**AREA DI INDIRIZZO**

**Quinto anno**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Competenze****chiave** | **Competenze** | **Abilità/Capacità** | **Conoscenze** | **Discipline**  |
|  |  |  |  |  |
| **IMPARARE AD IMPARARE****CONSAPEVO****LEZZA ED ESPRESSIONE CULTURALE** | **I1 Conoscere la storia della produzione artistica e architettonica e il significato delle opere d’arte nei diversi contesti storici e culturali anche in relazione agli indirizzi di studio prescelti.****I2 Cogliere i valori estetici, concettuali e funzionali nelle opere artistiche.** | **I1a** Comprendere e saper analizzare la principale produzione artistica della contemporaneità e di cogliere le interazioni tra le varie forme di linguaggio artistico.**I2a** Saper individuare e approfondire gli aspetti funzionali, estetici e costruttivi delle arti figurative*.* | *L'arte dal Post-impressionismo alla rottura con la tradizione operata dalle avanguardie storiche; la nascita e gli sviluppi del Movimento Moderno in architettura; l’arte tra le due guerre e il ritorno all’ordine; le principali esperienze artistiche del secondo dopoguerra, gli anni cinquanta e sessanta; le principali linee di ricerca dell’arte contemporanea.**Sviluppo storico dei settori disciplinari di ciascun indirizzo nel Novecento.* | **Prevalenti** **Storia dell'arte****Concorrenti****Discipline Grafiche****Discipline Audiovisive e Multimediali****Laboratorio Grafico****Laboratorio Audiovisivo e Multimediale** |
|  **INDIRIZZO GRAFICA** |
| **CONSAPEVO****LEZZA ED ESPRESSIONE CULTURALE****SENSO DI INIZIATIVA E IMPRENDITO****RIALITÁ** | **IG1 Avere consapevolezza delle radici storiche e delle linee di sviluppo nei vari ambiti della produzione grafica e pubblicitaria** | **IG1a** Riconoscere e saper analizzare la principale produzione grafica del passato e della contemporaneità e di cogliere le interazioni tra questa e le varie forme di linguaggio artistico.**IG1b** Conoscere i ruoli operativi e la genesi del progetto grafico- artistico del messaggio pubblicitario. **IG1c** Collegare in modo appropriato ricerca dati informativi in risposta al brief. **IG1d** Sviluppare e produrre soluzioni in risposta al brief.**IG1e** Saper allestire e descrivere un portfolio professionale. | *Generi pubblicitari**La storia del manifesto**Marchio e immagine* *Brand e Packaging* *I Grandi Fotografi**Come si allestisce una campagna**Il sito web**Il portfolio**Allestimento Museale**Il consumatore* *consapevole**Il mercato globale**Al servizio del committente**Perché si fa la pubblicità**La comunicazione* *Pubblicitaria**Perché si fa graphic design**Le professioni della comunicazione**L’agenzia di pubblicità**La Copy Strategy**Le caratteristiche**I generi**La Retorica**Procedimenti di stampa**Il Marketing**Le funzioni del Marketing**Il Marketing Mix**Le Strategie**L’Immagine Aziendale e* *la percezione del Marchio**L’Immagine Coordinata**Etichetta**I mezzi**L’affissione**La televisione**Lo spot televisivo**La stampa**La radio**La rete**La pubblicità dinamica**La pubblicità sul punto vendita**La “pubblicità occulta”**Sviluppo di strategia dei media* | **Prevalenti** **Discipline Grafiche****Laboratorio Grafico****Concorrenti****Storia dell'arte****Lingua e Letteratura italiana** |
| **IG2 Conoscere e applicare le tecniche grafico-pittoriche e informatiche adeguate nei processi operativi** | **IG2a** Saperprodurre file con le necessarie caratteristiche ai fini della produzione finale su stampa o sul web**IG2b** Saper usare in maniera corretta le funzioni più comuni dei programmi di Grafica **IG2c** Saper elaborare messaggi pubblicitari con l’utilizzo di tecnologie diverse di realizzazione e diffusione**IG2d** Saper comunicare chiaramente e criticamente il proprio lavoro progettuale |
| **IG3 Conoscere gli elementi costitutivi dei codici dei linguaggi progettuali e grafici****IG4 Saper individuare le corrette procedure di approccio nel rapporto progetto- prodotto contesto, nelle diverse funzioni relative alla comunicazione visiva e editoriale****IG5 Conoscere e saper applicare i principi della percezione visiva e della composizione della forma grafico-visiva** | **IG3a** Saper gestire in maniera autonoma i processi progettuali e operativi inerenti alla grafica o al graphic design, individuando gli aspetti comunicativi, estetici, concettuali, espressivi, commerciali e funzionali che interagiscono e caratterizzano la comunicazione visiva.**IG4b** Saper sperimentare in maniera autonoma nuove soluzioni tecniche ed estetiche, facendo oltretutto interagire altro tipo di medium artistico.**IG4d**  Aver acquisito e saper approfondire le tecniche e le procedure specifiche grafico-digitali.**IG5a** Progettare prodotti pubblicitari per differenti tipologie di media. |
