



Programma svolto a. s. 2024/2025

Classe / Indirizzo: **4AC Indirizzo Servizi Commerciali**

Materia: **Tecniche di Comunicazione**

Docente: **Laura Blasutta**

Libro di testo: M. Colombari, *Teoria della comunicazione... interpersonale sociale aziendale pubblicitaria*, Editrice San Marco 2013

Per gli approfondimenti: G. Colli, F. C. Ferro, *Comunicazione*, Clitt 2024.

L'elenco che segue è stato letto dal docente ai delegati della classe

Elenco dei contenuti

Persuasione e propaganda

- Storia, tipologie e caratteristiche della propaganda
- La propaganda come scienza
- Il successo di una campagna di propaganda
- La persuasione
- Origini ed evoluzione della propaganda: la Prima guerra mondiale, la propaganda di guerra in Italia, i regimi totalitari
- La propaganda oggi
- Le forme di propaganda moderna: elettorale, istituzionale, relazioni pubbliche, pubblicità

Propaganda e influenzamento

- Fondamenti teorici della propaganda
- La psicologia delle folle
- La primitività delle masse
- L'incantesimo della suggestionabilità
- Il pericolo della propaganda

Comunicazione d'impresa e relazioni pubbliche

- L'opinione pubblica
- I flussi di comunicazione aziendale
- Comunicazioni interna: il coinvolgimento del personale, il lavoro in team, le riunioni di lavoro
- Comunicazione esterna



Strumenti e professionisti delle comunicazioni

- Il ruolo delle relazioni pubbliche nell'impresa
- Gli strumenti di comunicazione: la stampa generalista, le pubblicazioni informative, la conferenza stampa, gli eventi, le fiere
- Il professionista di relazioni pubbliche: l'abilità di parlare in pubblico, l'evoluzione della figura del PR, i vantaggi economici delle pubbliche relazioni

Il marketing diretto

- Comunicare la vendita
- Le ricerche di mercato
- Ricerche quantitative: intervista personale, questionario postale, intervista telefonica
- Ricerche qualitative e motivazionali: ricerche psicografiche e stili di vita dei consumatori
- Le ricerche sulle vendite: inventario dei negozi, giuria dei consumatori, cluster analysis, Panel e indagini continuative
- La marca e la fidelizzazione
- Comunicare nel punto vendita: la vetrina, le vetrine interattive, il supermercato

Il marketing relazionale

- Comunicare con il consumatore
- L'evoluzione del concetto di marketing
- Customer satisfaction e qualità totale
- Loyalty e fidelizzazione della clientela
- La profilazione della clientela
- Il web marketing
- Il mercato come conversazione: il viral marketing
- L' e-commerce

Il linguaggio pubblicitario

- L'agenzia pubblicitaria
- Il Codice di Autodisciplina della Comunicazione Commerciale
- Gli obiettivi pubblicitari
- Storia ed evoluzione della comunicazione pubblicitaria
- Le strategie del linguaggio pubblicitario
- L'efficacia comunicativa del messaggio pubblicitario

Cremona, 4 giugno 2025

Il Docente
Laura Blasutta