

 <p>FRANCESCO VIGANÒ ISTITUTO DI ISTRUZIONE SUPERIORE</p>	<p align="center">Ministero dell'Istruzione e del Merito ISTITUTO TECNICO STATALE F. VIGANÒ Via Dei Lodovichi, 2 – 23807 Merate LC Codice Fiscale: 85002000132 – Codice Univoco: UFSL80 Tel: 0399902998 - 0399907117 - Fax: 0399908965 segreteria@issvigano.edu.it – lcis001009@pec.istruzione.it https://www.issvigano.edu.it/</p>	<p align="center">MO 25.12 Rev. 05</p>
<p align="center">MODULO – SAPERI MINIMI DELLA DISCIPLINA</p>		

Disciplina: **TEORIA DELLA COMUNICAZIONE**

Classe: QUARTA

Settore: TECNOLOGICO

Indirizzo: GRAFICA E COMUNICAZIONE

Obiettivi minimi per l'ammissione alla classe successiva
in termini di conoscenze e abilità

Conoscenze (Sapere):

- Modelli di comunicazione sociale
- Il quotidiano
- La radio
- La televisione
- Internet e i new media

- Comunicazione di impresa e relazioni pubbliche
- Strumenti e professionisti delle relazioni pubbliche
- Il marketing diretto
- Il marketing relazionale

- Il linguaggio pubblicitario
- La campagna pubblicitaria
- Tipologie di messaggi pubblicitari
- Le norme che regolano la pubblicità

Abilità (Saper fare):

- Saper identificare le problematiche relative alla comunicazione
- Saper selezionare gli aspetti fondamentali
- Definire le teorie rappresentative
- Saper individuare il processo di trasformazione della comunicazione

 <p>FRANCESCO VIGANÒ ISTITUTO DI ISTRUZIONE SUPERIORE</p>	<p align="center">Ministero dell'Istruzione e del Merito ISTITUTO TECNICO STATALE F. VIGANÒ Via Dei Lodovichi, 2 – 23807 Merate LC Codice Fiscale: 85002000132 – Codice Univoco: UFSL80 Tel: 0399902998 - 0399907117 - Fax: 0399908965 segreteria@issvigano.edu.it – lcis001009@pec.istruzione.it https://www.issvigano.edu.it/</p>	<p align="center">MO 25.12 Rev. 05</p>
<p align="center">MODULO – SAPERI MINIMI DELLA DISCIPLINA</p>		

- Analizzare gli aspetti salienti delle varie teorie
- Identificare le caratteristiche della comunicazione d'impresa
- Conoscere le fasi di sviluppo di una comunicazione efficace
- Utilizzare i mezzi della comunicazione in funzione degli obiettivi della committenza e del target
- Riconoscere i principali mezzi di comunicazione
-
- Identificare i principi delle pubbliche relazioni
- Comprendere ed applicare i concetti base per una proposta pubblicitaria
- Valutare le scelte comunicative dei progetti pubblicitari in rapporto agli obiettivi
- Riconoscere i diversi step del processo storico di sviluppo della pubblicità

Data 23 maggio 2023