



Istituto Statale Istruzione Secondaria Superiore "PIETRO GIORDANI"

PIANO DELL'OFFERTA FORMATIVA



PROGRAMMAZIONE DELLA DISCIPLINA: **TECNICHE DI COMUNICAZIONE** **CLASSI 3 INDIRIZZO/DECLINAZIONE SERVIZI COMMERCIALI WEB COMMUNITY**

SOMMARIO DELLA PROGRAMMAZIONE

Unità didattica	periodo di svolgimento	Termine massimo per verifica conclusiva
UDA 1: I fondamenti della comunicazione: "Siamo ciò che postiamo!" U.A. 1 I modelli di spiegazione dei processi comunicativi U.A. 2 Elementi di personal branding professionale (lab)	Settembre-Novembre 22 ore (11+11)	Metà Dicembre
UDA 2: La promozione dell'azienda nei social U.A.1 La comunicazione verbale efficace U.A.2 La comunicazione visiva e multimediale U.A.3 La brand identity aziendale U.A.4 I bisogni comunicativi dell'azienda - analisi di casi aziendali U.A 5 Il lancio social dell'azienda	Dicembre- Maggio 22 ore lab	Inizi Giugno
UDA 3: L'ecologia della comunicazione e dei media U.A.1 L'approccio sistemico-relazionale nello studio della comunicazione interpersonale: La Pragmatica della comunicazione umana U.A.2 La società di massa e le comunicazioni sociali	Dicembre- Maggio 22 ore	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</u> <u>primo</u> periodo	<u>N. Prove</u> <u>secondo</u> periodo
Interrogazioni orali	1	2
Prove scritte/esercitazioni	1	2
Prove autentiche/compiti di realtà	1	1
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	I fondamenti della comunicazione: “Siamo ciò che postiamo!” 1.1 I modelli di spiegazione dei processi comunicativi 1.2 Elementi di personal branding professionale
--------------	---

FINALITÀ

"Promuovere negli studenti, lo sviluppo di competenze progettuali teoriche e pratiche attraverso l'acquisizione e l'applicazione dei nuclei fondamentali della teoria della comunicazione interpersonale e sociale, con particolare riferimento ai processi di cura dell'immagine personale e del personal branding"

ARGOMENTI, TEMI ED ELEMENTI TRATTATI

1.1 I modelli di spiegazione dei processi comunicativi:

- Gli scopi e le funzioni della comunicazione
- L'espressione dei bisogni comunicativi: la piramide dei bisogni di A. Maslow
- I bisogni comunicativi in ambito digitale: la piramide COSMA
- Le funzioni linguistiche
- Il modello cibernetico del flusso comunicativo
- La comunicazione lineare unidirezionale
- La comunicazione circolare e il feedback comunicativo
- La comunicazione interpersonale e sociale
- La comunicazione verbale e non verbale
- I codici e i simboli della comunicazione

1.2 Elementi di personal branding professionale

- Immagine ed identità nel web
- Presentare se stessi agli altri: il CV, la lettera di presentazione
- Modalità di gestione della comunicazione aziendale interna: la email di candidatura professionale
- Modalità di gestione della comunicazione aziendale esterna: la email di informazione commerciale, richiamo, segnalazione e contestazione

OBIETTIVI DA VALUTARE

indicare con un asterisco (*) quelli MINIMI da perseguire

CONOSCENZE	Conoscere il lessico e i concetti chiave delle più importanti teorie sulla comunicazione* Conoscere l'importanza dell'immagine, con particolare riferimento al web Conoscere la differenza tra comunicazione interpersonale e comunicazione sociale Conoscere le caratteristiche della comunicazione verbale scritta*
ABILITÀ	Identificare modalità di comunicazione verbale scritta efficaci Identificare modalità di comunicazione non verbale (iconica) efficaci Applicare i concetti teorici appresi alla comunicazione verbale scritta* Applicare i concetti teorici appresi alla comunicazione verbale scritta in ambito digitale* Valutare la correttezza di un testo scritto (grammatica e sintassi) e la sua rispondenza con gli obiettivi comunicativi definiti*
COMPETENZE DISCIPLINARI	Essere consapevole dei processi e delle dinamiche della comunicazione Sistematizzare e informatizzare testi scritti* Gestire flussi informativi e comunicativi in forma verbale scritta
COMPETENZE TRASVERSALI (come da registro online)	Competenza 2AG: Utilizzare il patrimonio lessicale ed espressivo della lingua italiana secondo le esigenze comunicative nei vari contesti Competenza 7AG: Individuare ed utilizzare le moderne forme di comunicazione visiva e multimediale, anche con riferimento alle strategie espressive e agli strumenti tecnici della comunicazione in rete Competenza 8AG: Utilizzare le reti e gli strumenti informatici nelle attività di studio, ricerca e approfondimento Competenza 2CI: Curare l'applicazione, l'adattamento e l'implementazione dei sistemi informativi aziendali contribuendo a semplici personalizzazioni degli applicativi informatici e degli spazi di archiviazione aziendale, a supporto dei processi amministrativi, logistici o commerciali tenendo conto delle norme, degli strumenti e dei processi che garantiscono il trattamento dei dati e la loro protezione in condizioni di sicurezza e riservatezza

