – PROGRAMMAZIONE DISCIPLINARE

(elenco e descrizione Laboratori e Unità Di Apprendimento)

UDA 1	IL Gruppo e le sue caratteristiche U.A. 1 Unità Didattica 1: Il Gruppo e le sue Dinamiche U.A. 2 Unità Didattica 2: Conflitti e Barriere Comunicative
--------------	--

FINALITÀ

"Sviluppare negli studenti la capacità di analizzare e gestire le dinamiche di gruppo, riconoscere ruoli e conflitti, superare barriere comunicative e applicare strategie efficaci per la risoluzione dei problemi relazionali, utili in ambito personale e professionale".

ARGOMENTI, TEMI ED ELEMENTI TRATTATI

Unità Didattica 1: Il Gruppo e le sue Dinamiche

- Concetto di gruppo: caratteristiche, tipologie, differenze tra aggregato e gruppo.
- Kurt Lewin: teoria del campo, dinamiche di gruppo e stili di leadership.
- Ruoli nei gruppi: positivi (leader, mediatore) e negativi (sabotatore, oppositore).

Unità Didattica 2: Conflitti e Barriere Comunicative

- Tipologie e cause dei conflitti nei gruppi: intra-gruppo, inter-gruppo, personali.
- Barriere comunicative: fisiche, psicologiche, culturali e loro effetti.
- Strategie per gestire conflitti e superare le barriere: negoziazione, feedback, ascolto attivo, comunicazione assertiva.

OBIETTIVI DA VALUTARE

indicare con un asterisco (*) quelli MINIMI da perseguire

CONOSCENZE	Conoscere i principali concetti legati al gruppo, la struttura e le dinamiche di gruppo* Le tipologie di gruppo La rete di comunicazione nel gruppo, i ruoli e la leadership Le barriere comunicative e i principali conflitti L'evoluzione del gruppo e la gestione delle conflittualità e delle barriere comunicative.
ABILITÀ	Individuare bisogni, attitudini e abitudini di persone e gruppi sociali Individuare conflitti e barriere comunicative*
COMPETENZE DISCIPLINARI	Saper valutare fatti e orientare i propri comportamenti in situazioni sociali e professionali soggette a cambiamenti che possono richiedere un adattamento del proprio operato nel rispetto di regole condivise e della normativa specifica di settore.

	Saper utilizzare strategie di gestione e risoluzione di eventuali dinamiche negative*
COMPETENZE TRASVERSALI (come da registro online)	Competenza 1: Agire in riferimento ad un sistema di valori, coerenti con i principi della Costituzione, in base ai quali essere in grado di valutare fatti e orientare i propri comportamenti personali, sociali e professionali Competenza 2: Curare l'applicazione, l'adattamento e l'implementazione dei sistemi informativi aziendali sulla base degli argomenti studiati

PROVE VALUTATIVE PREVISTE

N.	Periodo di svolgimento	Descrizione prova (Tipo di prova, funzione sommativa o formativa, indicazioni sull'organizzazione della verifica, carattere della prova, indicazioni sulla durata, ecc.)	Obiettivi da verificare (indicare numeri in riferimento a quanto elencato sopra)
1	Mese di Ottobre	Verifica formativa orale: Interrogazione sui diversi argomenti studiati	Riconoscere e descrivere in modo essenziale gli aspetti dei gruppi come sistemi
2	Metà Novembre	Verifica formativa scritta: riconoscere all'interno di casi aziendali le dinamiche dei gruppi	Identificare ed applicare concetti quali coesione, appartenenza, omogeneità, leadership, dinamiche positive e negative
3	Metà Dicembre	Verifica formativa scritta: elaborare soluzioni di mediazione e negoziazione, anche rispetto a casi di discriminazione, bullismo e cyberbullismo	Gestire e risolvere dinamiche di gruppo negative

