



## CONSUNTIVO DELLE ATTIVITÀ DISCIPLINARI A.S. 2024/2025

### 1.1

#### **MATERIA**

TECNICHE DI COMUNICAZIONE E RELAZIONE

CLASSE 5CC

**1.2 DOCENTE** Prof.ssa Denis Cecchini

#### **1.3 LIBRI DI TESTO ADOTTATI**

G. Colli - F.C. Ferro, "Punto.com-volume B" tecniche di comunicazione dei servizi commerciali, Zanichelli

#### **1.4 ORE DI LEZIONE EFFETTUATE NELL'ANNO SCOLASTICO (n. 33 settimane).**

N° ore 48 al 2 maggio 2025. Verranno svolte presumibilmente altre 10 ore fino alla fine delle lezioni su numero ore 66 previste dal Piano di Studio

#### **1.5 OBIETTIVI RAGGIUNTI**

##### In termini di conoscenza

Il gruppo classe ha raggiunto un sufficiente livello di conoscenza delle tematiche affrontate durante l'intero anno scolastico, dimostrando interesse e soddisfacente partecipazione durante le lezioni in classe. La maggior parte degli studenti ha dimostrato conoscenze sulla modalità di applicazione di ciò che hanno appreso con particolare riguardo ai concetti di intelligenza emotiva, comunicazione assertiva e confronto costruttivo. L'acquisizione di conoscenze relative alle Life Skills e alle tecniche di comunicazione da adottare in team work ha incrementato il senso di autoefficacia degli studenti. Gli alunni hanno inoltre appreso le principali caratteristiche della comunicazione interna ed esterna e l'importanza della comunicazione aziendale applicata al marketing, in ambito aziendale

##### In termini di competenze

Il gruppo classe ha maturato competenze sulle principali tecniche comunicative e la loro applicazione in ambito aziendale. Gli studenti sono in grado di analizzare gli elementi principali della comunicazione in tutte le sue forme e applicazioni. Hanno mostrato una buona capacità di senso critico e una consapevolezza dell'importanza dell'aspetto umano e relazionale nel mondo del lavoro.

##### In termini di capacità

Gli alunni hanno acquisito la capacità di individuare le modalità di acquisto dei consumatori e le specifiche strategie di marketing con riferimento alla soddisfazione dei bisogni del cliente (customer satisfaction) come strumento di fidelizzazione del cliente.



## **1.6 CONTENUTI (Programma analitico)**

### 1° quadrimestre

#### LE COMPETENZE RELAZIONALI

- Le Life Skills
- Atteggiamenti interiori e comunicazione
- Le competenze relazionali nel settore commerciale

#### LE DINAMICHE SOCIALI

- Il team work
- il fattore umano in azienda

## **1.6 CONTENUTI (Programma analitico)**

### 2° quadrimestre

#### COMUNICAZIONI AZIENDALI E PUBLIC RELATIONS

- Le comunicazioni aziendali
- Le Public Relations

#### LINGUAGGIO E STRATEGIE DI MARKETING

- Il linguaggio del marketing
- La strategia di marketing

#### LA REALIZZAZIONE DI PRODOTTI PUBBLICITARI

- La pianificazione strategica di una campagna pubblicitaria
- Le tipologie di prodotti pubblicitari

## **1.7 METODI DI INSEGNAMENTO (lezione frontale, lezione interattiva, lezione itinerante, lavoro di gruppo, insegnamento individuale, ecc.)**

Lezione frontale partecipata e interattiva, cooperative learning, peer tutoring, confronto in classe



### **1.8 MEZZI E STRUMENTI DI LAVORO (sussidi didattici utilizzati):**

Libro di testo cartaceo digitale, LIM, mappe e schemi, video, slides, piattaforma Google Classroom

### **1.9 SPAZI (Biblioteca, Palestra, Laboratori, Aule Speciali, Musei)**

Aula didattica e Google Classroom per la condivisione di materiale con la classe

### **1.10 TEMPI IMPIEGATI PER LA REALIZZAZIONE DEL PROGRAMMA SVOLTO (diviso in macrotematiche)**

Il tempo totale previsto per lo svolgimento del programma è di 58 ore totali.  
La suddivisione per macrotematiche è presentata analiticamente nella scheda allegata.

### **1.11 STRUMENTI DI VERIFICA (Interrogazione, prova scritta tradizionale, prova scritto-grafica, test, questionario, ecc....)**

Verifiche scritte con domande a risposta aperta e/o a risposta multipla, verifiche orali, esposizione di lavori di gruppo

### **ALLEGATI: Scheda analitica per macrotematiche**

Pistoia, 2 maggio 2025

FIRMA

Denis Cecchini