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 sulle diverse teorie studiate	Conoscere e descrivere in modo essenziale i nuclei fondanti della teoria della comunicazione
2	Metà Novembre	Verifica formativa scritta/esercitazione elaborare il proprio CV - presentazione di se stessi applicando le regole della comunicazione verbale scritta	Applicare i concetti teorici appresi alla comunicazione verbale scritta Valutare la correttezza di un testo scritto (grammatica e sintassi) e la sua rispondenza con gli obiettivi comunicativi definiti
3	Metà Dicembre	Verifica sommativa scritta/prova autentica: elaborare email di contenuto pertinente i servizi commerciali	Applicare i concetti teorici appresi alla comunicazione verbale scritta in ambito digitale Sistematizzare e informatizzare testi scritti

GRIGLIA DI VALUTAZIONE

<u>LIVELLO</u> INDICATORE	SCARSO (4)	INSUFFICIENTE (5)	SUFFICIENTE (6)	DISCRETO (7)	BUONO (8)	OTTIMO (9)	ECCELLENTE (10)
Conosce il lessico e i concetti chiave delle più importanti teorie sulla comunicazione	Non dimostra alcuna conoscenza delle teorie	Conoscenza molto limitata e frammentaria	Conoscenza di base con qualche difficoltà	Conoscenza degli aspetti fondamentali	Buone conoscenze dei principi teorici	Conoscenze solide e complete	Conoscenze approfondite e dettagliate delle teorie
Applica i concetti teorici appresi alla comunicazione verbale scritta	Non identifica né applica correttamente i principi appresi	Identifica i principi ma l'applicazione è errata o incompleta	Concetti teorici applicati in modo essenziale	Applicazione adeguata e senza imprecisioni	Applicazione accurata della teoria della comunicazione verbale	Padronanza dei principi della comunicazione verbale scritta	Applicazione critica, completa e con piena padronanza della comunicazione scritta
Valuta la correttezza di un testo scritto (grammatica e sintassi) e la sua rispondenza con gli obiettivi comunicativi definiti	Non conosce i requisiti della comunicazione verbale scritta	La produzione verbale scritta presenta errori e contenuti non pertinenti	La produzione verbale scritta è sufficientemente corretta ma non pertinente	La produzione verbale scritta è sufficientemente corretta ma non pertinente	Il testo scritto è sintatticamente apprezzabile ma non sempre pertinente gli obiettivi	Il testo scritto è corretto ma non sempre pertinente gli obiettivi	La valutazione del testo scritto è corretta sia dal punto sintattico che funzionale agli obiettivi
Applica i concetti teorici appresi alla comunicazione verbale scritta in ambito digitale	Non identifica né applica correttamente i principi appresi	Identifica i principi ma l'applicazione è errata o incompleta	Concetti teorici applicati in modo essenziale	Applicazione adeguata e senza imprecisioni	Applicazione accurata della teoria della comunicazione verbale scritta	Padronanza dei principi della comunicazione verbale scritta	Applicazione critica, completa e con piena padronanza della teoria alla comunicazione verbale

SEZIONE 1 – PROGRAMMAZIONE DISCIPLINARE

(elenco e descrizione Laboratori e Unità Di Apprendimento)

UDA. 2

La promozione dell'azienda nei social:

2.1 La comunicazione verbale efficace

2.2 La comunicazione visiva e multimediale

2.3 La brand identity aziendale

2.4 I bisogni comunicativi dell'azienda: analisi di casi aziendali

2.5 Il lancio social dell'azienda

FINALITÀ

"Promuovere negli studenti, lo sviluppo di competenze progettuali teoriche e pratiche attraverso l'acquisizione e l'applicazione dei nuclei fondamentali della teoria della comunicazione interpersonale e sociale, con particolare riferimento alle realtà aziendali e alle imprese individuali e all'utilizzo a scopo promozionale dei social network"

ARGOMENTI, TEMI ED ELEMENTI TRATTATI

2.1 La comunicazione verbale efficace

- I principi della comunicazione efficace
- I fattori che ostacolano la comunicazione efficace
- I filtri percettivi nei servizi commerciali; le credenze e i valori
- L'influenza dei biases cognitivi nella comunicazione in ambito commerciale
- Lo sviluppo delle abilità comunicative verbali
- L'efficacia comunicativa: influenza e persuasione sociale
- Il linguaggio evocativo
- Il linguaggio figurato

2.2 La comunicazione visiva e multimediale

- Caratteristiche generali dei linguaggi non verbali, con particolare riferimento al linguaggio iconico
- I principi della percezione visiva umana
- L'efficacia della comunicazione visiva nei servizi commerciali
- Forma, colore e comunicazione

