

# FUTURA

# LA SCUOLA PER L'ITALIA DI DOMANI



Finanziato  
dall'Unione europea  
Next Generation EU



Ministero dell'Istruzione  
e del Merito



Italiadomani  
PIANO NAZIONALE DI RIPRESA E RESILIENZA



Istituto d'Istruzione Superiore Statale "Giuseppe Parini"  
Sede : Via Badoni, 2 - 23900 LECCO - Tel. (0341) 362430 / 362460  
Cod.fisc. 83005740135 - e-mail: [istituto@isgparinilecco.edu.it](mailto:istituto@isgparinilecco.edu.it)  
P.E.C. [lcis01100x@pec.istruzione.it](mailto:lcis01100x@pec.istruzione.it) ( [LCIS01100X@PEC.ISTRUZIONE.IT](mailto:LCIS01100X@PEC.ISTRUZIONE.IT) )  
Corso diurno e serale: [www.isgparinilecco.edu.it](http://www.isgparinilecco.edu.it)

## Corso Professionale Servizi Commerciali

### TECNICHE DELLA COMUNICAZIONE

#### PROGRAMMA MINIMO

A.S. 2023/2024

#### CLASSI TERZE

- I bisogni: la piramide di Maslow
- Gli elementi essenziali della comunicazione: emittente, destinatario, messaggio, referente, codice, contesto, canale, feedback
- Ascolto attivo, intermittente, selettivo
- Distorsione del messaggio: il concetto di rumore
- Marcare un messaggio: il concetto di ridondanza
- Comunicazione interpersonale e sociale
- Il Codice verbale: i principi della persuasione (influenzamento, reciprocità, impegno e coerenza, simpatia)
- Il codice non verbale: statico e dinamico; la cinesica; la prossemica; il paraverbale
- Gli stili della comunicazione: aggressivo, passivo, assertivo
- La comunicazione di gruppo: i ruoli, i vari tipi di leadership

#### CLASSI QUARTE

- Il fattore umano in azienda: l'organizzazione formale-istituzionale: la struttura organizzativa e i vari modelli
- La comunicazione sociale: I mass media e i social network
- Il marketing e la comunicazione aziendale: marketing management (analitico, strategico, operativo); il marketing non convenzionale: guerrilla marketing; marketing esperienziale
- L'immagine aziendale: dalla mission all'immagine aziendale, il marchio, lo slogan, i colori
- La comunicazione integrata d'impresa: opinione dei consumatori, la reputazione, livello di notorietà; la comunicazione istituzionale; la comunicazione interna

- Il cliente e la proposta di vendita: le fasi della vendita
- La comunicazione pubblicitaria: le agenzie e le campagne pubblicitarie, definizione del modello di comunicazione, strategie di comunicazione
- I flussi di comunicazione in azienda: circolari e comunicati interni visual storytelling,

## **CLASSI QUINTE**

- Il cliente e la proposta di vendita: Fidelizzazione del cliente con tecnologie adeguate
- La comunicazione pubblicitaria: le agenzie e le campagne pubblicitarie: brief e copy strategy, definizione del modello di comunicazione e delle strategie
- La comunicazione integrata d'impresa: La reputazione
- Il mercato del lavoro: i cambiamenti e le nuove competenze, il curriculum vitae, canali di ricerca del lavoro, il colloquio di lavoro: individuale e di gruppo, prove pratiche e simulate, il problem solving, la motivazione
- Comunicato stampa: come illustrare il progetto dell'azienda e la ricaduta di questo a favore di macro aree svantaggiate del mondo