

PROGRAMMA SVOLTO
A.S 2024-25

CLASSE 3° SEZ. T

DISCIPLINA: Tecniche di comunicazione

UDA N° 1 Il territorio, tradizione e risorse

- Il processo comunicativo: I fondamenti della comunicazione
 - ✓ Il concetto di comunicazione
 - ✓ La comunicazione umana
 - ✓ Bisogni e comunicazione: la piramide di Maslow
 - ✓ Gli scopi della comunicazione
 - ✓ La comunicazione interpersonale e sociale

Focus Ed. Civica

Il turismo e lo sviluppo eco-sostenibile

Nucleo tematico fondamentale di indirizzo

7. Lettura e promozione del territorio, dalla corretta rilevazione delle sue risorse alla selezione di eventi rappresentativi delle sue specificità; adozione di tecniche efficaci per la pubblicizzazione degli eventi; valorizzazione di prodotti e servizi, che interconnettono ambiti culturali e professionali.

UDA N° 2 Le risorse territoriali come opportunità di sviluppo economico e di crescita personale e professionale

- I modelli di spiegazione del processo comunicativo
 - ✓ Il modello classico: la comunicazione lineare
 - ✓ La teoria della comunicazione di Jakobson
 - ✓ Le funzioni linguistiche e i limiti del modello classico di comunicazione

Focus Ed. Civica

Iniziativa pubblica e privata per la crescita economica e culturale del territorio

Nucleo tematico fondamentale di indirizzo

7. Lettura e promozione del territorio, dalla corretta rilevazione delle sue risorse alla selezione di eventi rappresentativi delle sue specificità; adozione di tecniche efficaci per la pubblicizzazione degli eventi; valorizzazione di prodotti e servizi, che interconnettono ambiti culturali e professionali

UDA N° 3 Hospitality and customer service

- Il modello di comunicazione interattivo e circolare
 - ✓ Il modello semiotico
 - ✓ La complessità comunicativa dei codici
 - ✓ I codici e la comunicazione efficace: il canale il feedback

Focus Ed. Civica

Il digitale, strumento per ottimizzare tempi, servizi e risorse

Nucleo tematico fondamentale di indirizzo

1. Predisposizione di prodotti e/o servizi che abbiano come riferimento i bisogni, le attese e i profili dietetici e/o culturali del cliente, focalizzandosi, in particolare, sugli stili di alimentazione, sui contesti culturali e sui modelli di ospitalità

UDA N° 4 *Hospitality and customer care*

- Pragmatica e linguaggio corporeo
 - ✓ Gli assiomi della comunicazione
 - ✓ Il linguaggio non verbale corporeo: le emozioni (introduzione)

Focus Ed. Civica

L'offerta turistica ed enogastronomica eco-sostenibile

Nucleo tematico fondamentale di indirizzo

1. Predisposizione di prodotti e/o servizi che abbiano come riferimento i bisogni, le attese e i profili dietetici e/o culturali del cliente, focalizzandosi, in particolare, sugli stili di alimentazione, sui contesti culturali e sui modelli di ospitalità

Erice, 26/05/2025

Il docente