2.3 La brand identity aziendale

- Alle origini dell'impresa: vision e mission aziendali
- La costruzione del brand: marchio e marca
- La struttura del marchio aziendale
- I fattori costitutivi della marca aziendale

2.4 I bisogni comunicativi dell'azienda: analisi di casi aziendali

- Gli obiettivi aziendali
- L'individuazione del target di riferimento

2.5 Il lancio social dell'azienda

- La comunicazione integrata
- I requisiti comunicativi di un post efficace

OBIETTIVI DA VALUTARE

indicare con un asterisco (*) quelli MINIMI da perseguire

CONOSCENZE	Conoscere gli elementi essenziali di una comunicazione, le funzioni linguistiche e i codici* Conoscere i fattori interni ed esterni che influenzano una comunicazione Conoscere i linguaggi base del web* Conoscere l'efficacia della comunicazione visiva/multimediale e le sue regole* Conoscere gli elementi di base dell'immagine aziendale Conoscere le principali azioni tese a fidelizzare la clientela Conoscere i concetti di sostenibilità ambientale ed economica Conoscere gli elementi costitutivi del patrimonio artistico e culturale Conoscere le strategie e linguaggi della comunicazione commerciale e pubblicitaria Conoscere gli aspetti visivi della comunicazione. Conoscere le strategie per la diffusione dell'immagine aziendale. Conoscere i concetti di brand, mission, vision. Conoscere gli strumenti e le tecniche per l'elaborazione dei messaggi pubblicitari: viral marketing; digital storytelling, nonché il binomio contest effettuale +elemento multimediale (immagine, video, card grafica)
ABILITÀ	Utilizzare il linguaggio evocativo, figurato e persuasivo nelle interazioni di tipo personale e professionale Individuare i fattori interni ed esterni che influenzano la percezione, l'attenzione e la memorizzazione delle informazioni Individuare i linguaggi funzionali ai vari contesti comunicativi Riconoscere l'efficacia di un messaggio espresso in forma iconica Utilizzare i mezzi della comunicazione in rapporto a specifici obiettivi e target* Riconoscere ed utilizzare strategie e tecniche di comunicazione ai fini di ottimizzare l'interazione comunicativa Individuare le scelte più efficaci di comunicazione per la fidelizzazione della clientela. Applicare procedure e metodi per la raccolta di informazioni sulla soddisfazione della clientela Interagire con strumenti relazionali e sociali di comunicazione e promozione aziendale Realizzare semplici personalizzazioni di pagine web, attraverso adattamenti, riformulazioni e rielaborazioni Utilizzare e produrre strumenti di comunicazione visiva e multimediale con particolare riferimento alle strategie espressive e agli strumenti tecnici della comunicazione in rete Utilizzare il lessico e la fraseologia di settore* Utilizzare le informazioni relative all'immagine aziendale per elaborare rappresentazioni grafiche di comunicazione con particolare riferimento alla sostenibilità e al patrimonio culturale e artistico locale Analizzare le diverse campagne informative e pubblicitarie, anche per gli aspetti visivi della comunicazione, per promuovere l'immagine aziendale. Riconoscere le caratteristiche di Mission e Vision aziendale

	Utilizzare strumenti e tecniche per l'elaborazione di messaggi e la promozione del Brand aziendale e di prodotti e servizi in situazioni diversificate* Descrivere prodotti e servizi attraverso strategie di comunicazione non convenzionale
COMPETENZE DISCIPLINARI	Scegliere e realizzare prodotti di comunicazione con particolare riferimento al Web in base a criteri di efficacia comunicativa, in rapporto al linguaggio visivo e alle leggi percettive Comunicare in modo sempre più efficace dal punto di vista verbale e non verbale*
COMPETENZE TRASVERSALI (come da registro online)	Competenza 2AG: Utilizzare il patrimonio lessicale ed espressivo della lingua italiana secondo le esigenze comunicative nei vari contesti Competenza 7AG: Individuare ed utilizzare le moderne forme di comunicazione visiva e multimediale, anche con riferimento alle strategie espressive e agli strumenti tecnici della comunicazione in rete Competenza 8AG: Utilizzare le reti e gli strumenti informatici nelle attività di studio, ricerca e approfondimento Competenza 2CI: Curare l'applicazione, l'adattamento e l'implementazione dei sistemi informativi aziendali contribuendo a semplici personalizzazioni degli applicativi informatici e degli spazi di archiviazione aziendale, a supporto dei processi amministrativi, logistici o commerciali tenendo conto delle norme, degli strumenti e dei processi che garantiscono il trattamento dei dati e la loro protezione in condizioni di sicurezza e riservatezza Competenza intermedia: Utilizzare software applicativi secondo procedure e regole aziendali a supporto dei processi amministrativi logistici, commerciali e di comunicazione. Realizzare semplici personalizzazioni di pagine web, individuando le modalità di realizzazione più adeguate. Assicurare il rispetto e la conformità del trattamento dei dati aziendali alle norme sulla privacy sulla sicurezza e sulla riservatezza Competenza 3CI: Collaborare alle attività di pianificazione, programmazione, rendicontazione, rappresentazione e comunicazione dei risultati della gestione, contribuendo alla valutazione dell'impatto economico e finanziario dei processi gestionali Competenza intermedia: Redigere semplici rappresentazioni di attività aziendali programmate in un contesto mutevole. ; redigere rendicontazioni di semplici attività aziendali; adottare semplici strumenti di comunicazione e promozione aziendale Competenza 4CI: Collaborare, nell'area della funzione commerciale, alla realizzazione delle azioni di fidelizzazione della clientela, anche tenendo conto delle tendenze artistiche e culturali locali, nazionali e internazionali, contribuendo alla gestione dei rapporti con i fornitori e i clienti, anche internazionali, secondo principi di sostenibilità economico-sociale legati alle relazioni commerciali. Competenza intermedia: Collaborare alle attività della funzione commerciale comprendendo i bisogni e le richieste del cliente. collaborare alla promozione della comunicazione dell'immagine aziendale anche in termini di sostenibilità economico sociale e in considerazione del patrimonio culturale e artistico locale