GRIGLIA DI VALUTAZIONE

LIVELLO	SCARSO (4)	INSUFFICIENTE (5)	SUFFICIENTE (6)	DISCRETO (7)	BUONO (8)	OTTIMO (9)	ECCELLENTE (10)
INDICATORE							
Conoscere i principali concetti legati al gruppo, la struttura e le dinamiche di gruppo	Non dimostra comprensione dei concetti e non è in grado di esporli.	Dimostra difficoltà nel comprendere i concetti e fornisce spiegazioni frammentarie.	Comprende solo gli aspetti di base, con spiegazioni semplici e senza approfondimenti.	Conosce i concetti essenziali, ma senza approfondire né collegare con esempi concreti.	Descrive correttamente i concetti principali, con qualche riferimento pratico.	Espone in modo chiaro e dettagliato i concetti, collegandoli con esempi adeguati.	Comprende e spiega con completezza e sicurezza tutti i concetti, collegandoli tra loro e con esempi significativi.

Individuare conflitti e barriere comunicative	Non riconosce né analizza conflitti o barriere.	Riconosce in modo confuso conflitti e barriere, senza analizzarli.	Riconosce conflitti e barriere in modo limitato, con analisi appena accennata.	Riconosce i conflitti e le barriere principali, ma l'analisi è superficiale.	Identifica e spiega i conflitti e le barriere principali, suggerendo soluzioni generiche.	Analizza con precisione i conflitti e le barriere più comuni, proponendo soluzioni pertinenti.	Identifica e analizza le cause di tutti i tipi di conflitti e barriere in modo approfondito.
Saper utilizzare strategie di Gestione e Risoluzione delle dinamiche negative	Non elabora strategie o propone soluzioni irrilevanti.	Prospetta strategie incoerenti o non applicabili.	Propone strategie minime, spesso generiche o non adeguate al contesto	Suggerisce strategie adeguate, ma poco sviluppate o non sempre applicabili.	Propone strategie valide ma con limitate applicazioni pratiche o originalità.	Elabora strategie efficaci e ben argomentate per la gestione e risoluzione dei problemi.	Propone strategie innovative e dettagliate, dimostrando capacità di applicazione pratica.

UDA. 2	LA SOCIETA' DI MASSA E I LINGUAGGI DELLA COMUNICAZIONE SOCIALE
	U.A.1: Cenni storici sulla comunicazione sociale e le tipologie comunicative
	U.A.2: La stampa e i suoi strumenti
	U.A.3 I linguaggi degli altri Media tradizionali; in particolare radio, televisione, cinema
	U.A.4 I new media e la trasformazione dei modelli comunicativi dei social
	UdA 5: La comunicazione pubblicitaria

FINALITÀ

"Favorire la comprensione critica dei mezzi di comunicazione di massa, sviluppando competenze nell'analisi e nella creazione di contenuti mediatici e promuovendo un uso consapevole ed etico dei media"

ARGOMENTI, TEMI ED ELEMENTI TRATTATI

UdA 1: Cenni storici sulla comunicazione sociale e le tipologie comunicative

- Cenni storici sullo sviluppo della comunicazione sociale.
- Le principali tipologie comunicative e il loro ruolo nei contesti sociali e culturali.
- Analisi dell'evoluzione tecnologica nei mezzi di comunicazione di massa.

UdA 2: La stampa e i suoi strumenti

- Mezzi, strumenti e metodi per la diffusione della stampa.
- La stampa come primo mezzo di comunicazione di massa: impatti storici e sociali.
- Caratteristiche e differenze tra stampa tradizionale e digitale.

UdA 3: Il linguaggio cinematografico

- Il cinema come forma d'arte e le sue origini.
- Tecniche narrative e visuali: sceneggiatura, tecniche di ripresa, movimenti di macchina, angolazione e inquadrature.
- La post-produzione: moviola, montaggio, luci e distribuzione del film.

UdA 4: La comunicazione audiovisiva e la pedagogia dei mass media

- Strumenti di comunicazione audiovisiva: video, cortometraggi e documentari.
- Tecniche e strategie per una pedagogia critica del mass media televisivo.
- Analisi dell'influenza educativa e sociale dei contenuti audiovisivi.

