



Istituto di Istruzione Superiore "Giorgi – Woolf"

Viale Palmiro Togliatti, 1161 – 00155 Roma

## Curricolo verticale della disciplina **Teoria della Comunicazione**

Percorso di studio: **Istituto Tecnico - settore tecnologico**

Indirizzo di studio: **Grafica e Comunicazione**

**SECONDO BIENNIO**

**CLASSE TERZA**

| MODULO                                      | PREREQUISITI  | CONOSCENZE  | ABILITÀ   | COMPETENZE   | ATTIVITÀ DI LABORATORIO | CONNESSIONI INTERDISCIPLINARI  | TEMPI              |
|---|---|---|---|--|-------------------------|--|--------------------|
| <b>Modulo 1</b><br>Il processo comunicativo | <ul style="list-style-type: none"><li>• Leggere e comprendere il testo;</li><li>• individuare e comprendere i nuclei essenziali e i concetti chiave di un testo;</li><li>• saper effettuare analisi e sintesi essenziali di testi e questioni non complessi;</li><li>• saper esporre e discutere in forma semplice, ma chiara e lineare, essenzialmente corretta;</li><li>• saper esprimere valutazioni semplici ma adeguate.</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Conoscere i fondamentali fattori su cui si fonda la comunicazione tra le persone.</li><li>• Conoscere il significato dei fattori che contraddistinguono la comunicazione verbale e non verbale.</li><li>• Conoscere i vari modelli di comunicazione.</li><li>• Differenza tra bisogni e motivazione.</li><li>• Conoscere il rapporto tra comportamento e comunicazione: gli assiomi della comunicazione.</li><li>• La Piramide di Maslow.</li><li>• Il bisogno di sicurezza e di appartenenza nella teoria di Harlow.</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Capire che la comunicazione è lo strumento più utilizzato e meno conosciuto.</li><li>• Saper riconoscere all'interno di un sistema comunicativo gli elementi fondamentali.</li><li>• Esporre con ordine e concretezza gli argomenti di studio trattati.</li><li>• Saper riconoscere l'efficacia dal punto di vista semiotico di un messaggio verbale e non verbale.</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Acquisire il lessico specifico della disciplina.</li><li>• Acquisire padronanza dei meccanismi alla base del processo di comunicazione.</li><li>• Acquisire la consapevolezza e la padronanza dei meccanismi che regolano il processo di comunicazione.</li><li>• Acquisire la capacità di interpretare il ruolo dei vari attori nella relazione interpersonale da diversi punti di vista.</li></ul> |                         | Letteratura italiana<br>I diversi linguaggi utilizzati nei testi della letteratura italiana. | Ottobre – Novembre |



Istituto di Istruzione Superiore "Giorgi – Woolf"

