

A.S. 2018-2019

PSICOLOGIA E FILOSOFIA APPLICATA ALLA COMUNICAZIONE

Prof.ssa Cristina Passetti

– Classe 4P –

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 individuate all'inizio dell'anno scolastico – specificate in competenze, conoscenze, abilità e obiettivi minimi –, sia le indicazioni derivanti dal Progetto leFP 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</p> <p><b>Principi generali della sociologia della comunicazione</b></p> <p><u>La comunicazione nell'ambito estetico</u></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- La comunicazione come modalità di interazione umana: i 5 assiomi.</li><li>- Gli assiomi della comunicazione nell'ambito della professione estetica.</li><li>- Stili comunicativi e modalità di interazione in ambito estetico: assertività e ascolto attivo.</li><li>- Il comportamento del professionista della bellezza: empatia e autocontrollo.</li></ul> <p><u>Il gruppo di lavoro e le relazioni interne</u></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- I componenti dello staff (titolare d'impresa, direttore tecnico, collaboratori, tirocinanti, stagisti).</li><li>- I ruoli di compito e di mantenimento nel gruppo di lavoro: scopo, coesione e senso di appartenenza.</li><li>- Le modalità di esercizio della leadership.</li><li>- Le responsabilità: del titolare d'impresa, del direttore tecnico, dei collaboratori.</li><li>- I luoghi della formazione professionale in ambito estetico.</li></ul>	<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</p> <p><b>Principi generali della psicologia socio-relazionale</b></p> <p><u>La relazione con il cliente</u></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- La personalizzazione dei trattamenti, della vendita e della promozione.</li><li>- Le fasi dell'accoglienza, trattamento, congedo del cliente in salone.</li><li>- Per una prima buona impressione: l'aspetto fisico, l'igiene, l'abbigliamento.</li><li>- La valorizzazione del cliente: la cura del corpo e la motivazione al benessere.</li><li>- Il modello "Success Insights" e quello degli "Assi cartesiani".</li></ul>	<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>Le competenze professionali</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Le competenze tecniche, comunicativo-relazionali e del comportamento.</li> <li>- La competenza organizzativo-gestionale.</li> <li>- Le fasi essenziali per la pianificazione dell'apertura di un proprio salone (luogo, finanziamenti, struttura interna, gestione economica, ecc.).</li> <li>- Le caratteristiche fondamentali che identificano un centro estetico (nome, logo, posizione, vetrina, servizi, ecc.).</li> <li>- Le forme di comunicazione sociale, gli strumenti e i mezzi pubblicitari.</li> </ul> <p>➔ Laboratorio didattico su "I modelli della bellezza classica oggi": l'uso dei modelli classici in pubblicità.</p>			
<b>Unità formativa</b>	<b>UF2 (PSI 4.2) - Tecniche di comunicazione e marketing</b> (in compresenza con Tecniche estetiche)		
<b>Conoscenze</b>	<b>Abilità</b>	<b>Competenze</b>	<b>Obiettivi Minimi</b>
<p style="text-align: center;">Modulo 3 <b><i>Tecniche di marketing</i></b></p> <p><u>Mezzi e strumenti per il marketing</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Le "armi" del marketing (risorse umane, strumenti della comunicazione, iniziative commerciali, pubblicità, uso della tecnologia, ecc.).</li> <li>- La comunicazione sociale in ambito estetico: media tradizionali e social media.</li> <li>- Il marketing orientato al cliente.</li> <li>- L'imbuto promozionale come attività di vendita.</li> </ul> <p><u>La fidelizzazione</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- La fidelizzazione come scambio comunicativo: qualità del servizio, qualità della relazione, strategie promozionali.</li> <li>- La fidelizzazione attraverso l'«offerta civetta»: il cliente 'nuovo', il cliente 'estetica base', il cliente 'trattamenti'.</li> </ul> <p>➔ Laboratorio didattico in aula informatica per la realizzazione di una brochure con «offerta civetta»</p>	<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 10 giugno 2019

Le rappresentanti della classe

La docente  
Prof.ssa Cristina Passetti