UdA 5: La comunicazione pubblicitaria

- Analizzare gli sviluppi storici del linguaggio pubblicitario.
- Applicare tecniche per la costruzione e presentazione di messaggi pubblicitari.
- Valutare l'efficacia persuasiva dei contenuti pubblicitari e il loro impatto sociale

OBIETTIVI DA VALUTARE

indicare con un asterisco (*) quelli MINIMI da perseguire

CONOSCENZE	Evoluzione storica della comunicazione sociale e dei mezzi di comunicazione di massa, inclusa la stampa, il cinema, e i media audiovisivi*. Tipologie comunicative e loro ruolo nei contesti sociali e culturali. Origini e sviluppo del cinema come forma d'arte, tecniche narrative e visuali, e fasi della post-produzione. Strumenti audiovisivi (video, cortometraggi, documentari) e loro utilizzo educativo. Sviluppi storici, tecniche e impatti sociali del linguaggio pubblicitario.
ABILITÀ	Distinguere le principali tipologie comunicative, analizzare l'impatto storico e sociale dei mezzi di comunicazione di massa*. Confrontare caratteristiche e differenze tra mezzi di comunicazione tradizionali e digitali. Riconoscere tecniche narrative, visuali e audiovisive, applicandole a prodotti culturali. Progettare e valutare messaggi comunicativi, inclusi quelli pubblicitari, in termini di efficacia e persuasione. Riflettere criticamente sull'influenza educativa e sociale dei contenuti mediatici.
COMPETENZE DISCIPLINARI	Valutare criticamente i mezzi e i linguaggi comunicativi in relazione ai contesti culturali e tecnologici*. Applicare strumenti e strategie per una comunicazione efficace e consapevole in diversi ambiti. Promuovere un uso responsabile dei media e una pedagogia critica verso i contenuti audiovisivi e pubblicitari.
COMPETENZE TRASVERSALI (come da registro online)	

PROVE VALUTATIVE PREVISTE

N.	Periodo di svolgimento	Descrizione prova (Tipo di prova, funzione sommativa o formativa, indicazioni sull'organizzazione della verifica, carattere della prova, indicazioni sulla durata, ecc.)	Obiettivi da verificare (indicare numeri in riferimento a quanto elencato sopra)
1	Mese di Gennaio	Verifica formativa orale: Interrogazione sui diversi argomenti studiati	Conoscere l'evoluzione storica della comunicazione sociale e dei mezzi di comunicazione di massa, riconoscendone l'impatto culturale e sociale.
2	Metà Febbraio	Verifica formativa scritta: riconoscere all'interno di casi aziendali le diverse forme di comunicazione Multimediale	Distinguere le principali tipologie comunicative, analizzando il loro utilizzo nei contesti sociali e culturali. Riconoscere gli elementi fondamentali del linguaggio della stampa, cinematografico, audiovisivo e pubblicitario, identificandone tecniche e caratteristiche.

N.	Periodo di svolgimento	Descrizione prova (Tipo di prova, funzione sommativa o formativa, indicazioni sull'organizzazione della verifica, carattere della prova, indicazioni sulla durata, ecc.)	Obiettivi da verificare (indicare numeri in riferimento a quanto elencato sopra)
3	Metà Marzo	Verifica formativa scritta:elaborare soluzioni comunicative	Valutare criticamente l'influenza educativa e sociale dei contenuti mediatici, sviluppando un pensiero consapevole verso l'uso dei media.

