

Classe: 4A s.c.  
Materia: Tecniche di comunicazione  
Docente: Nicoletta Berti

Programma svolto  
a.s. 2019/2020

Testo di riferimento: *NUOVO Tecniche di comunicazione* di Pietro Boccia - ed. Simone per la scuola.

**Modulo 1 – I processi comunicativi e il target di riferimento**

Unità 1 – I processi di comunicazione nelle società industriali

L'importanza del fattore umano nella comunicazione aziendale.  
I processi di comunicazione all'interno e all'esterno di un'azienda.

Unità 2 – La comunicazione aziendale e il target di riferimento

Stili di comportamento e comunicazione.  
Il comunicare nel mondo del lavoro.  
Le competenze relazionali.  
Strumenti di comunicazione aziendale.  
La presentazione in pubblico.  
Il target di riferimento: strategie, obiettivi e strumenti.  
La communication-mix e l'imbutto promozionale.  
Il merchandising e la sponsorizzazione.

**Modulo 2 – Modelli comunicativi e linguaggi dei media**

Unità 1 – I modelli comunicativi

Modello della teoria ipodermica.  
Modello della teoria funzionalista.  
Modello di Harold Lasswell.  
Modello della teoria critica.  
Modello della teoria culturologica.  
Modello della teoria dell'informazione.  
Modello comunicativo della teoria semiotica informazionale.  
Modello della teoria semiotico-testuale.  
Modello della teoria degli effetti limitati (di Paul Lazarsfeld).  
Modello della teoria degli usi e delle gratificazioni.

Unità 2 – I linguaggi dei media tradizionali e dei new media

Il linguaggio cinematografico, televisivo, della radio, teatrale, musicale, dell'arte, del fumetto, di programmazione e del web.

**Modulo 3 – Comunicazione pubblicitaria e sicurezza**

Unità 1 – Le attività di marketing e la customer satisfaction

I campi e le attività di marketing.  
La *customer satisfaction*.  
L'analisi della concorrenza.

Unità 2 – La comunicazione pubblicitaria

Definizione e classificazione della pubblicità.  
La pubblicità: teorie e approcci disciplinari.  
La pubblicità: i modelli di funzionamento.

Unità 3 – La sicurezza nella comunicazione pubblicitaria

Il Codice della comunicazione pubblicitaria.

La sicurezza nella comunicazione commerciale e pubblicitaria.

La sicurezza in rete e la comunicazione dei dati.

Codice di autodisciplina della comunicazione commerciale.

**DATA** 06/06/2020

**FIRMA DEL DOCENTE**

Nicoletta Berti