	Competenza 5Ci: Collaborare alla realizzazione di azioni di marketing strategico ed operativo, all'analisi dei mercati, alla valutazione di campagne informative, pubblicitarie e promozionali del Brand aziendale adeguate alla Mission e alla Policy aziendale, avvalendosi dei linguaggi più innovativi e anche degli aspetti visivi della comunicazione Competenza intermedia: Riconoscere e valutare, anche gli aspetti visivi della comunicazione, campagne informative, pubblicitarie e promozionali del Brand aziendale coerenti alla Mission e alla Vision; collaborare all'elaborazione di messaggi per la promozione di un Brand aziendale.
--	--

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 scritta/esercitazione : stesura di un copione per un podcast o uno storytelling promozionale	Applicare i principi della comunicazione efficace verbale e non verbale (visiva)
2	Febbraio	Verifica formativa scritta/esercitazione: costruire un brand aziendale attraverso le diverse fasi (visione e mission, marchio e marca)	Utilizzare i mezzi della comunicazione in rapporto a specifici obiettivi e target
3	Aprile-Maggio	Prova autentica/compito di realtà: stesura di un piano redazionale per i social media di un'impresa	Utilizzare strumenti e tecniche per l'elaborazione di messaggi e la promozione del brand aziendale e di prodotti e servizi in situazioni diversificate

GRIGLIA DI VALUTAZIONE

LIVELLO INDICATORE	SCARSO (4)	INSUFFICIENTE (5)	SUFFICIENTE (6)	DISCRETO (7)	BUONO (8)	OTTIMO (9)	ECCELLENTE (10)
Applica i principi della comunicazione efficace verbale e non verbale (visiva)	Non identifica né applica correttamente i principi appresi	Identifica i principi ma l'applicazione è errata o incompleta	Concetti teorici applicati in modo essenziale	Applicazione adeguata e senza imprecisioni	Applicazione accurata della teoria della comunicazione verbale e non verbale	Padronanza dei principi della comunicazione verbale scritta ed iconica	Applicazione critica, completa e con piena padronanza della teoria alla comunicazione verbale e non verbale
Utilizza i mezzi della comunicazione in rapporto a specifici obiettivi e target	Non riesce a utilizzare le tecniche della comunicazione in modo efficace o consapevole degli obiettivi e del target	Mostra difficoltà nell'utilizzare le tecniche di comunicazione in modo autonomo o consapevole nell'esercizio della comunicazione in ambito commerciale .	Utilizza le tecniche di comunicazione in ambito commerciale in modo basilare, con supporto necessario per operazioni complesse.	Utilizza le tecniche di comunicazione apprese in modo adeguato, ma necessita di supporto per funzioni più avanzate come l'esercizio di una comunicazione commerciale adeguata.	Utilizza le tecniche e le strategie con competenza, seppur limitata a situazioni di semplici situazioni in ambito commerciale.	Dimostra un uso efficace e consapevole delle tecniche e delle strategie di comunicazione in ambito commerciale sfruttandone le principali opportunità.	Utilizza in modo autonomo ed orientato al problem solving tecniche comunicative nell'esercizio della comunicazione in ambito commerciale, mostrando piena consapevolezza delle strategie utilizzate.
Utilizza strumenti e tecniche per l'elaborazione di messaggi e la promozione del brand aziendale e di prodotti e servizi in situazioni diversificate	Non riconosce né utilizza tecniche per l'elaborazione di messaggi e la promozione del brand aziendale	Riconosce in modo confuso le tecniche per l'elaborazione di messaggi e la promozione del brand aziendale ,	Riconosce ed utilizza in modo essenziale ma non sempre pertinente strumenti e tecniche per l'elaborazione di	Riconosce ed utilizza in modo pertinente strumenti e tecniche per l'elaborazione di messaggi e la	Riconosce ed utilizza in modo pertinente ma non personalizzato strumenti e tecniche per l'elaborazione di	Riconosce ed utilizza in modo personale ed originale strumenti e tecniche per l'elaborazione di messaggi e la	Riconosce ed utilizza in modo personale ed originale strumenti e tecniche per l'elaborazione di messaggi e la