GRIGLIA DI VALUTAZIONE							
LIVELLO							
INDICATORE	SCARSO (4)	INSUFFICIENTE (5)	SUFFICIENTE (6)	DISCRETO (7)	BUONO (8)	OTTIMO (9)	ECCELLENTE (10)
Comprendere l'evoluzione storica della comunicazione sociale e dei mezzi di comunicazione di massa, riconoscendone l'impatto culturale e sociale.	Non riesce a riconoscere l'evoluzione storica né a cogliere alcun impatto culturale o sociale.	Identifica solo alcuni elementi dell'evoluzione storica senza comprenderne l'impatto culturale e sociale.	Riconosce le fasi principali dell'evoluzione storica e ne descrive parzialmente l'impatto culturale e sociale.	Descrive in modo abbastanza completo l'evoluzione storica e ne comprende l'impatto culturale e sociale.	Analizza correttamente l'evoluzione storica e collega l'impatto culturale e sociale con esempi concreti.	Fornisce un'analisi dettagliata e articolata dell'evoluzione storica e del relativo impatto culturale e sociale.	Dimostra una comprensione profonda e critica dell'evoluzione storica, collegandola a esempi complessi e attuali.
Distinguere le principali tipologie comunicative, riconoscendo gli elementi fondamentali della stampa, cinematografico, audiovisivo e pubblicitario.	Non riconosce né distingue le tipologie comunicative né gli elementi fondamentali.	Distingue alcune tipologie comunicative ma con gravi imprecisioni e non riconosce gli elementi fondamentali.	Distingue le principali tipologie comunicative e riconosce alcuni elementi fondamentali.	Riconosce e distingue le tipologie comunicative principali, descrivendo gli elementi fondamentali.	Analizza correttamente le tipologie comunicative e identifica con precisione gli elementi fondamentali.	Fornisce un'analisi approfondita delle tipologie comunicative, integrando esempi e dettagli pertinenti.	Dimostra una capacità critica nel distinguere tipologie comunicative e un'analisi completa e innovativa.
Valutare criticamente l'influenza educativa e sociale dei contenuti mediatici, sviluppando un pensiero consapevole verso l'uso dei media.	Non riesce a valutare l'influenza educativa e sociale dei contenuti mediatici né dimostra consapevolezza.	Valuta parzialmente l'influenza educativa e sociale, senza una reale consapevolezza	Coglie gli aspetti principali dell'influenza educativa e sociale e mostra una minima consapevolezza.	Analizza in modo adeguato l'influenza educativa e sociale, dimostrando un pensiero consapevole.	Fornisce un'analisi accurata e riflette consapevolmente sull'uso responsabile dei media.	Valuta criticamente con esempi concreti l'influenza educativa e sociale dei media, mostrando consapevolezza.	Offre una valutazione critica e articolata, proponendo soluzioni o approcci innovativi verso l'uso dei media.

		verso l'uso dei media.					
--	--	------------------------	--	--	--	--	--

UDA 3	UDA 3: La transizione tecnologica e il mondo digitale (<i>lab</i>) U.A.1 I new medias <i>pagg 277-295 + esercitaz lab con materiali in compr. da strutturare</i> U.A.2 L'evoluzione della pubblicità pag 295-326
--------------	---

FINALITÀ

"Sviluppare la capacità di comprendere e utilizzare in modo critico e consapevole gli strumenti e i linguaggi della comunicazione digitale, applicandoli in contesti personali, sociali e professionali nel rispetto delle norme di sicurezza e privacy, per favorire una comunicazione efficace e responsabile".

ARGOMENTI, TEMI ED ELEMENTI TRATTATI

U.A.1: I New Media (pagg. 277-295 + esercitazioni di laboratorio)

- Nuovi modelli di comunicazione digitale:
- Interazione uomo-macchina.
- Multimedialità e convergenza dei media.
- Strumenti di comunicazione in rete:
- Cyberspazio: definizione e caratteristiche.

- Social media e social network: dinamiche e funzionalità.
- Software per la gestione di testi, immagini e pagine web:
- Introduzione e applicazioni pratiche in contesti professionali.

Esercitazioni pratiche:

- Creazione di contenuti multimediali.
- Utilizzo di strumenti per la produzione e condivisione online.

U.A.2: L'evoluzione della pubblicità (da inventare e completare)

- L'evoluzione della pubblicità:
- Da forme tradizionali a digital advertising.
- Tecniche di comunicazione pubblicitaria nel contesto digitale.
- Caratteristiche dei linguaggi di markup e del web semantico:
- Introduzione ai linguaggi HTML e CSS per la pubblicità online.
- Applicazioni del web semantico nella targetizzazione pubblicitaria.
- Aspetti normativi nella comunicazione online:
- Sicurezza, privacy e norme sul trattamento dei dati personali.
- Implicazioni etiche nella comunicazione pubblicitaria digitale.

