



# PROGRAMMAZIONE PER AMBITO DISCIPLINARE

a.s. 2019/2020

Ambito di: **STORIA**

a cura del responsabile di ambito

Prof.ssa Maria Laura Perfetti



Effective CAF User



Agenzia Formativa  
Bianciardi



Consorzio Istituti Professionali  
Associati Italiani



Test Center AHKU0001



CISCO Academy

L'AMBITO DISCIPLINARE DI TEORIA DELLA COMUNICAZIONE STABILISCE CHE:

1. I docenti prevedono un congruo numero di ore per il recupero in itinere e una verifica finale che accerti l'eventuale recupero avvenuto, tale recupero può essere attuato alla fine di uno o più moduli a seconda delle necessità del docente e della classe.
2. I docenti si propongono di favorire, quando si presenti l'occasione, i collegamenti interdisciplinari.
3. I docenti favoriranno quando possibile la didattica laboratoriale.

FIRMA DEI DOCENTI:

Bellumori  
Buglione  
Ceroni  
Iuzzolino  
Lacagnina  
Laccone  
Pagano  
Pappalardo  
Parisi Gigliola  
Perfetti  
Piani  
Tollapi

## PROGRAMMAZIONE PER COMPETENZE

A.S. 2019/20

**AMBITO DISCIPLINARE: TECNICHE DI COMUNICAZIONE**

**ORDINE DI SCUOLA: TECNICO**

**INDIRIZZO: GRAFICA E COMUNICAZIONE**

**CLASSE: TERZA**

|   |   |
|---|---|
| <b>MODULO N.1<br/>TITOLO</b>  | <b>LA COMUNICAZIONE</b>   |
| <b>COMPETENZA</b>   | <ul style="list-style-type: none"><li><input type="checkbox"/> Utilizzare il patrimonio lessicale ed espressivo della lingua italiana secondo le esigenze comunicative nei vari contesti: sociali, culturali, scientifici, economici, tecnologici</li><li>• Individuare ed utilizzare gli strumenti di comunicazione e di team working più appropriati per intervenire nei contesti organizzativi e professionali di riferimento</li><li><input type="checkbox"/> Utilizzare e produrre strumenti di comunicazione visiva e multimediale, anche in riferimento alle strategie espressive e agli strumenti tecnici della comunicazione in rete</li><li>• Imparare ad imparare</li></ul>  |
| <b>Descrizione di cosa<br/>l'alunno deve SAPER<br/>FARE (descrittori)</b> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Presenta con lessico e competenze comunicative adeguate prodotti multimediali e le conoscenze acquisite nei moduli affrontati.</li><li>• Individua gli elementi della comunicazione, ne riconosce i segni, individua la relazione tra comunicazione e interpretazione; Riconosce il rapporto tra comportamento e comunicazione; Riconosce il linguaggio verbale, paraverbale e non verbale.</li><li>• Analizza e predispone semplici prodotti di promozione sociale</li><li>• Organizza il suo apprendimento in ordine a tempi, fonti, risorse, tecnologie, reperite anche al di là della situazione scolastica</li><li>• Comprende se è in grado di affrontare da solo una nuova situazione di apprendimento/ acquisizione o deve avvalersi di altri apporti (esperti, gruppo, fonti dedicate, strumentazioni)</li></ul> |

|                                       |   |
|---------------------------------------|---|
|                                       |   |
| <b>STRUTTURA DI APPRENDIMENTO</b>     | <p><b>Conoscenze:</b></p> <p>Comunicazione verbale e non verbale: La teoria umanistica e la tecnica di comunicazione empatica</p> <p><b>Contenuti:</b></p> <p>Parti che compongono uno scambio comunicativo e relativi blocchi della comunicazione; prossemica, cinesica e paraverbale; funzioni della comunicazione; strategie persuasive attraverso la parola; la differenza fra il modello matematico della comunicazione e quello psicologico; la prospettiva pragmatica della comunicazione umana (gli assiomi); conoscere la differenza fra codice verbale e non verbale e loro diversa funzione; Le dinamiche di gruppo: relazioni e gruppi; La struttura di un gruppo; I gruppi di lavoro; I gruppi di ascolto; Stili comunicativi; La leadership e stili di leadership; Strategia di comunicazione efficace; Tecniche di ascolto attivo;</p> |
| <b>TEMPI</b>                          | Settembre-Novembre  |
| <b>METODOLOGIA</b>                    | <p>Lezione frontale e interattiva</p> <p>Apprendimento cooperativo</p> <p>Lezione che favorisce il confronto e la discussione</p> <p>Elaborazione individuale o di gruppo</p> <p>Utilizzazione di vari codici: verbali, visivi, audiovisivi</p>   |
| <b>MODALITÀ DI VERIFICA</b>           | Interrogazioni orali, verifiche strutturate e semi-strutturate, elaborati scritti.  |
| <b>COLLEGAMENTI INTERDISCIPLINARI</b> |   |

