PROGRAMMAZIONE CON OBIETTIVI MINIMI

ANNO SCOLASTICO 2025/26

MATERIA : Teoria della comunicazione

IndirizzoTecnico- Grafico e Comunicazione

ANNO DI CORSO :IV

MODULO N. 1 :LA CAPACITA' DI LAVORARE IN GRUPPO		
Unita' didattica 1 **IL GRUPPO E LE SUE DINAMICHE**	**Contenuto:** **Il concetto di gruppo e le sue dinamiche.** **Obiettivi** **Acquisire la consapevolezza delle dinamiche di gruppo.**	**Tempi** **Ottobre**
Unita' didattica 2 **IL GRUPPO EFFICACE**	**Contenuto** **I ruoli caratteristici di un gruppo di lavoro.** **Obiettivi** **Conoscere le tecniche della comunicazione efficace nel gruppo.**	**Tempi** **Novembre**
MODULO N. 2 :LA COMUNICAZIONE EFFICACE A LIVELLO INTERPERSONALE		
Unita' didattica 1 **LA COMUNICAZIONE EFFICACE COME SKILL FOR LIFE**	**Contenuto** **L'intelligenza emotiva nella comunicazione. L'assertività.** **Obiettivi** **Acquisire la consapevolezza del rapporto esistente fra interiorità e dinamiche relazionali.**	**Tempi** **Novembre**
Unita' didattica 2 **IL MODELLO ECOLOGICO DI COMUNICAZIONE.**	**Contenuto** **L'ascolto attivo e la risposta efficace.** **Obiettivi** **Acquisire la consapevolezza dei concetti di empatia, assertività e comunicazione ecologica**	**Tempi** **Dicembre**
MODULO N. 3 :LE COMUNICAZIONI DI MASSA		

Unita' didattica 1 **SOCIETA' E COMUNICAZIONI DI MASSA**	**Contenuto** **I sistemi e i modelli della comunicazione sociale e di massa.**	**Tempi** **Gennaio**
	Obiettivi **Comprendere la specificità comunicativa dei principali network audiovisivi e a stampa.**	
Unita' didattica 2 **LA STORIA E I LINGUAGGI DEI MEDIA**	**Contenuto** **I network audiovisivi e a stampa e la loro specificità** **Obiettivi** **Utilizzare i mezzi della comunicazione in funzione degli obiettivi della committenza e del target.**	**Tempi** **Febbraio**
MODULO N. 4 **COMUNICAZIONI AZIENDALI E PUBBLICITARIA**		
Unita' didattica 1 **COMUNICAZIONE INTERNA ED ESTERNA ALL'AZIENDA**	**Contenuto** **La comunicazione d'impresa e le sue finalità. La marca ed il brand.**	**Tempi** **Marzo/Aprile**
	Obiettivi **Comprendere i principali fattori che determinano la comunicazione ed informazione di un sistema aziendale.**	
Unita' didattica 2 **IL LINGUAGGIO DEL MARKETING**	**Contenuto** **Il linguaggio pubblicitario e la campagna pubblicitaria**	**Tempi** **Maggio/Giugno**
	Obiettivi **Valutare le scelte comunicative dei progetti pubblicitari**	