Esercitazioni pratiche:

- Progettazione di una campagna pubblicitaria digitale.
- Creazione e ottimizzazione di contenuti per piattaforme online

OBIETTIVI DA VALUTARE

indicare con un asterisco (*) quelli MINIMI da perseguire

CONOSCENZE	Conoscere l'uso critico delle tecnologie digitali, con particolare attenzione alle nuove modalità di comunicazione e ai software pratici per la gestione dei contenuti* Nuovi modelli di comunicazione digitale: interazione uomo-macchina, multimedialità e convergenza dei media. Strumenti di comunicazione in rete: cyberspazio, social media e social network. Software per la gestione di testi, immagini e pagine web. Principi fondamentali della produzione di contenuti multimediali. Storia ed evoluzione della pubblicità: dal tradizionale al digitale. Tecniche di comunicazione pubblicitaria digitale. Caratteristiche dei linguaggi di markup (HTML e CSS) e loro utilizzo nel web marketing. Concetti base del web semantico e applicazioni nella targetizzazione pubblicitaria. Aspetti normativi relativi alla sicurezza, privacy e trattamento dei dati nella comunicazione digitale.
ABILITÀ	Identificare e descrivere le caratteristiche principali dei nuovi modelli di comunicazione digitale*. Utilizzare strumenti di comunicazione online (social network, piattaforme multimediali), in modo consapevole*. Applicare software per creare e modificare testi, immagini e pagine web. Produrre contenuti multimediali con strumenti adeguati, rispettando standard qualitativi. Analizzare i cambiamenti storici nella pubblicità, identificando trend e strategie digitali. Utilizzare linguaggi di markup per creare e ottimizzare contenuti pubblicitari online. Applicare le norme di sicurezza e privacy nella progettazione di campagne digitali. * Progettare una campagna pubblicitaria digitale, scegliendo strumenti e tecniche adeguate.
COMPETENZE DISCIPLINARI	Saper utilizzare i new media per comunicare in modo efficace e professionale. Saper valutare criticamente le caratteristiche dei modelli di comunicazione digitale. Progettare e realizzare contenuti multimediali in risposta a esigenze comunicative specifiche. Saper utilizzare strumenti digitali per collaborare e condividere informazioni in rete. Saper progettare e realizzare campagne pubblicitarie digitali rispettando norme ed etica professionale, applicando tecniche di digital advertising per promuovere prodotti o servizi. Creare contenuti ottimizzati per piattaforme web, utilizzando linguaggi di markup. *
COMPETENZE TRASVERSALI (come da registro online)	

PROVE VALUTATIVE PREVISTE

N.	Periodo di svolgimento	Descrizione prova (Tipo di prova, funzione sommativa o formativa, indicazioni sull'organizzazione della verifica, carattere della prova, indicazioni sulla durata, ecc.)	Obiettivi da verificare (indicare numeri in riferimento a quanto elencato sopra)
1	Mese di aprile	Verifica formativa orale: Interrogazione sugli argomenti studiati	Indicatori di Valutazione (Obiettivi Minimi): 1. Identificare e descrivere le caratteristiche principali dei nuovi modelli di comunicazione digitale.
2	Metà maggio	Verifica formativa scritta: utilizzare all'interno di casi aziendali strumenti di comunicazione digitale	2. Utilizzare strumenti di comunicazione online (social network, piattaforme multimediali) in modo consapevole.
3	Fine maggio	Verifica sommativa scritta: elaborare progettazioni applicando e riconoscendo le norme sulla privacy.	3. Applicare le norme di sicurezza e privacy nella progettazione di contenuti digitali o campagne pubblicitarie.

