

 <p>Istituto Professionale Cavalieri Milano</p> 		  pag. 1 di 2
---	--	--

## TECNICHE DI COMUNICAZIONE E DELLA RELAZIONE

### Classe 5° Servizi Commerciali: Indirizzo aziendale

#### 1. LE COMPETENZE RELAZIONALE E STILI COMUNICATIVI

Le Life Skills. L'intelligenza emotiva. L'empatia. L'assertività.

La considerazione di sé e degli altri e la qualità della relazione.

Gli stili comunicativi: passivo, aggressivo, manipolatorio, assertivo.

Le norme sociali e le regole relazionali.

#### 2. DINAMICHE SOCIALI E TECNICHE DI COMUNICAZIONE DI GRUPPO

L'efficacia di un team. Le tappe evolutive. Il lavoro di squadra e l'intelligenza collettiva. La memoria transattiva. Gli obiettivi del gruppo. La natura delle interazioni e delle comunicazioni nel gruppo. Comunicazioni e abilità sociali come elementi di qualità strategici nel settore commerciale. Le abilità sociali nel punto vendita.

#### 3. IL FATTORE UMANO IN AZIENDA

L'organizzazione scientifica del lavoro. La scuola delle relazioni umane. Le teorie motivazionali. Le ricerche di Herzberg. Le teorie della leadership. Customer satisfaction e qualità totale. Il burnout. Il mobbing

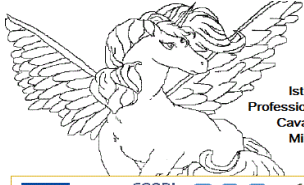


#### 4. LE COMUNICAZIONI AZIENDALI

4.1. I vettori della comunicazione aziendale. Le comunicazioni interne. Gli strumenti di comunicazione interna. Le riunioni di lavoro.

2.2. Le finalità e strumenti delle Public relations. L'immagine aziendale. Il brand. Il brand del territorio. La conferenza stampa. I comunicati stampa. Parlare in pubblico: le relazioni e le conferenze. Il direct mail.

#### 5. IL LINGUAGGIO DEL MARKETING

Il concetto di marketing. Customer satisfaction. La fidelizzazione. Il web marketing. L'e-commerce. Le ricerche di mercato. L'analisi SWOT. La mission aziendale. La segmentazione. Il positioning. Il marketing mix. La comunicazione del punto vendita. Il design persuasivo.

 		  pag. 2 di 2
--	--	--

TESTO IN ADOZIONE:

Giovanna Colli, PUNTO COM, VOL. B, seconda edizione, CLITT.