Viale Palmiro Togliatti, 1161 – 00155 Roma

| MODULO   | PREREQUISITI  | CONOSCENZE  | ABILITÀ   | COMPETENZE  | ATTIVITÀ DI LABORATORIO | CONNESSIONI INTERDISCIPLINARI                    | TEMPI              |
|--|---|---|---|---|-------------------------|--|--------------------|
|  |   | <ul style="list-style-type: none"> <li>I bisogni e la comunicazione Web 2.0.</li> <li>Gli scopi della comunicazione.               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Il modello di Shannon e Weaver.</li> <li>- Le funzioni di Jakobson.</li> <li>- Il modello interattivo o circolare.</li> <li>- Il processo di codifica e decodifica del messaggio.</li> <li>- I codici e la comunicazione efficace.</li> </ul> </li> </ul> |   |   |                         |  |                    |
| <b>MODULO 2</b><br>La Pragmatica della comunicazione     | <ul style="list-style-type: none"> <li>Il concetto di comunicazione.</li> <li>Differenza tra la comunicazione animale e quella umana.</li> <li>Bisogni e Motivazioni.</li> <li>I modelli del processo comunicativo.</li> <li>La semiotica.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Conoscere gli assiomi della comunicazione secondo la pragmatica.</li> <li>Conoscere la differenza tra comunicazione verbale e non verbale.</li> <li>Conoscere la differenza tra emozioni e sentimenti.</li> <li>Conoscere l'efficacia della comunicazione corporea.</li> <li>Conoscere i pericoli del web.</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Riconoscere l'efficacia di un messaggio dal punto di vista non verbale.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Acquisire consapevolezza e padronanza dei meccanismi che regolano il processo comunicativo.</li> <li>Acquisire la capacità di interpretare il ruolo dei vari attori nella relazione interpersonale, da diversi punti di vista.</li> <li>Prendere consapevolezza dell'importanza di un'immagine di sé positiva e sapere migliorarla.</li> <li>Diventare consapevole del ruolo dell'immagine, anche sul web.</li> <li>Diventare consapevole dell'importanza di tutelare la propria privacy.</li> </ul> |                         | Discipline grafiche                              | Dicembre - Gennaio |
| MODULO   | PREREQUISITI  | CONOSCENZE  | ABILITÀ   | COMPETENZE  | ATTIVITÀ DI LABORATORIO | CONNESSIONI INTERDISCIPLINARI                    | TEMPI              |
| <b>MODULO 3</b><br>Percezione e Comunicazione Persuasiva | <ul style="list-style-type: none"> <li>La pragmatica della comunicazione.</li> <li>La scuola di Palo Alto.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Conoscere la percezione della realtà e la dinamica</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Saper confrontare il modello P.N.L. di comunicazione con</li> </ul>                | <ul style="list-style-type: none"> <li>Acquisire la consapevolezza e la</li> </ul>  |                         | Discipline grafiche e teoria della comunicazione | Febbraio – Marzo   |



Istituto di Istruzione Superiore "Giorgi – Woolf"