GRIGLIA DI VALUTAZIONE

LIVELLO	SCARSO (4)	INSUFFICIENTE (5)	SUFFICIENTE (6)	DISCRETO (7)	BUONO (8)	OTTIMO (9)	ECCELLENTE (10)
INDICATORE							
Indicatori di Valutazione (Obiettivi Minimi):	Non riesce a identificare o descrivere i modelli di comunicazione	Riconosce parzialmente i modelli principali, mostrando difficoltà nel descriverne le	Identifica i modelli principali in modo essenziale, ma con descrizioni	Riconosce e descrive i modelli principali, con qualche limitazione nel	Conosce i principali modelli di comunicazione	Analizza con chiarezza i modelli di comunicazione digitale, evidenziandone	Descrive in modo approfondito e dettagliato tutti gli aspetti dei

GRIGLIA DI VALUTAZIONE							
LIVELLO INDICATORE	SCARSO (4)	INSUFFICIENTE (5)	SUFFICIENTE (6)	DISCRETO (7)	BUONO (8)	OTTIMO (9)	ECCELLENTE (10)
1. Identificare e descrivere le caratteristiche principali dei nuovi modelli di comunicazione digitale.	digitale in modo significativo.	caratteristiche in modo accurato.	incomplete o poco approfondite.	dettaglio o nell'esempio.	digitale, ne descrive caratteristiche e utilizzi con precisione generale.	caratteristiche e differenze, con alcuni esempi.	modelli di comunicazione digitale, citando esempi concreti e applicazioni reali.
2. Utilizzare strumenti di comunicazione online (social network, piattaforme multimediali) in modo consapevole.	Non riesce a utilizzare gli strumenti online in modo efficace o consapevole.	Mostra difficoltà nell'utilizzare gli strumenti online in modo autonomo o consapevole.	Utilizza gli strumenti online in modo basilare, con supporto necessario per operazioni complesse.	Usa gli strumenti online in modo adeguato, ma necessita di supporto per funzioni più avanzate.	Utilizza gli strumenti online con competenza, seppur limitata a funzionalità di base o standard.	Dimostra un uso efficace e consapevole degli strumenti online, sfruttandone le principali funzionalità.	Utilizza in modo autonomo e creativo strumenti online, mostrando piena consapevolezza delle funzionalità e del loro impatto.
3. Applicare le norme di sicurezza e privacy nella progettazione di contenuti digitali o campagne pubblicitarie.	Non riesce ad applicare le norme di sicurezza e privacy in modo adeguato.	Mostra difficoltà nel rispettare le norme di sicurezza e privacy, con errori significativi.	Rispetta parzialmente le norme di sicurezza e privacy, mostrando comprensione incompleta o applicazione incerta.	Applica le norme di sicurezza e privacy in modo accettabile, ma con alcune lacune o errori marginali.	Dimostra conoscenze adeguate delle norme di sicurezza e privacy, applicandole nella maggior parte dei contesti.	Rispetta le norme di sicurezza e privacy con piccole imprecisioni non rilevanti per il risultato complessivo.	Applica in modo preciso tutte le norme di sicurezza e privacy, progettando contenuti con attenzione etica e legale.

SEZIONE 2 – PROVA DISCIPLINARE COMUNE (maggio)

DESCRIZIONE

ARGOMENTI, TEMI ED ELEMENTI OGGETTO DELLA VERIFICA

1. I principali concetti legati al gruppo, la struttura e le dinamiche di gruppo
2. L'evoluzione storica della comunicazione sociale e dei mezzi di comunicazione di massa, inclusa la stampa, il cinema, e i media audiovisivi
3. Le caratteristiche principali dei nuovi modelli di comunicazione digitale

OBIETTIVI DA VALUTARE

CONOSCENZE	1. Conoscere i principali concetti legati al gruppo, la struttura e le dinamiche di gruppo* 2. Conoscere l'evoluzione storica della comunicazione sociale e dei mezzi di comunicazione di massa, inclusa la stampa, il cinema, e i media audiovisivi* 3. Conoscere l'uso critico delle tecnologie digitali, con particolare attenzione alle nuove modalità di comunicazione e ai software pratici per la gestione dei contenuti*
ABILITÀ	4. Individuare conflitti e barriere comunicative* 5. Distinguere le principali tipologie comunicative, analizzare l'impatto storico e sociale dei mezzi di comunicazione di massa* 6. Identificare e descrivere le caratteristiche principali dei nuovi modelli di comunicazione digitale*
COMPETENZE DISCIPLINARI	7. Utilizzare strumenti di comunicazione online (social network, piattaforme multimediali) in modo consapevole

