



ISTITUTO DI ISTRUZIONE SECONDARIA DI SECONDO GRADO

Rosa LuXemburg



ISTITUTO PROFESSIONALE indirizzi SERVIZI PER LA SANITÀ E L'ASSISTENZA SOCIALE e SERVIZI CULTURALI E DELLO SPETTACOLO

LICEO ARTISTICO indirizzi GRAFICA e AUDIOVISIVO E MULTIMEDIALE - Sede Acquaviva

ISTITUTO PROFESSIONALE per L'ENOGASTRONOMIA E L'OSPITALITÀ ALBERGHIERA - Sede Casamassima

**programmazione disciplinare CLASSE 2°A SCS**

**TECNOLOGIA E TECNICA DELLA COMUNICAZIONE VISIVA**

**Servizi Culturali e dello Spettacolo**

## UdA 1: LE COMUNICAZIONI DI MASSA: STORIA E LINGUAGGIO DEI MEDIA

COMPETENZE	Competenze disciplina	ABILITA'/CAPACITA	Contenuti	Tempi
<p>Individuare e utilizzare stili e linguaggi di specifici mercati e contesti espressivi in cui si colloca un prodotto culturale e dello spettacolo in prospettiva anche storica.</p> <p>Realizzare prodotti visivi, audiovisivi e sonori, anche in collaborazione con enti e istituzioni pubblici e privati, in coerenza con il target individuato.</p> <p>Realizzare soluzioni tecniche-espressive funzionali al concept del prodotto</p> <p>Padroneggiare le tecniche di segmentazione dei materiali di lavorazione e dei relativi contenuti, per effettuare la coerente ricomposizione nel prodotto finale.</p> <p>Operare in modo sistemico sulla base dei diversi processi formalizzati nei flussogrammi di riferimento.</p>	<p>Riconoscere le specificità e potenzialità della comunicazione a stampa, audiovisiva e digitale</p> <p>Imparare come i media influenzano la massa</p> <p>Utilizzare i mezzi di comunicazione visiva e multimediale, anche con riferimento alle strategie espressive e agli strumenti tecnici della comunicazione in rete</p> <p>Apprendere come l'evoluzione tecnologica trasforma i modelli comunicativi</p> <p>Riconoscere le specificità del linguaggio della televisione e la sua evoluzione</p> <p>Saper riconoscere le specificità del linguaggio radiofonico e la sua evoluzione</p> <p>Riconoscere le specificità del linguaggio dei videogiochi e la sua evoluzione</p>	<p>Riconoscere le specificità del linguaggio della stampa e la sua evoluzione</p> <p>Saper riconoscere la struttura di un giornale, la prima pagina e i generi giornalistici.</p> <p>Riconoscere le specificità del linguaggio del cinema e la sua evoluzione</p> <p>Saper individuare piani, campi e movimenti di macchina</p> <p>Saper sfruttare le potenzialità del cinema per fini comunicativi nell'ambito dei Servizi commerciali</p> <p>Saper riconoscere le tv generalista e le pay tv</p> <p>Saper sfruttare le potenzialità della radio per fini comunicativi nell'ambito dei Servizi commerciali</p> <p>Riconoscere le specificità del telefono e la sua evoluzione</p> <p>Saper riconoscere le specificità della Comunicazione in ambiente digitale e i servizi offerti da Internet</p> <p>Saper sfruttare le potenzialità del web per fini comunicativi nell'ambito dei Servizi commerciali</p>	<p>Storia e linguaggio dei media</p> <p>La stampa</p> <p>I periodici</p> <p>I quotidiani</p> <p>Il linguaggio dei quotidiani Giornalismo partecipativo e wikinews</p> <p>Il cinema</p> <p>Il linguaggio cinematografico</p> <p>La televisione</p> <p>Il linguaggio della televisione</p> <p>La radio</p> <p>Il linguaggio della radio</p> <p>I videogames e il mondo del gaming online</p> <p>Internet e i servizi offerti</p>	<p>Quadrimestre</p>

## UdA 2: LE COMPETENZE RELAZIONALI

Competenze	Competenze disciplinari	Abilità/Capacità	Contenuti	Tempi
<p>Individuare e utilizzare stili e linguaggi di specifici mercati e contesti espressivi in cui si colloca un prodotto culturale e dello spettacolo in prospettiva anche storica.</p> <p>Realizzare soluzioni tecniche-espressive funzionali al concept del prodotto.</p> <p>Progettare azioni di divulgazione e commercializzazione dei prodotti visivi, audiovisivi e sonori realizzati.</p>	<p>Acquisire la consapevolezza e la padronanza dei meccanismi che regolano il processo di comunicazione.</p> <p>Acquisire la capacità di interpretare il ruolo dei vari attori nelle relazioni interpersonali.</p> <p>Riconoscere e utilizzare strategie e tecniche di comunicazione ai fini di ottimizzare l'interazione comunicativa.</p> <p>Individuare i linguaggi funzionali ai vari contesti comunicativi.</p> <p>Capire e interpretare come gli atteggiamenti interiori, i valori, le credenze e le norme sociali condizionano le comunicazioni</p>	<p>Riconosce le Life Skills come competenze indispensabili per la qualità della vita, anche all'interno dell'ambiente di lavoro.</p> <p>Saper comprendere il ruolo delle emozioni e dei sentimenti in un atto comunicativo</p> <p>Riconoscere propri stati d'animo, sentimenti, intenzioni, interessi e li sa manifestare in modo chiaro e cortese</p> <p>Considerare oltre al proprio punto di vista proprio anche quello altrui</p> <p>Gestire le comunicazioni in modo sempre più assertivo</p> <p>Individuare i segnali verbali e non verbali dello stile passivo, aggressivo, manipolatorio e assertivo</p> <p>Riconoscere il proprio stile comunicativo abituale</p> <p>Riconoscere l'importanza delle norme sociali e delle regole per ottimizzare una comunicazione efficace</p>	<p>Life e soft skills</p> <p>L'intelligenza emotiva</p> <p>L'empatia</p> <p>L'assertività</p> <p>Gli stili comunicativi</p> <p>Lo stile passivo</p> <p>Lo stile aggressivo</p> <p>Lo stile manipolatorio</p> <p>Lo stile assertivo</p> <p>I valori e le credenze</p> <p>I pensieri irrazionali</p> <p>Norme sociali e regole relazionali</p>	<p>Quadrimestre</p>

