



Programma svolto
a. s. 2022/2023

Classe: **4ATG**

Materia: **TEORIA DELLA COMUNICAZIONE**

Docente: **SUSANNA GRILLO**

L'elenco che segue è stato letto dal docente ai delegati della classe

Elenco dei contenuti

IL GRUPPO E LE SUE CARATTERISTICHE.

- Concetto di gruppo; struttura e dinamica del gruppo.
- Diverse reti di comunicazione e principali modelli.
- Bisogni e Dinamiche. Le dinamiche negative: discriminazione, capro espiatorio e bullismo.
- La leadership autoritaria, permissiva e autorevole: le conseguenze sul gruppo e sul lavoro.
- I conflitti e la gestione dei conflitti.
- Le barriere comunicative: atteggiamenti che ostacolano comunicazione e collaborazione.

IL TEAM WORKING

- Condizioni di efficacia di un gruppo di lavoro.
- Le fasi evolutive del team working.
- Intelligenza collettiva ed elementi di forza di un team.

SOCIETA' E COMUNICAZIONE DI MASSA

- Modelli di comunicazione interpersonale e di massa.
- Comunicazione one to one, one to many, many to many.
- Web, Social Media e nuovi modelli comunicativi.
- I linguaggi dei media. La storia della stampa, della tv, di internet e del cinema.
- Come si scrive un articolo di giornale. Titolo e struttura della pagina e dell'articolo.
- Giornalismo partecipativo e Wikinews.
- La pubblicità sui diversi Media; caratteristiche, vantaggi e svantaggi.

COMUNICAZIONI AZIENDALI

- I vettori della comunicazione aziendale.
- Le comunicazioni esterne e le Public Relations.
- L'Immagine, la Mission e il Brand aziendale.
- Il Linguaggio del Marketing: la customer satisfaction.
- Fidelizzazione della clientela e profilazione della clientela.
- Web marketing, viral marketing e e-commerce.
- Il Marketing strategico e le sue fasi: ricerche di mercato, segmentazione, targeting e positioning.
- La mappa sinottica e gli stili di vita.
- Marketing esperienziale ed emozionale.



LA COMUNICAZIONE PUBBLICITARIA

- L'agenzia pubblicitaria e le principali figure che vi operano.
- Le regole della comunicazione commerciale e il Codice di Autodisciplina.
- Gli obbiettivi pubblicitarie e le strategie persuasive. L'Efficacia del messaggio
- Tono e volume
- Tipologie di campagne pubblicitarie .
- La pubblicità non intrusiva e la pubblicità interattiva.
- Le fasi della campagna pubblicitaria: Briefing, Copy Strategy, Pianificazione dei Media, Verifica dei risultati.