GRIGLIA DI VALUTAZIONE

GRIGLIA DI VALUTAZIONE

LIVELLO INDICATORE	SCARSO	INSUFFICIENTE	SUFFICIENTE	DISCRETO	BUONO	OTTIMO	COMPLETO
Conosce i principali concetti legati al gruppo, la struttura e le dinamiche di gruppo	Non riconosce cosa sia un gruppo. Non distingue ruoli, norme o dinamiche. Risposte assenti o errate.	Riconosce in modo molto superficiale alcuni elementi del gruppo (es. leader, membri), ma in modo confuso e frammentario.	Conosce i concetti di base (gruppo, ruoli, norme, leadership, conflitto) e li descrive in modo semplice ma corretto.	Descrive in modo chiaro struttura e dinamiche di gruppo (ruoli, comunicazione, cooperazione, conflitti), con esempi.	Analizza le dinamiche di gruppo spiegando relazioni, influenze, leadership e clima di gruppo con linguaggio appropriato.	Analizza in modo approfondito le dinamiche di gruppo collegandole a situazioni reali (classe, lavoro).	Analizza in modo approfondito le dinamiche di gruppo collegandole a situazioni reali (classe, lavoro) e mostrando capacità critica.
Conoscere l'evoluzione storica della comunicazione sociale e dei mezzi di comunicazione di massa, inclusa la stampa, il cinema, e i media audiovisivi*	Non conosce i principali mezzi di comunicazione. Risposte errate o assenti.	Riconosce alcuni media (stampa, TV, cinema) ma senza ordine storico né collegamenti.	Descrive in modo semplice l'evoluzione dei media (dalla stampa ai media audiovisivi) con informazioni essenziali.	Spiega le principali tappe storiche e il loro impatto sulla società.	Analizza l'evoluzione dei media collegandola ai cambiamenti sociali, culturali ed economici.	Offre una visione approfondita dell'evoluzione dei media, mettendo in relazione tecnologia, società e comportamenti.	Offre una visione critica e approfondita dell'evoluzione dei media, mettendo in relazione tecnologia, società e comportamenti.
Identificare e descrivere le caratteristiche principali dei nuovi modelli di comunicazione digitale*	Non riconosce cosa sia la comunicazione digitale o i social media.	Cita esempi (social, chat, web) ma senza spiegarne le caratteristiche.	Descrive in modo semplice i principali strumenti digitali (social, messaggistica, piattaforme online).	Spiega le caratteristiche dei nuovi modelli (interattività, velocità, rete, multimedialità).	Analizza opportunità e rischi della comunicazione digitale (relazioni, identità, informazione).	Valuta in modo approfondito l'impatto dei media digitali su relazioni, società e comportamento, con esempi concreti.	Valuta in modo critico l'impatto dei media digitali su relazioni, società e comportamento, con esempi concreti.

SEZIONE 3 – PROVE ED EVENTUALE CORSO DI RECUPERO

ARGOMENTI, TEMI ED ELEMENTI OGGETTO DELLA VERIFICA DI RECUPERO DEL PRIMO QUADRIMESTRE (IN RIFERIMENTO AGLI OBIETTIVI MINIMI)

- Il Gruppo e le sue Dinamiche
- Conflitti e Barriere Comunicative
- Comunicazione sociale e le tipologie comunicative
- La stampa e i suoi strumenti
- I linguaggi degli altri Media tradizionali; in particolare radio, televisione, cinema
- I new media e la trasformazione dei modelli comunicativi dei social

