



I.I.S.S. "LAPORTA/FALCONE-BORSELLINO"

Sede centrale: Viale Don Tonino Bello snc – 73013 Galatina (LE) – Tel. 0836/5611

Sede staccata: Viale Don Bosco, 48 – 73013 Galatina (LE) – Tel. 0836/561095

Codice Fiscale: 93140040754 – Codice Ufficio: UFJ5EL – Codice IPA: iissno

E-Mail: leis04900g@istruzione.it - pec: leis04900g@pec.istruzione.it

DOCUMENTO DEL CONSIGLIO DI CLASSE

(ai sensi della Legge n. 425/97 e del D.P.R. n. 323/98)

Classe QUINTA Sez. A

Corso SERVIZI COMMERCIALI

ALLEGATO B

RELAZIONE FINALE

Prof. PINTO MARIANNA

Materia d'insegnamento:

TECNICHE DI COMUNICAZIONE

Anno Scolastico 2020/2021

RELAZIONE

L'attività didattico-educativa è stata svolta secondo quanto concordato nella Programmazione Dipartimentale e nella Programmazione Didattico-Educativa del Consiglio di Classe, oltre che secondo le LINEE GUIDA della DAD.

Il gruppo-classe ha manifestato un rendimento piuttosto disomogeneo.

Un ristrettissimo gruppo di allievi si è impegnato in maniera abbastanza costante, ha partecipato con interesse e atteggiamento propositivo alle lezioni, ha rispettato le consegne, si è avvalso di un metodo di studio sufficientemente autonomo e produttivo, riuscendo così a raggiungere discreti risultati.

Il resto della classe ha invece presentato una situazione di rendimento appena accettabile, sia nella padronanza delle conoscenze disciplinari di base, che nelle capacità rielaborative ed espositive, a causa di difficoltà nel metodo di studio, lacune pregresse, frequenza molto discontinua, scarsa partecipazione alle lezioni, carente impegno.

Pertanto il livello di profitto raggiunto è mediamente sufficiente.

Obiettivi

L'attività didattica ha concorso nel far conseguire agli studenti i seguenti risultati di apprendimento:

- acquisire consapevolezza e padronanza dei meccanismi che regolano il processo di comunicazione (verbale e non)
- conoscere le dinamiche di gruppo
- riconoscere gli stili di leadership nel mondo del lavoro
- conoscere i mass media tradizionali e le loro caratteristiche
- acquisire un uso consapevole dei new media
- interpretare dati su stili di vita e comportamenti di persone e gruppi sociali per individuarne i bisogni
- conoscere le principali strategie, tradizionali e innovative, di marketing
- conoscere e comprendere le potenzialità comunicative dei messaggi di comunicazione visiva e pubblicitaria.

Metodologia

- Lezioni frontali e interattive con sollecitazione di interventi degli alunni
- Utilizzo di un linguaggio semplificato
- Discussioni guidate
- Video lezioni attraverso la piattaforma Classroom/Meet
- Attività di recupero in itinere
- Esercitazioni pratiche individuali sugli argomenti trattati.

Verifica

La verifica del processo di apprendimento è stata effettuata mediante:

- verifiche orali individuali in presenza o in videolezione
- verifiche scritte sotto forma di test o prove semistrutturate
- verifiche ibride (scritto + orale)

- lavori individuali.

Valutazione

Oltre ai criteri guida contenuti nel PTOF, la valutazione ha sempre tenuto conto anche dei seguenti indicatori:

- attenzione, interesse e partecipazione
- frequenza, impegno e metodo di studio
- profitto (obiettivi raggiunti in termini di conoscenze, abilità, competenze).

Strumenti utilizzati

- libro di testo: TECNICHE DI COMUNICAZIONE di I. Porto – G. Castoldi – HOEPLI Ediz.
- Materiale vario fornito dal docente (dispense, schemi semplificativi, tabelle e schede riassuntive)
- sussidi audiovisivi (presentazioni in Powerpoint)

Galatina, li 05/05/2021

**Il docente
Prof.ssa Marianna Pinto**