Viale Palmiro Togliatti, 1161 – 00155 Roma

|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gli assiomi della comunicazione.</li> <li>• Relazioni Simmetriche e complementari.</li> <li>• L'immagine di sé.</li> <li>• La self efficacy.</li> <li>• L'immagine di sé che si offre agli altri.</li> <li>• L'immagine sul Web.</li> <li>• L'identità online e la tutela della privacy.</li> </ul>  | <p>comunicativa.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Conoscere la differenza tra sensazione e percezione.</li> <li>• Conoscere i sistemi sensoriali e i filtri percettivi.</li> <li>• Conoscere la comunicazione efficace.</li> <li>• Conoscere il linguaggio persuasivo.</li> <li>• Conoscere la retorica: logos, pathos ed ethos.</li> <li>• Conoscere il linguaggio evocativo e la differenza con altri tipi di linguaggio.</li> <li>• Conoscere il linguaggio figurato e le figure retoriche.</li> <li>• Conoscere le regole per una comunicazione verbale efficace.</li> <li>• Conoscere le competenze di un ascolto attivo.</li> <li>• Conoscere la tecnica dei messaggi in prima persona.</li> <li>• Conoscere le barriere comunicative.</li> </ul> | <p>gli altri modelli comunicativi.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Saper riconoscere il sistema di rappresentazione del mondo proprio e altrui.</li> <li>• Stabilire collegamenti e relazioni tra temi e argomenti trattati.</li> <li>• Riconoscere ed interpretare tecniche e strategie della comunicazione verbale al fine di ottimizzare l'interazione comunicativa.</li> <li>• Saper confrontare i diversi linguaggi.</li> </ul>                        | <p>padronanza di un uso retorico del linguaggio.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prendere consapevolezza delle barriere comunicative messe in atto, acquisendo la padronanza di una comunicazione verbale efficace e persuasiva.</li> <li>• Integrare le competenze professionali orientate al cliente con quelle linguistiche, utilizzando le tecniche di comunicazione e relazione per ottimizzare la qualità del servizio e il coordinamento con i colleghi.</li> </ul> |                         | <p>La percezione e il suo utilizzo in campo pubblicitario</p> <p>Letteratura Italiana e teoria della comunicazione</p> <p>Studio delle figure retoriche</p> |                        |
|--|---|---|--|---|-------------------------|---|------------------------|
| MODULO   | PREREQUISITI  | CONOSCENZE  | ABILITÀ  | COMPETENZE  | ATTIVITÀ DI LABORATORIO | CONNESSIONI INTERDISCIPLINARI   | TEMPI                  |
| <p><b>MODULO 4</b><br/>La comunicazione efficace a livello interpersonale (skill for life, modello ecologico di comunicazione)</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Il modello P.N.L..</li> <li>• I sistemi sensoriali.</li> <li>• Credenze e valori.</li> <li>• La Gestalt e la percezione.</li> <li>• Filtri percettivi.</li> <li>• La comunicazione visiva nei servizi commerciali.</li> <li>• La persuasione</li> <li>• Il principio della reciprocità</li> <li>• Le regole per una comunicazione verbale efficace.</li> <li>• L'ascolto attivo.</li> <li>• Le competenze nell'ascolto.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• La comunicazione come skill for life.</li> <li>• Distinzione tra le emozioni e i comportamenti.</li> <li>• L'empatia</li> <li>• Daniel Goleman, l'intelligenza emotiva</li> <li>• Definire l'analfabetismo emotivo.</li> <li>• Il modello ecologico di comunicazione: l'ascolto attivo</li> <li>• Lo stile comunicativo remissivo, lo stile aggressivo, lo stile manipolatorio, lo stile assertivo.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Saper valutare se stessi e gli altri nello stile comunicativo.</li> <li>• Acquisire consapevolezza dei propri stati emotivi e di quelli altrui.</li> <li>• Acquisire consapevolezza sulle proprie modalità di ascolto dell'altro.</li> <li>• Acquisire consapevolezza sulle diverse modalità di comunicazione dell'azienda per muoversi con efficacia sia nei flussi di comunicazione interni che in quelli esterni.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Acquisire la consapevolezza del rapporto esistente tra interiorità e dinamiche relazionali.</li> <li>• Acquisire consapevolezza degli stili comunicativi interpersonali.</li> <li>• Acquisire le competenze che rendono efficace una comunicazione interpersonale.</li> </ul>  |                         | <p>Lingua e Letteratura Italiana<br/>Inglese</p>  | <p>Aprile – Maggio</p> |



Istituto di Istruzione Superiore "Giorgi – Woolf"

Viale Palmiro Togliatti, 1161 – 00155 Roma

|  |  |  |   |  |  |  |  |
|--|--|--|---|--|--|--|--|
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>L'interazione diretta con il cliente.</li> <li>La persuasione attraverso il dialogo: La tecnica delle domande.</li> <li>L'ascolto.</li> <li>L'interazione diretta con i clienti.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Errori nell'ascolto e suggerimenti per ascoltare bene.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Acquisire consapevolezza sulle diverse modalità di comunicazione dell'azienda per muoversi con efficacia sia nei flussi di comunicazione interni che in quelli esterni.</li> <li>Mettere in connessione l'intelligenza emotiva e la comunicazione efficace.</li> <li>Praticare l'empatia</li> <li>Riconoscere i diversi stili comunicativi propri e altrui.</li> <li>Saper praticare le tecniche apprese di ascolto attivo.</li> </ul> |  |  |  |  |
|--|--|--|---|--|--|--|--|