OBIETTIVI MINIMI DA VALUTARE

CONOSCENZE	1. Conoscere i principali concetti legati al gruppo, la struttura e le dinamiche di gruppo positive e negative* 2. Evoluzione storica della comunicazione sociale e dei mezzi di comunicazione di massa, inclusa la stampa, il cinema, e i media audiovisivi*. 3. Conoscere l'uso critico delle tecnologie digitali, con particolare attenzione alle nuove modalità di comunicazione e ai software pratici per la gestione dei contenuti*
ABILITÀ	4. Individuare conflitti e barriere comunicative* 5. Distinguere le principali tipologie comunicative, analizzare l'impatto storico e sociale dei mezzi di comunicazione di massa*. 6. Identificare e descrivere le caratteristiche principali dei nuovi modelli di comunicazione digitale*. 7. Utilizzare strumenti di comunicazione online (social network, piattaforme multimediali), in modo consapevole*. 8. Applicare le norme di sicurezza e privacy nella progettazione di campagne digitali. *
COMPETENZE DISCIPLINARI	9. Saper utilizzare strategie di gestione e risoluzione di eventuali dinamiche negative* 10. Valutare criticamente i mezzi e i linguaggi comunicativi in relazione ai contesti culturali e tecnologici*. 11. Saper progettare e realizzare campagne pubblicitarie digitali rispettando norme ed etica professionale, applicando tecniche di digital advertising per promuovere prodotti o servizi. Creare contenuti ottimizzati per piattaforme web, utilizzando linguaggi di markup. *

GRIGLIA DI VALUTAZIONE

GRIGLIA DI VALUTAZIONE DELLA VERIFICA DI RECUPERO DEL PRIMO QUADRIMESTRE							
LIVELLO INDICATORE	SCARSO	INSUFFICIENTE	SUFFICIENTE	DISCRETO	BUONO	OTTIMO	COMPLETO
1. Conoscenza del concetto di gruppo e delle sue dinamiche	Non sa definire cosa sia un gruppo né identificare alcuna dinamica.	Conosce in modo frammentario il concetto di gruppo; non distingue le dinamiche.	Riconosce il concetto di gruppo e accenna a qualche dinamica.	Descrive le dinamiche principali del gruppo con esempi semplici.	Espone in modo chiaro le dinamiche e le tipologie di gruppo.	Approfondisce le dinamiche con esempi concreti e puntuali.	Espone in modo chiaro, con linguaggio tecnico e approfondimenti pertinenti
2. Comprensione di conflitti e barriere comunicative	Conoscenze molto parziali e confuse su conflitti e barriere comunicative.	Riconosce le principali tipologie comunicative ma non collega conflitti e barriere.	Riconosce le principali tipologie comunicative e collega conflitti e barriere.	Descrive le differenze tra comunicazione efficace e non efficace, individuando semplici barriere.	Argomenta con esempi coerenti situazioni di conflitto e di barriera comunicativa.	Integra riferimenti alla realtà e ai contesti professionali per spiegare conflitti e barriere.	Analizza criticamente situazioni comunicative complesse individuando cause, effetti e possibili soluzioni.
3. Conoscenza dei media tradizionali (stampa, radio, TV, cinema)	Riconosce solo uno o due media, senza conoscerne caratteristiche superficiali o errate dei new media e dei social.	Elencare i principali media tradizionali e accenna ad alcune caratteristiche.	Descrive i media con esempi storici o attuali.	Confronta i linguaggi specifici dei vari media (stampa, radio, TV, cinema).	Sa contestualizzare i media nel loro sviluppo storico e comunicativo.	Integra riferimenti alla realtà e ai contesti professionali per spiegare i media	Analizza i media come strumenti di comunicazione sociale e culturale.
4. Comprensione dei new media e dei social	Conoscenza superficiale o errata dei new	Riconosce i principali social e le differenze	Descrive l'impatto dei	Analizza le trasformazioni comunicative	Argomenta in modo approfondito	Argomenta in modo critico l'influenza dei	Collega l'uso dei social alla trasformazione

GRIGLIA DI VALUTAZIONE DELLA VERIFICA DI RECUPERO DEL PRIMO QUADRIMESTRE							
<u>LIVELLO</u> INDICATORE	SCARSO	INSUFFICIENTE	SUFFICIENTE	DISCRETO	BUONO	OTTIMO	COMPLETO
	media e dei social.	di base rispetto ai media tradizionali.	new media con esempi concreti.	prodotte dai social.	l'influenza dei social sulla comunicazione.	social sulla comunicazione.	sociale e psicologica della comunicazione.