

## Programma svolto

5C

Einaudi Chiodo

a.s. 2022/2023

Prof.ssa Farina Cipriana

*Libro di testo: Giovanna Colli, Punto com B, Clitt, Roma, 2017*

	<b>Conoscenze (i nuclei fondamentali sono indicati in grassetto)</b>
<b>Capitolo 1 Competenze relazionali e tecniche di comunicazione individuale</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Le Life Skills</b></li><li>• L'intelligenza emotiva</li><li>• <b>L'empatia</b></li><li>• <b>L'assertività</b></li><li>• <b>Gli stili comunicativi</b></li><li>• Lo stile passivo</li><li>• Lo stile aggressivo</li><li>• Lo stile manipolatorio</li><li>• Lo stile assertivo</li><li>• I valori e le credenze</li><li>• Paure, pregiudizi e preconcetti</li><li>• Norme sociali e regole relazionali</li></ul>
<b>Capitolo 2 Dinamiche sociali e tecniche di comunicazione di gruppo</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Il team di lavoro</b></li><li>• Le tappe evolutive di un team</li><li>• <b>Il lavoro di squadra</b></li><li>• <b>L'intelligenza collettiva</b></li><li>• La memoria transattiva del gruppo</li><li>• La natura dei compiti di un gruppo</li><li>• Le comunicazioni di gruppo efficaci</li><li>• <b>Le abilità sociali nel settore dei servizi commerciali</b></li><li>• <b>Le abilità sociali del venditore</b></li><li>• L'organizzazione scientifica del lavoro</li><li>• La scuola delle relazioni umane</li><li>• <b>Le teorie motivazionali</b></li><li>• <b>Le ricerche di Herzberg</b></li><li>• <b>La teoria del rinforzo</b></li><li>• <b>Customer satisfaction e qualità totale</b></li><li>• Il burnout</li><li>• Il mobbing</li></ul>

	<b>Conoscenze (i nuclei fondamentali sono indicati in grassetto)</b>
<b>Capitolo 3</b> <b>Le comunicazioni aziendali</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Il marketing strategico</b></li> <li>• Le ricerche di mercato</li> <li>• L'analisi SWOT</li> <li>• <b>La mission aziendale</b></li> <li>• La segmentazione del mercato</li> <li>• <b>Il positioning</b></li> <li>• Il marketing mix</li> <li>• <b>Il design persuasivo</b></li> <li>• Il ciclo di vita del prodotto</li> <li>• <b>La comunicazione del venditor</b></li> <li>• Il Turismo sostenibile</li> </ul>
<b>Capitolo 4</b> <b>La realizzazione di prodotti pubblicitari</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Il codice di autodisciplina della comunicazione commerciale</li> <li>• L'agenzia pubblicitaria</li> <li>• Il briefing</li> <li>• La copy strategy</li> <li>• <b>La pianificazione dei media</b></li> <li>• Budget e media plan</li> <li>• La verifica dei risultati</li> </ul>

La Spezia, 23/06/2023