GRIGLIA DI VALUTAZIONE

<u>LIVELLO</u> INDICATORE	SCARSO (4)	INSUFFICIENTE (5)	SUFFICIENTE (6)	DISCRETO (7)	BUONO (8)	OTTIMO (9)	ECCELLENTE (10)
		senza saperle utilizzare	messaggi e la promozione del brand aziendale	promozione del brand aziendale	messaggi e la promozione del brand aziendale	promozione del brand aziendale	promozione del brand aziendale con riferimenti ai modelli teorici

SEZIONE 1 – PROGRAMMAZIONE DISCIPLINARE

(elenco e descrizione Laboratori e Unità Di Apprendimento)

UDA. 3

L'ecologia della comunicazione e dei media:

3.1 L'approccio sistemico-relazionale nello studio della comunicazione interpersonale: la Pragmatica della comunicazione umana

3.2 La società di massa e le comunicazioni sociali

FINALITÀ

“Sviluppare consapevolezza riguardo le dinamiche e le strategie metacomunicative, sia nell'utilizzo della comunicazione interpersonale che in quella sociale, con particolare riferimento ai media digitali ”.

ARGOMENTI, TEMI ED ELEMENTI TRATTATI

3.1 L'approccio sistemico-relazionale nello studio della comunicazione interpersonale: La Pragmatica della comunicazione umana

- I fondamenti della Pragmatica della comunicazione umana
- Gli assiomi della comunicazione umana
- La consapevolezza del linguaggio delle emozioni sulla comunicazione verbale e non verbale
- L'ascolto attivo e la consapevolezza delle proprie competenze emotive

3.2 La società di massa e le comunicazioni sociali

- La media ecology e l'uso consapevole dei media
- I web e la sua evoluzione
- I modelli di comunicazione di massa ed interpersonale nei social network

OBIETTIVI DA VALUTARE

indicare con un asterisco (*) quelli MINIMI da perseguire

CONOSCENZE	Conoscere l'importanza degli aspetti pragmatici della comunicazione* Conoscere il ruolo dei sentimenti e delle emozioni e il linguaggio del corpo nell'interazione comunicativa Conoscere i modelli della comunicazione di massa Conoscere i linguaggi dei new media* Conoscere i rischi del web in rapporto alla gestione della propria immagine
ABILITÀ	E' consapevole della dimensione meta-comunicativa Sa gestire con consapevolezza i linguaggi non verbali Utilizzare in modo consapevole i social* Sa riconoscere delle fake news
COMPETENZE DISCIPLINARI	Migliorare la qualità di relazione, comunicazione, ascolto, cooperazione e senso di responsabilità nell'esercizio dei propri ruoli sociali* Interagire in modo responsabile attraverso varie tecnologie* Analizzare, confrontare e valutare criticamente la credibilità e l'affidabilità delle fonti di informazione Cogliere criticamente i mutamenti culturali, sociali e tecnologici della società contemporanea Essere in grado di evitare rischi nell'ambiente digitale per la salute ed il benessere psicofisico propri ed altrui
COMPETENZE TRASVERSALI (come da registro online)	Competenza 2AG: Utilizzare il patrimonio lessicale ed espressivo della lingua italiana secondo le esigenze comunicative nei vari contesti Competenza 7AG: Individuare ed utilizzare le moderne forme di comunicazione visiva e multimediale, anche con riferimento alle strategie espressive e agli strumenti tecnici della comunicazione in rete Competenza 8AG: Utilizzare le reti e gli strumenti informatici nelle attività di studio, ricerca e approfondimento Competenza 2CI: Curare l'applicazione, l'adattamento e l'implementazione dei sistemi informativi aziendali contribuendo a semplici personalizzazioni degli applicativi informatici e degli spazi di archiviazione aziendale, a supporto dei processi amministrativi, logistici o commerciali tenendo conto delle norme, degli strumenti e dei processi che garantiscono il trattamento dei dati e la loro protezione in condizioni di sicurezza e riservatezza Competenza intermedia: Utilizzare software applicativi secondo procedure e regole di comunicazione della media ecology. Realizzare semplici personalizzazioni di pagine web social, con particolare riferimento ai social network individuando le

	modalità di realizzazione più adeguate. Assicurare il rispetto e la conformità del trattamento dei dati alle norme sulla privacy sulla sicurezza e sulla riservatezza
--	---