**CLASSE QUARTA**

| MODULO  | PREREQUISITI  | CONOSCENZE  | ABILITÀ   | COMPETENZE  | ATTIVITÀ DI LABORATORIO | CONNESSIONI INTERDISCIPLINARI             | TEMPI              |
|---|---|---|---|---|-------------------------|---|--------------------|
| <b>Modulo 5</b><br>Dinamiche sociali e team working | <ul style="list-style-type: none"> <li>Possedere il linguaggio tecnico della disciplina.</li> <li>Conoscere gli elementi fondamentali della comunicazione.</li> <li>Saper attivare una comunicazione efficace, utilizzando il linguaggio verbale, non verbale e paraverbale.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Conoscere la definizione di gruppo.</li> <li>Conoscere le caratteristiche del gruppo: struttura rete di comunicazione, ruoli e leadership.</li> <li>Conoscere i principali mezzi di comunicazione e il loro linguaggio.</li> <li>Le triangolazioni, il capro espiatorio e la discriminazione.</li> <li>Compiti di funzionamento e compiti di manutenzione del leader.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Riconoscere e interpretare le dinamiche di gruppo.</li> <li>Riconoscere gli stili di leadership.</li> <li>Gestire in modo efficace i conflitti in un gruppo.</li> <li>Saper stabilire costruttive relazioni di gruppo.</li> <li>Diventare consapevole delle opportunità e dei rischi della comunicazione in rete.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Acquisire la consapevolezza delle dinamiche di gruppo.</li> <li>Comprendere le specificità comunicative dei principali media.</li> <li>Acquisire le competenze per stabilire costruttive relazioni di gruppo.</li> <li>Acquisire la consapevolezza e la padronanza delle tecniche che rendono efficace una comunicazione di gruppo.</li> </ul> |                         | Economia Aziendale<br>Discipline grafiche | Ottobre – Novembre |



Istituto di Istruzione Superiore "Giorgi – Woolf"

Viale Palmiro Togliatti, 1161 – 00155 Roma

| MODULO   | PREREQUISITI   | CONOSCENZE  | ABILITÀ  | COMPETENZE  | ATTIVITÀ DI LABORATORIO | CONNESSIONI INTERDISCIPLINARI               | TEMPI              |
|--|--|---|--|---|-------------------------|---|--------------------|
|  |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• La regressione e la contro dipendenza.</li> <li>• Le barriere comunicative</li> <li>• Il bullismo</li> <li>• Le condizioni di efficacia del gruppo di lavoro.</li> <li>• I conflitti nel gruppo.</li> <li>• Il team working.</li> </ul>          |  |   |                         |   |                    |
| <b>Modulo 6</b><br>Le Comunicazioni di massa                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Il concetto di gruppo.</li> <li>• Le condizioni di efficacia di un gruppo.</li> <li>• Le dinamiche della comunicazione di gruppo.</li> <li>• I ruoli caratteristici di un gruppo di lavoro.</li> <li>• Gli stadi di sviluppo dei gruppi.</li> <li>• La leadership</li> <li>• I conflitti nel gruppo.</li> <li>• L'escalation dei conflitti.</li> <li>• Il riconoscimento dei conflitti e la loro gestione.</li> <li>• La segmentazione del mercato in gruppi di consumo.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sistemi e modelli di comunicazione sociale e di massa.</li> <li>• Mezzi, strumenti e metodi delle comunicazioni di massa.</li> <li>• Media e società.</li> <li>• Linguaggi dei media comunicativi imposti dall'evoluzione tecnologica</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Saper produrre prodotti pubblicitari attraverso l'utilizzo di strumenti multimediali.</li> <li>• Saper individuare linguaggi funzionali ai contesti comunicativi e alla sicurezza.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Riconoscere le potenzialità dei vari media.</li> <li>• Utilizzare e produrre strumenti di comunicazione visiva e multimediale anche con riferimento alle strategie espressive e agli strumenti tecnici della comunicazione in rete.</li> </ul> |                         | Discipline grafiche<br>Letteratura italiana | Dicembre - Gennaio |
| MODULO   | PREREQUISITI   | CONOSCENZE  | ABILITÀ  | COMPETENZE  | ATTIVITÀ DI LABORATORIO | CONNESSIONI INTERDISCIPLINARI               | TEMPI              |
| <b>Modulo 7</b><br>I Linguaggi dei media e le tipologie di prodotti pubblicitari | <ul style="list-style-type: none"> <li>• La Gestalt e la percezione.</li> <li>• Filtri percettivi.</li> <li>• La comunicazione visiva nei servizi commerciali.</li> <li>• Conoscere il linguaggio persuasivo.</li> <li>• Conoscere la retorica: logos, pathos ed ethos.</li> <li>• Conoscere il linguaggio evocativo e la differenza con altri tipi di linguaggio.</li> <li>• Conoscere il linguaggio figurato e le figure retoriche.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• L'efficacia in pubblicità.</li> <li>• Le tipologie di messaggi e campagne.</li> <li>• Le nuove tecnologie pubblicitarie</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Saper analizzare e interpretare messaggi di comunicazione pubblicitaria.</li> <li>• Saper valutare le scelte comunicative dei progetti pubblicitari e promozionali.</li> </ul>                | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Acquisire una competenza strategico-creativa nell'elaborazione della comunicazione pubblicitaria.</li> </ul>   |                         | Discipline grafiche                         | Febbraio           |



