

## MINISTERO DELL'ISTRUZIONE E DEL MERITO ITUTO DI ISTRUZIONE SUPERIORE STATALE

**LUIGI EINAUDI** - Via Leonida Bissolati, 96 - 26100 CREMONA Cod. Mec. CRIS00600T - Cod.Fiscale 80003440197 - Tel. 0372 458053/54 - Fax 0372 23238



Web: www.einaudicremona.edu.it - e-mail: info@einaudicremona.it - cris00600t@pec.istruzione.it

## Programma svolto a. s. 2023\024

Classe / Indirizzo: 4ATG

Materia: Teoria della comunicazione

Docente: Adalberto Alquati

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

#### Elenco dei contenuti

#### Modulo 1. I GRUPPI SOCIALI

Definizione. Caratteristiche e tipologie dei gruppi sociali. La dinamica di gruppo. Teoria dell'identità sociale di H Tajfel. In Group e Out Group. Il processo di categorizzazione sociale ed il confronto. I conflitti sociali attraverso un esempio : i conflitti in ambiente lavorativo. Il team working.

#### Modulo 2 I MASS MEDIA

Definizione e caratteristiche delle comunicazioni di massa. Teorie sulle comunicazioni di massa: teoria critica della società (scuola di Francoforte), l'approccio culturale di E Morin, teoria dell'egemonia, Bullet Theory, Opinion leader, teoria della legittimazione sociale, teoria della spirale del silenzio (N Neumann). Le Psicotecnologie. Tipologie dei media: la televisione e gli effetti sulle persone Il dibattito apocalittici\integrati. La stampa e la radio. Internet la madre delle reti. Nuove tecnologie e ruolo dei social media. Il lato oscuro dei social media. Social media e famiglia. Importanza dei social per i ragazzi. Scuola e social learning. Piattaforme.

#### Modulo 3 LA COMUNICAZIONE D'IMPRESA

Definizione. Comunicazione interna ed esterna. Pubbliche relazioni. La comunicazione integrata. Obbiettivi della comunicazione d'impresa. La marketing communication. Ruolo degli influencer marketing. La comunicazione gestionale ed economico- finanziaria. La comunicazione istituzionale.

#### Modulo 3 LA PUBBLICITA'

Convincere a comprare. Cinque secoli di messaggi pubblicitari. Trasmettere sensazioni. La tecnica pubblicitaria. Un lavoro di squadra. Pubblicità ingannevole ed occulta. Dall'autoregolamentazione all'autorità garante. Pubblicità comparativa e pubblicità sociale.



# MINISTERO DELL'ISTRUZIONE E DEL MERITO ISTITUTO DI ISTRUZIONE SUPERIORE STATALE LUIGI EINAUDI - Via Leonida Bissolati, 96 - 26100 CREMONA



Cod. Mec. CRIS00600T - Cod.Fiscale 80003440197 - Tel. 0372 458053/54 - Fax 0372 23238 Web: www.einaudicremona.edu.it - e-mail: info@einaudicremona.it - cris00600t@pec.istruzione.it

### Modulo 4 LA COMUNICAZIONE INTERCULTURALE

Definizione e problemi. La competenza comunicativa. Multietnicità e dialogo intercultura	ale. Il
contatto con l'altro. Alterità e pregiudizio etnico. Modelli di integrazione socioculturale.	Rischi di
assenza di un dialogo. Le sfide della comunicazione interculturale oggi.	

Cremona,	5\6\024		
	, ,	I	l docente
			Prof Adalberto
		Alqu	ati