

I.I.S “Niccolò Machiavelli” Pioltello

PROGRAMMA SVOLTO TECNOLOGIE DELL'INFORMAZIONE E DELLA COMUNICAZIONE A.S 2019/2020

Docente **Tragni Margherita**

Classe **V APC**

Libro di testo Ivonne Porto, Giorgio Castoldi, “TECNICHE DI COMUNICAZIONE
per gli Istituti Professionali indirizzo Servizi commerciali”, Editore Hoepli, Milano

La comunicazione aziendale

Il lavoratore dipendente nel tempo

L'organigramma

L'evoluzione dei modelli organizzativi formali: dal taylorismo al postfordismo

La qualità della relazione in azienda: partecipazione e motivazione

Linguaggio nella comunicazione aziendale: ingiuntivo, indicativo, evocativo

Atteggiamenti nella comunicazione aziendale: manipolazione, fuga, aggressività, assertività

Il marketing e la comunicazione in azienda

Definizione, approcci e tipologie: product oriented, market oriented, di risposta, d'anticipo, driving

Target: marketing di massa, segmentato, diretto

Il marketing management

Studio dell'ambiente

Gli strumenti di conoscenza del mercato

Strategie di marketing

Mission e marketing mix

Posizionamento e target

Marketing relazionale e esperenziale

L'immagine aziendale

L'espressione dell'immagine dell'azienda (marchio, nomi, colori)

La comunicazione esterna ai clienti

La comunicazione istituzionale

La comunicazione interna

I flussi di comunicazione aziendale

Le fasi della comunicazione aziendale: analisi, progettazione, attivazione, verifica

Le fasi della ricezione: percezione, decodifica, comprensione

I canali della comunicazione aziendale: informatico, cartaceo, relazionale, feed-back

Gli strumenti della comunicazione aziendale

Il mondo del lavoro

Le trasformazioni del mondo del lavoro: globalizzazione e flessibilità

Le nuove competenze: trasversabilità, mobilità, intraprenditorialità

Gli strumenti per inserirsi nel mondo del lavoro: curriculum vitae, lettera di presentazione, colloquio di lavoro

I canali di ricerca e selezione del personale

Pioltello, 30 maggio 2020

L'insegnante
Prof.ssa Margherita Tragni