Istituto di Istruzione Superiore "Giorgi – Woolf"

Viale Palmiro Togliatti, 1161 – 00155 Roma

| MODULO   | PREREQUISITI  | CONOSCENZE  | ABILITÀ  | COMPETENZE   | ATTIVITÀ DI LABORATORIO | CONNESSIONI INTERDISCIPLINARI                          | TEMPI          |
|--|---|---|--|--|-------------------------|--|----------------|
| <p><b>Modulo 8</b><br/>Le comunicazioni aziendali, il linguaggio del marketing</p>             | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sistemi aziendali;</li> <li>• L'intelligenza emotiva nella comunicazione.</li> <li>• Il concetto di auto consapevolezza.</li> <li>• Il concetto di empatia.</li> <li>• L'assertività.</li> <li>• Gli stili comunicativi.</li> <li>• La comunicazione ecologica.</li> <li>• L'ascolto attivo.</li> <li>• La risposta efficace.</li> <li>• Il superamento delle barriere comunicative.</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Relazioni con il mercato, con gli stakeholders.</li> <li>• Relazioni e comunicazione interne ed esterne all'azienda.</li> <li>• Flussi di comunicazione esterna e Public Relations.</li> <li>• La marca o il brand dell'azienda.</li> <li>• L'evoluzione del concetto di marketing.</li> <li>• La customer satisfaction.</li> <li>• L'e-commerce</li> <li>• Strategie, piano marketing e segmentazione del mercato.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Acquisire l'abilità di servirsi di internet per le ricerche di mercato e per l'estensione dell'offerta dell'azienda</li> <li>• Saper mettere a fuoco quali sono in una azienda i punti di forza, i punti di debolezza, le opportunità e i rischi delle strategie scelte</li> <li>• Saper individuare obiettivi, strategie e strumenti dell'azienda</li> <li>• Saper individuare il settore di mercato in cui l'azienda si posiziona.</li> <li>• Analizzare campagne di comunicazione e pubblicitarie nazionali e internazionali.</li> <li>• Utilizzare il lessico e la fraseologia di settore anche in lingua inglese.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prendere coscienza dell'azienda come sistema di comunicazione sociale</li> <li>• Individuare e utilizzare gli strumenti di comunicazione più appropriati per intervenire nei contesti professionali di riferimento.</li> <li>• Saper analizzare e monitorare le esigenze di mercato</li> </ul>  |                         | Economia aziendale                                     | Marzo – Aprile |
| MODULO   | PREREQUISITI  | CONOSCENZE  | ABILITÀ  | COMPETENZE   | ATTIVITÀ DI LABORATORIO | CONNESSIONI INTERDISCIPLINARI                          | TEMPI          |
| <p><b>Modulo 9</b><br/>La campagna pubblicitaria: strategia, pianificazione, studi di caso</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Possedere il lessico specifico della disciplina.</li> <li>• I flussi di comunicazione interna ed esterna</li> <li>• I vettori della comunicazione aziendale.</li> <li>• I flussi di comunicazione interna ed esterna</li> <li>• Pubbliche relazioni e nuove tecnologie</li> <li>• I concetti di marketing e Marketing relazionale</li> <li>• La mission</li> <li>• Il piano marketing</li> <li>• Il web marketing</li> <li>• L'immagine aziendale</li> <li>• La segmentazione del mercato</li> <li>• Il positioning</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• L'agenzia pubblicitaria</li> <li>• Le fasi della campagna pubblicitaria</li> <li>• Le strategie della campagna pubblicitaria</li> <li>• Le specificità comunicative dei principali network audiovisivi e a stampa in relazione alla campagna pubblicitaria.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Riconoscere le implicazioni etiche delle scelte di comunicazione pubblicitaria.</li> <li>• Riconoscere peculiarità comunicative, limiti e potenzialità delle diverse forme pubblicitarie.</li> <li>• Analizzare campagne di comunicazione e pubblicitarie nazionali e internazionali secondo criteri di efficacia comunicativa.</li> <li>• Scegliere prodotti di comunicazione in base a criteri di coerenza, efficacia comunicativa, interattività e fattibilità tecnica.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Utilizzare il patrimonio lessicale ed espressivo della lingua italiana secondo le esigenze comunicative nei vari contesti: sociali, culturali, scientifici, economici, tecnologici.</li> <li>• Utilizzare e produrre strumenti di comunicazione visiva e multimediale, anche con riferimento alle strategie espressive e agli strumenti tecnici della comunicazione in rete.</li> </ul> |                         | Discipline grafiche<br>Letteratura italiana<br>Inglese | Maggio         |