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 Marzo	Verifica formativa orale: Interrogazione sulle diverse teorie studiate	Conosce l'importanza degli aspetti pragmatici della comunicazione
2	Aprile-Maggio	Verifica sommativa orale: interrogazione sui nuclei fondanti la teoria della comunicazione digitale con collegamenti ed esemplificazioni di carattere pratico ed operativo	Conosce i linguaggi dei new media Utilizza in modo consapevole i social

GRIGLIA DI VALUTAZIONE

<u>LIVELLO</u> INDICATORE	SCARSO (4)	INSUFFICIENTE (5)	SUFFICIENTE (6)	DISCRETO (7)	BUONO (8)	OTTIMO (9)	ECCELLENTE (10)
Conosce l'importanza degli aspetti pragmatici della comunicazione	Non identifica né applica correttamente i principi appresi	Identifica i principi ma l'applicazione è errata o incompleta	Concetti teorici applicati in modo essenziale	Applicazione adeguata e senza imprecisioni	Applicazione accurata della teoria della comunicazione verbale	Padronanza dei principi della comunicazione verbale scritta	Applicazione critica, completa e con piena padronanza della comunicazione scritta
Conosce i linguaggi dei new media	Non conosce né riesce a utilizzare le tecniche della	Conosce scarsamente il funzionamento e le	Conosce le regole ed il funzionamento dei	Conosce le regole ed il funzionamento dei	Conosce le regole ed il funzionamento dei	Dimostra una buona conoscenza delle regole e del	Conosce le regole e il funzionamento della

GRIGLIA DI VALUTAZIONE							
<u>LIVELLO</u> INDICATORE	SCARSO (4)	INSUFFICIENTE (5)	SUFFICIENTE (6)	DISCRETO (7)	BUONO (8)	OTTIMO (9)	ECCELLENTE (10)
Utilizza in modo consapevole i social	comunicazione in rete in modo efficace o consapevole delle regole dei social	regole dei social e mostra difficoltà nell'utilizzare in modo autonomo e consapevole le tecniche della comunicazione in rete	social ed utilizza le tecniche della comunicazione in rete in modo basilare se guidato e supportato	social ed utilizza le tecniche della comunicazione in rete in modo adeguato seppur essenziale	social ed utilizza le tecniche della comunicazione in rete in modo adeguato	funzionamento della comunicazione in rete e ne fa un uso consapevole sfruttandone le principali opportunità.	comunicazione in rete in maniera approfondita ed esprime riflessioni metacomunicative in merito apprezzabili; utilizza i social in piena autonomia e consapevolezza

SEZIONE 2 – PROVA DISCIPLINARE COMUNE (maggio)

DESCRIZIONE
ARGOMENTI, TEMI ED ELEMENTI OGGETTO DELLA VERIFICA 1. ... 2. ... 3. ... 4. ...

OBIETTIVI DA VALUTARE

CONOSCENZE	1. Conoscenza 2. Conoscenza 3. Conoscenza 4. ...
ABILITÀ	5. Abilità 6. Abilità 7. Abilità 8. ...
COMPETENZE DISCIPLINARI	9. Competenza 10. Competenza 11. Competenza 12. ...

GRIGLIA DI VALUTAZIONE

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)

I fondamenti teorici dei processi comunicativi:

Gli scopi e le funzioni della comunicazione

L'espressione dei bisogni comunicativi: la piramide dei bisogni di A. Maslow

Le funzioni linguistiche

Il modello cibernetico del flusso comunicativo

La comunicazione lineare unidirezionale

La comunicazione circolare e il feedback comunicativo

La comunicazione verbale e non verbale

I segni linguistici e i codici della comunicazione

Elementi di personal branding professionale

Immagine ed identità nel web

Presentare se stessi agli altri: il CV, la lettera di presentazione, la email di candidatura professionale

OBIETTIVI MINIMI DA VALUTARE

CONOSCENZE	Conoscere il lessico e i concetti chiave delle più importanti teorie sulla comunicazione Conoscere le caratteristiche della comunicazione verbale scritta
ABILITÀ	Applicare i concetti teorici appresi alla comunicazione verbale scritta Applicare i concetti teorici appresi alla comunicazione verbale scritta in ambito digitale Valutare la correttezza di un testo scritto (grammatica e sintassi) e la sua rispondenza con gli obiettivi comunicativi definiti
COMPETENZE DISCIPLINARI	Sistematizzare e informatizzare testi scritti

