

A.S. 2018-2019

PSICOLOGIA E FILOSOFIA APPLICATA ALLA COMUNICAZIONE

Prof.ssa Cristina Passetti

– Classe 4O –

ATTIVITA' DIDATTICA SVOLTA con il Prospetto degli OBIETTIVI MINIMI

ad uso degli studenti e delle famiglie

Rispetto al *Piano di lavoro* preventivato, l'attività didattica effettivamente svolta nel corso dell'anno scolastico ha comportato alcune modifiche *in itinere*. Sono state tuttavia rispettate sia le direttrici fondamentali, specificate in competenze, conoscenze, abilità e obiettivi minimi, sia le indicazioni derivanti dal Progetto IeFP per il percorso professionale di "Tecnico dei trattamenti estetici".

Unità formativa	UF1 (PSI 4.1) – Sociologia e psicologia comportamentale		
Conoscenze	Abilità	Competenze	Obiettivi Minimi
<p>Modulo 1 Principi generali della sociologia della comunicazione</p> <p><u>La psicologia nell'ambito estetico</u> - La comunicazione come modalità di interazione umana. - Comunicare i bisogni, esprimere desideri: la piramide di A. Maslow. - Stili comunicativi e modalità di interazione in ambito estetico: assertività e ascolto attivo. - Il comportamento del professionista della bellezza: empatia e autocontrollo.</p> <p><u>Il gruppo di lavoro</u> - I componenti dello staff (titolare d'impresa, direttore tecnico, collaboratori, tirocinanti, stagisti). - I ruoli di compito e di mantenimento nel gruppo di lavoro: scopo, coesione e senso di appartenenza. - Le modalità di esercizio della leadership. - Le responsabilità: del titolare d'impresa, del direttore tecnico, dei collaboratori.</p> <p>➔ Laboratorio didattico sulla stesura del curriculum come forma di autopromozione in ambito estetico.</p>	<p>Applicare i principi della sociologia della comunicazione nel contesto professionale di riferimento</p> <p>Riconoscere e utilizzare stili e ruoli comunicativi diversi in relazione alle diverse esigenze professionali</p>	<p>Saper utilizzare le tecniche di comunicazione e relazione nel proprio contesto lavorativo di riferimento</p> <p>Saper riconoscere e utilizzare stili e ruoli comunicativi diversi in relazione alle diverse esigenze professionali</p>	<p>Saper comunicare in modo adeguato le informazioni in nostro possesso nel contesto professionale di riferimento e con le figure che pertengono alla professione (clienti, dipendenti, fornitori, ecc.)</p>
<p>Modulo 2 Principi generali della psicologia socio-relazionale</p> <p><u>Le competenze professionali</u> - Le competenze tecniche, comunicativo-relazionali e del comportamento. - La competenza organizzativo-gestionale. - L'imprenditore in ambito estetico. - Le forme imprenditoriali in ambito estetico (impresa artigiana, franchising, beauty farm/spa, palestra). - Le fasi essenziali per la pianificazione dell'apertura di un proprio salone.</p>	<p>Applicare i principi generali della psicologia socio-relazionale nel contesto professionale di riferimento</p>	<p>Saper applicare i principi fondamentali della comunicazione socio-relazionale, adeguando motivazione e comportamento alle esigenze professionali</p>	

<p><u>La relazione con il cliente</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Le caratteristiche fondamentali che identificano un centro estetico (nome, logo, posizione, vetrina, servizi, ecc.). - Per una prima buona impressione: l'aspetto fisico, l'igiene, l'abbigliamento. - Le fasi dell'accoglienza, trattamento, congedo del cliente in salone. - La valorizzazione del cliente: la cura del corpo e la motivazione al benessere. - Il modello "Success Insights" per intraprendere e mantenere una buona relazione con i clienti. 			
Unità formativa	UF2 (PSI 4.2) - Tecniche di comunicazione e marketing (in compresenza con Tecniche estetiche)		
Conoscenze	Abilità	Competenze	Obiettivi Minimi
<p style="text-align: center;">Modulo 3 <i>Tecniche di marketing</i></p> <p><u>Mezzi e strumenti per il marketing</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Le "armi" del marketing (risorse umane, strumenti della comunicazione, iniziative commerciali, pubblicità, uso della tecnologia, ecc.). - La comunicazione sociale in ambito estetico: media tradizionali e social media. - Il marketing orientato al cliente. - Il marketing esperenziale. - Il <i>planner</i> della stagionalità dei trattamenti come strumento strategico di analisi del mercato e sviluppo del proprio business in campo estetico. <p>➔ Laboratorio didattico su "I modelli della bellezza classica oggi": l'uso dei modelli classici in pubblicità.</p> <p><u>La fidelizzazione</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Qualità del servizio, qualità della relazione, strategie promozionali. - Le motivazioni del cliente che inducono all'acquisto di beni e servizi in campo estetico. - Il <i>customer care</i> al telefono e via web. 	<p>Utilizzare le tecniche fondamentali del marketing della bellezza</p>	<p>Saper utilizzare le tecniche fondamentali del marketing della bellezza</p>	<p>Saper utilizzare in modo adeguato le tecniche di marketing nel contesto professionale di riferimento, con particolare attenzione alla relazione con i clienti</p>

Pisa, lì 8 giugno 2019

Le rappresentanti della classe

La docente
Prof.ssa Cristina Passetti