Istituto di Istruzione Superiore "Giorgi – Woolf"

Viale Palmiro Togliatti, 1161 – 00155 Roma

|  |  |  |   |  |  |  |  |
|--|--|--|---|--|--|--|--|
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Il packaging</li> </ul> |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Acquisire una competenza strategico-creativa nell'elaborazione della comunicazione pubblicitaria.</li> </ul> |  |  |  |  |
|--|--|--|---|--|--|--|--|

|  |   |  |
|--|---|--|
| <b>OBIETTIVI MINIMI DISCIPLINARI</b>               | <ul style="list-style-type: none"> <li>Possedere il lessico specifico della disciplina.</li> <li>Saper effettuare analisi e sintesi essenziali di testi e questioni non complessi;</li> <li>Saper esporre e discutere in forma semplice, ma chiara e lineare, essenzialmente corretta;</li> <li>Saper esprimere valutazioni semplici ma adeguate.</li> <li>Riconoscere, se guidato, peculiarità comunicative, limiti e potenzialità delle diverse forme pubblicitarie.</li> <li>Utilizzare e produrre, in maniera guidata, strumenti di comunicazione visiva e multimediale, anche con riferimento alle strategie espressive e agli strumenti tecnici della comunicazione in rete.</li> </ul> |  |
| <b>APPROCCIO DIDATTICO COMUNE A TUTTI I MODULI</b> | <b>METODOLOGIE</b>  | <b>STRUMENTI</b>   |
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Didattica laboratoriale.</li> <li>Lezione frontale.</li> <li>Lezione dialogata.</li> <li>Classe capovolta.</li> <li>Apprendimento per scoperta.</li> <li>Apprendimento per progetti.</li> <li>Peer to peer.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Lavagna.</li> <li>Piattaforma di e-learning.</li> <li>Appunti elaborati dal docente.</li> <li>Libro di testo.</li> <li>Simulazioni di esperienze.</li> <li>Strumenti di laboratorio classico e/o "povero".</li> </ul> |