GRIGLIA DI VALUTAZIONE

GRIGLIA DI VALUTAZIONE DELLA VERIFICA DI RECUPERO DEL PRIMO QUADRIMESTRE							
LIVELLO INDICATORE	SCARSO	INSUFFICIENTE	SUFFICIENTE	DISCRETO	BUONO	OTTIMO	COMPLETO
Conosce il lessico e i concetti chiave delle più importanti teorie sulla comunicazione	Non dimostra alcuna conoscenza delle teorie	Conoscenza molto limitata e frammentaria	Conoscenza di base con qualche difficoltà	Conoscenza degli aspetti fondamentali	Buone conoscenze dei principi teorici	Conoscenze solide e complete	Conoscenze approfondite e dettagliate delle teorie
Applica i concetti teorici appresi alla comunicazione verbale scritta	Non identifica né applica correttamente i principi appresi	Identifica i principi ma l'applicazione è errata o incompleta	Concetti teorici applicati in modo essenziale	Applicazione adeguata e senza imprecisioni	Applicazione accurata della teoria della comunicazione verbale	Padronanza dei principi della comunicazione verbale scritta	Applicazione critica, completa e con piena padronanza della comunicazione scritta
Valuta la correttezza di un testo scritto (grammatica e sintassi) e la sua rispondenza con gli obiettivi comunicativi definiti	Non conosce i requisiti della comunicazione verbale scritta	La produzione verbale scritta presenta errori e contenuti non pertinenti	La produzione verbale scritta è sufficientemente corretta ma non pertinente	La produzione verbale scritta è sufficientemente corretta ma non pertinente	Il testo scritto è sintatticamente apprezzabile ma non sempre pertinente gli obiettivi	Il testo scritto è corretto ma non sempre pertinente gli obiettivi	La valutazione del testo scritto è corretta sia dal punto sintattico che funzionale agli obiettivi

GRIGLIA DI VALUTAZIONE DELLA VERIFICA DI RECUPERO DEL PRIMO QUADRIMESTRE							
LIVELLO INDICATORE	SCARSO	INSUFFICIENTE	SUFFICIENTE	DISCRETO	BUONO	OTTIMO	COMPLETO
Applica i concetti teorici appresi alla comunicazione verbale scritta in ambito digitale	Non identifica né applica correttamente i principi appresi	Identifica i principi ma l'applicazione è errata o incompleta	Concetti teorici applicati in modo essenziale	Applicazione adeguata e senza imprecisioni	Applicazione accurata della teoria della comunicazione verbale scritta	Padronanza dei principi della comunicazione verbale scritta	Applicazione critica, completa e con piena padronanza della teoria alla comunicazione verbale

ARGOMENTI, TEMI ED ELEMENTI OGGETTO DELL'EVENTUALE CORSO DI RECUPERO E DELLA VERIFICA DI RECUPERO DEL SECONDO QUADRIMESTRE

(IN RIFERIMENTO AGLI OBIETTIVI MINIMI)

La comunicazione verbale efficace

I principi della comunicazione efficace
 I fattori che ostacolano la comunicazione efficace
 I filtri percettivi nei servizi commerciali; le credenze e i valori
 L'efficacia comunicativa: influenza e persuasione sociale

La comunicazione visiva e multimediale

Caratteristiche generali dei linguaggi non verbali, con particolare riferimento al linguaggio iconico
 I principi della percezione visiva umana
 L'efficacia della comunicazione visiva nei servizi commerciali: forma, colore e comunicazione

La brand identity aziendale

La costruzione del brand: marchio e marca
 La struttura del marchio aziendale
 I fattori costitutivi della marca aziendale

I bisogni comunicativi dell'azienda: analisi di casi aziendali

Gli obiettivi aziendali
 L'individuazione del target di riferimento

Il lancio social dell'azienda

La comunicazione integrata

I requisiti comunicativi di un post efficace

OBIETTIVI MINIMI DA VALUTARE

CONOSCENZE	Conoscere gli elementi essenziali di una comunicazione, le funzioni linguistiche e i codici Conoscere i linguaggi base del web Conoscere l'efficacia della comunicazione visiva/multimediale e le sue regole Conoscere l'importanza degli aspetti pragmatici della comunicazione Conoscere i linguaggi dei new media
ABILITÀ	Utilizzare i mezzi della comunicazione in rapporto a specifici obiettivi e target Utilizzare il lessico e la fraseologia di settore Utilizzare strumenti e tecniche per l'elaborazione di messaggi e la promozione del Brand aziendale e di prodotti e servizi in situazioni diversificate Utilizzare in modo consapevole i social
COMPETENZE DISCIPLINARI	Comunicare in modo sempre più efficace dal punto di vista verbale e non verbale Migliorare la qualità di relazione, comunicazione, ascolto, cooperazione e senso di responsabilità nell'esercizio dei propri ruoli sociali Interagire in modo responsabile attraverso varie tecnologie