|                              |  |
|------------------------------|--|
| <b>MODULO N.2<br/>TITOLO</b> | <b>LA PUBBLICITA'</b>  |
| <b>COMPETENZA</b>            | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Utilizzare e produrre strumenti di comunicazione visiva e multimediale, anche con riferimento alle strategie espressive e agli strumenti tecnici della comunicazione in rete</li> <li>• Imparare ad imparare</li> </ul> |

|   |   |
|---|---|
| <b>Descrizione di cosa l'alunno deve SAPER FARE (descrittori)</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Analizza e predispone semplici prodotti di promozione sociale</li> <li>• Raccoglie, seleziona e utilizza informazioni utili allo studio. Sa gestire in modo appropriato i diversi supporti utilizzati e scelti</li> </ul>  |
| <b>STRUTTURA DI APPRENDIMENTO</b>                                 | <p><b>Conoscenze:</b></p> <p>Funzioni e strategie della pubblicità attraverso differenti mezzi di comunicazione</p> <p><b>Contenuti:</b></p> <p>La pubblicità: parole e definizioni; La storia; I personaggi; Costruire il messaggio; Il linguaggio pubblicitario; L'analisi della pubblicità; Dentro il messaggio e oltre: il ruolo sociale della pubblicità. Conoscere nelle sue tappe essenziali l'evoluzione dei mezzi di comunicazione e loro impatto sulla società e la cultura (dall'oralità al villaggio globale); conoscere il diverso impatto sul pubblico dei mezzi di comunicazione; storia della pubblicità e strategie persuasive</p> |
| <b>TEMPI</b>  | Dicembre-Febbraio   |
| <b>METODOLOGIA</b>  | <p>Lezione frontale e interattiva</p> <p>Apprendimento cooperativo</p> <p>Lezione che favorisce il confronto e la discussione</p> <p>Elaborazione individuale o di gruppo</p> <p>Utilizzazione di vari codici: verbali, visivi, audiovisivi</p>   |
| <b>MODALITÀ DI VERIFICA</b>                                       | Interrogazioni orali, verifiche strutturate e semi-strutturate, elaborati scritti.  |
| <b>COLLEGAMENTI INTERDISCIPLINARI</b>                             |   |

|                              |   |
|------------------------------|---|
| <b>MODULO N.3<br/>TITOLO</b> | <b>I MASS MEDIA E LE NUOVE TECNOLOGIE</b>   |
| <b>COMPETENZA</b>            | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Individuare e utilizzare gli strumenti di comunicazione e di team working più appropriati per intervenire nei contesti organizzativi e professionali di riferimento</li> <li>• Imparare ad imparare</li> </ul> |