### UdA 3: LE DINAMICHE SOCIALI

COMPETENZE	Competenze disciplina	ABILITA'/CAPACITA	Contenuti	Tempi
<p>Individuare e utilizzare stili e linguaggi di specifici mercati e contesti espressivi in cui si colloca un prodotto culturale e dello spettacolo in prospettiva anche storica.</p> <p>Realizzare soluzioni tecniche-espressive funzionali al concept del prodotto.</p> <p>Realizzare prodotti visivi, audiovisivi e sonori, anche in collaborazione con enti e istituzioni pubblici e privati, in coerenza con il target individuato.</p> <p>Padroneggiare le tecniche di segmentazione dei materiali di lavorazione e dei relativi contenuti, per effettuarne la coerente ricomposizione nel prodotto finale.</p>	<p>Individuare gli strumenti di comunicazione e di team working più appropriati per intervenire nei contesti organizzativi e professionali di tuo riferimento.</p> <p>Stabilire relazioni di gruppo sempre più costruttive e operare in équipe per ottimizzare le potenzialità dei singoli membri e della totalità del tuo gruppo di lavoro.</p> <p>Considerare la comunicazione e il fattore umano come elementi di qualità strategici nel sistema aziendale.</p> <p>Utilizzare il lessico e la fraseologia di settore anche in lingua inglese.</p>	<p>Contribuire all'evoluzione di un gruppo in un team efficace di lavoro</p> <p>Stabilire relazioni di gruppo sempre più costruttive e come operare in équipe per ottimizzare le potenzialità dei singoli membri e della totalità del gruppo di lavoro</p> <p>Individuare gli strumenti di comunicazione e team working più appropriati per intervenire nei contesti organizzativi e professionali tipici dei servizi commerciali</p>	<p>Il team di lavoro efficace</p> <p>Le tappe evolutive del team</p> <p>Il lavoro di squadra</p> <p>Il lavoro di squadra e l'intelligenza collettiva</p> <p>La memoria transattiva del gruppo</p> <p>La natura del team</p> <p>La natura dei compiti in un team</p> <p>La natura delle comunicazioni e relazioni in un team</p>	<p>Quadrimestre</p>

## UdA 4: LINGUAGGI E COMUNICAZIONI AZIENDALI

COMPETENZE	Competenze disciplina	ABILITA'/CAPACITA	Contenuti	Tempi
<p>Progettare azioni di divulgazione e commercializzazione dei prodotti visivi, audiovisivi e sonori realizzati.</p> <p>Realizzare soluzioni tecniche-espressive funzionali al concept del prodotto</p> <p>Progettare azioni di divulgazione e commercializzazione dei prodotti visivi, audiovisivi e sonori realizzati.</p> <p>Valutare costi, spese e ricavi delle diverse fasi di produzione, anche in un'ottica auto imprenditoriale, predisponendo, in base al budget, soluzioni funzionali alla realizzazione.</p>	<p>Comprendere i principali fattori che determinano la "comunicazione-informazione" di un sistema aziendale.</p> <p>Utilizzare i principali strumenti di comunicazione interna ed esterna all'azienda.</p> <p>Individuare gli strumenti di comunicazione più appropriati in funzione degli obiettivi della committenza e del target.</p> <p>Realizzare casi aziendali e progetti in collaborazione con il territorio.</p> <p>Utilizzare il lessico e la fraseologia di settore anche in lingua inglese.</p> <p>Comprendere le specificità comunicative dei principali media.</p>	<p>Riconoscere i vettori della comunicazione aziendale</p> <p>Comprendere i principali fattori che determinano la comunicazione-informazione di un sistema aziendale</p> <p>Individuare gli strumenti e le strategie di promozione di un servizio commerciale e saper valutarne l'efficacia</p> <p>Riconoscere vantaggi e svantaggi della pubblicità al cinema e in televisione</p> <p>Sa individuare fasi di creazione, funzioni e struttura di uno spot</p> <p>Sa valutare uno spot in termini di efficacia</p> <p>Sa valutare l'efficacia di un annuncio radiofonico</p>	<p>I vettori della comunicazione aziendale</p> <p>Le finalità delle comunicazioni interne all'azienda</p> <p>L'immagine aziendale</p> <p>La mission</p> <p>Il brand</p> <p>La strategia di marketing</p> <p>Le ricerche di mercato</p> <p>La segmentazione del mercato</p> <p>Il targeting</p> <p>Il positioning</p> <p>Il cliente ideale</p> <p>La pubblicità in TV e al cinema</p> <p>Lo spot</p> <p>Il sito web aziendale</p> <p>La pubblicità radiofonica</p> <p>L'annuncio radiofonico</p>	<p>Quadrimestre</p>