GRIGLIA DI VALUTAZIONE

GRIGLIA DI VALUTAZIONE DELLA VERIFICA DI RECUPERO DEL SECONDO QUADRIMESTRE							
LIVELLO INDICATORE	SCARSO	INSUFFICIENTE	SUFFICIENTE	DISCRETO	BUONO	OTTIMO	COMPLETO
Applica i principi della comunicazione efficace verbale e non verbale (visiva)	Non identifica né applica correttamente i principi appresi	Identifica i principi ma l'applicazione è errata o incompleta	Concetti teorici applicati in modo essenziale	Applicazione adeguata e senza imprecisioni	Applicazione accurata della teoria della comunicazione	Padronanza dei principi della comunicazione verbale scritta ed iconica	Applicazione critica, completa e con piena padronanza della teoria alla

GRIGLIA DI VALUTAZIONE DELLA VERIFICA DI RECUPERO DEL SECONDO QUADRIMESTRE							
LIVELLO INDICATORE	SCARSO	INSUFFICIENTE	SUFFICIENTE	DISCRETO	BUONO	OTTIMO	COMPLETO
					verbale e non verbale		comunicazione verbale e non verbale
Utilizza i mezzi della comunicazione in rapporto a specifici obiettivi e target	Non riesce a utilizzare le tecniche della comunicazione in modo efficace o consapevole degli obiettivi e del target	Mostra difficoltà nell'utilizzare le tecniche di comunicazione in modo autonomo o consapevole nell'esercizio della comunicazione in ambito commerciale	Utilizza le tecniche di comunicazione in ambito commerciale in modo basilare, con supporto necessario per operazioni complesse.	Utilizza le tecniche di comunicazione apprese in modo adeguato, ma necessita di supporto per funzioni più avanzate come l'esercizio di una comunicazione commerciale adeguata.	Utilizza le tecniche e le strategie con competenza, seppur limitata a situazioni di semplici situazioni in ambito commerciale.	Dimostra un uso efficace e consapevole delle tecniche e delle strategie di comunicazione in ambito commerciale sfruttandone le principali opportunità.	Utilizza in modo autonomo ed orientato al problem solving tecniche comunicative nell'esercizio della comunicazione in ambito commerciale, mostrando piena consapevolezza delle strategie utilizzate.
Utilizza strumenti e tecniche per l'elaborazione di messaggi e la promozione del brand aziendale e di prodotti e servizi in situazioni diversificate	Non riconosce né utilizza tecniche per l'elaborazione di messaggi e la promozione del brand aziendale	Riconosce in modo confuso le tecniche per l'elaborazione di messaggi e la promozione del brand aziendale, senza saperle utilizzare	Riconosce ed utilizza in modo essenziale ma non sempre pertinente strumenti e tecniche per l'elaborazione di messaggi e la promozione del brand aziendale	Riconosce ed utilizza in modo pertinente strumenti e tecniche per l'elaborazione di messaggi e la promozione del brand aziendale	Riconosce ed utilizza in modo pertinente ma non personalizzato strumenti e tecniche per l'elaborazione di messaggi e la promozione del brand aziendale	Riconosce ed utilizza in modo personale ed originale strumenti e tecniche per l'elaborazione di messaggi e la promozione del brand aziendale	Riconosce ed utilizza in modo personale ed originale strumenti e tecniche per l'elaborazione di messaggi e la promozione del brand aziendale con riferimenti ai modelli teorici
Conosce l'importanza degli aspetti pragmatici della comunicazione	Non identifica né applica correttamente i principi appresi	Identifica i principi ma l'applicazione è errata o incompleta	Concetti teorici applicati in modo essenziale	Applicazione adeguata e senza imprecisioni	Applicazione accurata della teoria della comunicazione verbale	Padronanza dei principi della comunicazione verbale scritta	Applicazione critica, completa e con piena padronanza della

GRIGLIA DI VALUTAZIONE DELLA VERIFICA DI RECUPERO DEL SECONDO QUADRIMESTRE							
LIVELLO INDICATORE	SCARSO	INSUFFICIENTE	SUFFICIENTE	DISCRETO	BUONO	OTTIMO	COMPLETO
							comunicazione scritta
Conosce i linguaggi dei new media Utilizza in modo consapevole i social	Non conosce né riesce a utilizzare le tecniche della comunicazione in rete in modo efficace o consapevole delle regole dei social	Conosce scarsamente il funzionamento e le regole dei social e mostra difficoltà nell'utilizzare in modo autonomo e consapevole le tecniche della comunicazione in rete	Conosce le regole ed il funzionamento dei social ed utilizza le tecniche della comunicazione in rete in modo basilare se guidato e supportato	Conosce le regole ed il funzionamento dei social ed utilizza le tecniche della comunicazione in rete in modo adeguato seppur essenziale	Conosce le regole ed il funzionamento dei social ed utilizza le tecniche della comunicazione in rete in modo adeguato	Dimostra una buona conoscenza delle regole e del funzionamento della comunicazione in rete e ne fa un uso consapevole sfruttandone le principali opportunità.	Conosce le regole e il funzionamento della comunicazione in rete in maniera approfondita ed esprime riflessioni metacomunicative in merito apprezzabili; utilizza i social in piena autonomia e consapevolezza