

ATTIVITÀ DIDATTICA SVOLTA

CLASSE: 40 Indirizzo: Operatore del Benessere

Materia: PSICOLOGIA Docente: Prof.ssa ANNA DE ROSA

UdA1. Competenze di psicologia socio-relazionale applicate alla professione. Marketing e psicologia dei consumi.

Conoscenze:

Programma svolto dal Prof. Oliveri

- Significato, origine e sviluppo storico del concetto di psicologia (consolidamento e approfondimento delle conoscenze acquisite nei due anni precedenti).
- Principali dimensioni della mente e del comportamento umano e campi della psicologia generale.
- Principali ambiti di applicazione della psicologia alla professione (relazioni con i clienti, gestione del gruppo di lavoro, strategie di marketing), con particolare attenzione alle situazioni critiche e problematiche e alla loro corretta gestione.
- La piramide dei bisogni di Maslow

Programma svolto dalla Prof.ssa De Rosa (a partire da giovedì 8 Marzo 2018)

- Il marketing 4.0. Le caratteristiche del marketing nel mondo digitale. Il *content marketing*. Il marketing umanistico. La teoria delle 4C (co-creazione, currency, comunità, conversazione). Il viaggio del cliente attraverso le 5A (*aware, appeal, ask, act, advocate*)
- Paradossi del marketing 4.0. Le influenti sottoculture digitali: giovani, donne e netizen.
(Temi tratti dal saggio *Marketing 4.0.* di Kotler)

Competenze: saper individuare gli aspetti della professione che richiedono l'applicazione della psicologia; saper rilevare i bisogni e i desideri diffusi nella società di appartenenza e nel proprio contesto, al fine di sviluppare le più efficaci strategie di marketing;

Abilità: definire la psicologia e i suoi campi di applicazione, in generale e nell'ambito della professione; utilizzare le principali strategie di marketing per promuovere il proprio esercizio commerciale e fidelizzare i clienti.

Obiettivi minimi: saper definire con sicurezza cosa si intende per “psicologia” e perché è importante per la professione; conoscere e saper utilizzare con efficacia i mezzi di comunicazione di massa e i social media a fini pubblicitari.

UdA2. Modulo in presenza di Psicologia e Tecniche Estetiche

Conoscenze:

- Marketing: criteri da seguire per la scelta del nome, della struttura e il posizionamento del salone, in base alla tipologia di attività
- Fattori che favoriscono a fidelizzazione del cliente e strumenti per la visibilità dell'attività commerciale
- Il gruppo di lavoro. I ruoli in salone

Competenze: saper effettuare gli *step* necessari per aprire un salone di bellezza; saper operare scelte efficaci in termini di nome, logo, struttura, posizione dell'attività; saper attuare le strategie di fidelizzazione della clientela; saper applicare i principali elementi della psicologia socio-relazionale, con particolare attenzione alla gestione delle criticità.

Abilità: saper individuare gli strumenti per la visibilità più appropriati in base al tipo di attività, al budget a disposizione e alla tipologia di clienti; saper organizzare e guidare il gruppo di lavoro, utilizzando lo stile di leadership più adatta; adottare i comportamenti facilitanti e riconoscere quelli ostacolanti nelle dinamiche relazionali di gruppo.

Obiettivi minimi: conoscere i diversi strumenti a disposizione per aumentare la visibilità del centro estetico e le strategie base per la fidelizzazione della clientela; saper ricoprire con professionalità il proprio ruolo, rispettando le regole condivise, in collaborazione con il team di lavoro.

Pisa, 07/06/2018

I rappresentanti

La Docente
(Prof.ssa Anna De Rosa)