|   |  |
|---|--|
| <b>Descrizione di cosa l'alunno deve SAPER FARE (descrittori)</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lo studente dovrà essere in grado di riconoscere i differenti tipi di format televisivi e le finalità corrispondenti</li> <li>• Dovrà riconoscere i differenti tipi di social network e le finalità corrispondenti</li> <li>• Dovrà analizzare e monitorare le esigenze del mercato dei settori di riferimento</li> <li>• Ricerca in modo autonomo fonti e informazioni</li> </ul>  |
| <b>STRUTTURA DI APPRENDIMENTO</b>                                 | <p><b>Conoscenze:</b></p> <p>Comunicazione attraverso mass media e strategie di persuasione</p> <p><b>Contenuti:</b></p> <p>L'evoluzione sociale dei media; cosa sono i mezzi di comunicazione di massa, quali caratteristiche hanno e che tipo di flussi comunicativi mettono in atto; Marshall McLuhan: il mezzo è il messaggio ovvero la valenza comunicativa dei diversi canali, la distinzione fra media caldi e media freddi; Thompson e le diverse relazioni fra emittente e ricevente create dai mezzi di comunicazione (faccia a faccia, interazione mediata e quasi interazione mediata); la teoria dell'agenda setting e quella della fruizione selettiva; modelli comunicativi e linguaggi: mass media tradizionali e newmedia</p> |
| <b>TEMPI</b>  | Marzo – Maggio   |
| <b>METODOLOGIA</b>  | Lezione frontale e interattiva<br>Apprendimento cooperativo<br>Lezione che favorisce il confronto e la discussione<br>Elaborazione individuale o di gruppo<br>Utilizzazione di vari codici: verbali, visivi, audiovisivi   |
| <b>MODALITÀ DI VERIFICA</b>                                       | Interrogazioni orali, verifiche strutturate e semi-strutturate, elaborati scritti.   |
| <b>COLLEGAMENTI INTERDISCIPLINARI</b>                             |  |

**AMBITO DISCIPLINARE:**

**ORDINE DI SCUOLA: TECNICO**

**INDIRIZZO: GRAFICA E COMUNICAZIONE**

**CLASSE: QUARTA**

|   |   |
|---|---|
| <b>MODULO N.1<br/>TITOLO</b>  | <b>LA COMUNICAZIONE E LA COMUNICAZIONE D'IMPRESA</b>  |
| <b>COMPETENZA</b>   | <ul style="list-style-type: none"><li>• Utilizzare il patrimonio lessicale ed espressivo della lingua italiana secondo le esigenze comunicative nei vari contesti: sociali, culturali, scientifici, economici, tecnologici</li><li>• Competenze sociali e civiche</li></ul>       |
| <b>Descrizione di cosa<br/>l'alunno deve SAPER<br/>FARE (descrittori)</b> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Utilizza i mezzi della comunicazione in funzione degli obiettivi della committenza e del target</li><li>• Comunica idee, opinioni, sentimenti in modo costruttivo in contesti diversi</li></ul>   |
| <b>STRUTTURA DI<br/>APPRENDIMENTO</b>                                     | <p><b>Conoscenze:</b></p> <p>Il processo di comunicazione e la comunicazione d'impresa</p> <p><b>Contenuti:</b></p> <p>La comunicazione aziendale; definizione e obiettivi della comunicazione aziendale; gli strumenti; le fasi dello sviluppo di una comunicazione efficace</p> |

|                                       |  |
|---------------------------------------|--|
| <b>TEMPI</b>                          | Settembre – Novembre   |
| <b>METODOLOGIA</b>                    | Lezione frontale e interattiva<br>Apprendimento cooperativo<br>Lezione che favorisce il confronto e la discussione<br>Elaborazione individuale o di gruppo<br>Utilizzazione di vari codici: verbali, visivi, audiovisivi |
| <b>MODALITÀ DI VERIFICA</b>           | Interrogazioni orali, verifiche strutturate e semi-strutturate, elaborati scritti.   |
| <b>COLLEGAMENTI INTERDISCIPLINARI</b> |  |

|   |  |
|---|--|
| <b>MODULO N.2<br/>TITOLO</b>                                      | <b>L'IMPRESA E IL MARKETING</b>  |
| <b>COMPETENZA</b>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Analizzare e monitorare le esigenze del mercato dei settori di riferimento</li> <li>• Competenze sociali e civiche</li> </ul>   |
| <b>Descrizione di cosa l'alunno deve SAPER FARE (descrittori)</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dimostra capacità critica nell'analisi della realtà sociale, economica e culturale contemporanea</li> <li>• Partecipa alle conversazioni e al lavoro di gruppo con disponibilità ad ascoltare le opinioni degli altri</li> </ul>  |
| <b>STRUTTURA DI APPRENDIMENTO</b>                                 | <p><b>Conoscenze:</b></p> <p>Lo stretto rapporto tra impresa e marketing</p> <p><b>Contenuti:</b></p> <p>concetti aziendali e giuridici, il rapporto impresa-azienda, l'ambiente socio-culturale (macroambiente), ambiente competitivo (microambiente), la catena del valore, l'attività di pianificazione aziendale, il marketing (definizioni), la pianificazione strategica di marketing, nuove frontiere del marketing, il sistema informativo aziendale</p> |



|                                       |  |
|---------------------------------------|--|
| <b>TEMPI</b>                          | Novembre – Dicembre  |
| <b>METODOLOGIA</b>                    | Lezione frontale e interattiva<br>Apprendimento cooperativo<br>Lezione che favorisce il confronto e la discussione<br>Elaborazione individuale o di gruppo<br>Utilizzazione di vari codici: verbali, visivi, audiovisivi |
| <b>MODALITÀ DI VERIFICA</b>           | Interrogazioni orali, verifiche strutturate e semi-strutturate, elaborati scritti.   |
| <b>COLLEGAMENTI INTERDISCIPLINARI</b> |  |

|   |  |
|---|--|
| <b>MODULO N.3<br/>TITOLO</b>                                      | <b>LE PUBBLICHE RELAZIONI E LA PUBBLICITA’</b>   |
| <b>COMPETENZA</b>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Utilizzare e produrre strumenti di comunicazione visiva e multimediale, anche con riferimento alle strategie espressive e agli strumenti tecnici della comunicazione in rete</li> <li>• Competenze sociali e civiche</li> </ul> |
| <b>Descrizione di cosa l’alunno deve SAPER FARE (descrittori)</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Analizza campagne di comunicazione e pubblicitarie nazionali e internazionali</li> <li>• Gestisce in modo autonomo la conflittualità e favorisce il confronto</li> </ul>  |
| <b>STRUTTURA DI APPRENDIMENTO</b>                                 | <p><b>Conoscenze:</b></p> <p>Le pubbliche relazioni e la pubblicità.</p> <p><b>Contenuti:</b></p> <p>Parole e definizioni, la storia, i personaggi.</p>  |

|                                       |  |
|---------------------------------------|--|
| <b>TEMPI</b>                          | Dicembre – Febbraio  |
| <b>METODOLOGIA</b>                    | Lezione frontale e interattiva<br>Apprendimento cooperativo<br>Lezione che favorisce il confronto e la discussione<br>Elaborazione individuale o di gruppo<br>Utilizzazione di vari codici: verbali, visivi, audiovisivi |
| <b>MODALITÀ DI VERIFICA</b>           | Interrogazioni orali, verifiche strutturate e semi-strutturate, elaborati scritti (Tipologia A e B)  |
| <b>COLLEGAMENTI INTERDISCIPLINARI</b> |  |

|   |  |
|---|--|
| <b>MODULO N.4<br/>TITOLO</b>                                      | <b>I MASS MEDIA E LE NUOVE TECNOLOGIE</b>  |
| <b>COMPETENZA</b>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Individuare e utilizzare gli strumenti di comunicazione e di team working più appropriati per intervenire nei contesti organizzativi e professionali di riferimento</li> <li>• Competenze sociali e civiche</li> </ul>                              |
| <b>Descrizione di cosa l'alunno deve SAPER FARE (descrittori)</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sceglie prodotti di comunicazione in base a criteri di coerenza, efficacia comunicativa, interattività e fattibilità tecnica</li> <li>• È consapevole delle diversità e delle identità culturali in Europa</li> </ul>                               |
| <b>STRUTTURA DI APPRENDIMENTO</b>                                 | <p><b>Conoscenze:</b></p> <p>Utilizzo ed effetti dei mass media e le nuove tecnologie</p> <p><b>Contenuti:</b></p> <p>Comunicazione di massa e mass media, le caratteristiche dei mass media, il consumo dei media, pubblicità e media, media tradizionali e nuovi media, i nuovi media.</p> |

|                                       |  |
|---------------------------------------|--|
| <b>TEMPI</b>                          | Febbraio - Maggio  |
| <b>METODOLOGIA</b>                    | Lezione frontale e interattiva<br>Apprendimento cooperativo<br>Lezione che favorisce il confronto e la discussione<br>Elaborazione individuale o di gruppo<br>Utilizzazione di vari codici: verbali, visivi, audiovisivi |
| <b>MODALITÀ DI VERIFICA</b>           | Interrogazioni orali, verifiche strutturate e semi-strutturate, elaborati scritti.   |
| <b>COLLEGAMENTI INTERDISCIPLINARI</b> |  |

Grosseto, 11 novembre 2019