| **IG6 Saper identificare e usare tecniche e tecnologie adeguate alla progettazione e produzione grafica** | **IG6a** Mettere in pratica i sistemi di salvaguardia e sicurezza propria e dell’ambiente di lavoro in cui si opera.**IG6b** Possedere standard appropriati a un contesto di pratica professionale dimostrando di saper lavorare da soli o in team.**IG6c** Saper impostare correttamente un flusso di lavoro di impaginazione.**IG6d** Saper allestire in modo corretto un elaborato per la stampa o per la fruizione video.**IG6e** Saper approfondire e gestire autonomamente e in maniera critica le fondamentali procedure progettuali e operative della produzione grafico-visiva, prestando particolare attenzione alla recente produzione e agli aspetti estetico -funzionali del graphic design.**IG6f** Saper lavorare proficuamente con un ruolo preciso all’interno di un gruppo di lavoro. |
| **INDIRIZZO AUDIOVISIVO E MULTIMEDIALE**  |
| **CONSAPEVO****LEZZA ED ESPRESSIONE CULTURALE****SENSO DI INIZIATIVA E IMPRENDITO****RIALITÁ** | **IAM1 avere approfondito la conoscenza degli elementi costitutivi dei linguaggi audiovisivi e multimediali negli aspetti espressivi e comunicativi, avere consapevolezza dei fondamenti storici e concettuali.** | **IAM1a** Riconoscere e saper analizzare la principale produzione audiovisiva del passato e della contemporaneità e di saper cogliere le interazioni tra l’audiovisivo e le altre forme di linguaggio artistico.**IAM1b** Conoscere le procedure relative all’elaborazione del prodotto audiovisivo - individuando il concetto, gli elementi espressivi e comunicativi, la funzione - attraverso la gestione dell’inquadratura (campi e piani, angoli di ripresa), del tempo, del movimento, del colore e della luce.**IAM1c** Essere in grado di individuare e coordinare le interconnessioni tra il linguaggio audiovisivo ed il testo di riferimento, il soggetto o il prodotto da valorizzare o comunicare.**IAM1d** Saper coniugare le esigenze estetiche ed espressive con le eventuali necessità commerciali del prodotto. | *La storia del cinema**Esempi significativi dei diversi generi cinematografici**Cenni sulle correnti cinematografiche* *Introduzione al montaggio* *Teoria del montaggio**La punteggiatura filmica:* *La correzione del colore**Titolazione e tecnica di composizione**Lo spot pubblicitario : dall’analisi grafica dello storyboard alla realizzazione del montaggio.**Utilizzo dei software specifici di montaggio video**Relazione finale sulle scelte del progetto**La pre-produzione e la post-produzione**Il piano di lavorazione* *Il backstage fotografico* *Le tecniche di animazione* | **Prevalenti** **Discipline Audiovisive e Multimediali****Laboratorio Audiovisivo e Multimediale****Concorrenti****Storia dell'arte****Lingua e letteratura italiana** |
| **IAM2 conoscere le principali linee di sviluppo tecniche e concettuali delle opere audiovisive contemporanee e le intersezioni con le altre forme di espressione e comunicazione artistica** | **IAM2a** Saper cogliere il ruolo ed il valore culturale e sociale del linguaggio audiovisivo.**IAM2b** Essere in grado di individuare e coordinare le interconnessioni tra il linguaggio audiovisivo ed il testo di riferimento, il soggetto o il prodotto da valorizzare o comunicare. |
| **IAM3 conoscere e applicare le tecniche adeguate nei processi operativi, avere capacità procedurali in funzione della contaminazione tra le tradizionali specificazioni disciplinari.** | **IAM3a** Conoscere le fondamentali procedure progettuali ed operative della produzione audiovisiva di tipo culturale, sociale o pubblicitario. **IAM3b** Possedere le competenze adeguate nell’uso dei mezzi informatici e delle nuove tecnologie. **IAM3c** Saper gestire, in maniera autonoma, i processi progettuali e operativi inerenti il settore audiovisivo e multimediale, individuando, sia nell’analisi, sia nella propria produzione, gli aspetti espressivi, comunicativi, concettuali, narrativi, estetici e funzionali che interagiscono e caratterizzano la ricerca audiovisiva. **IAM3d** Essere in grado di impiegare in modo appropriato le diverse tecniche e tecnologie, le strumentazioni fotografiche, video e multimediali più usate, scegliendoli con consapevolezza. **IAM3e** Saper applicare le procedure necessarie alla realizzazione di opere audiovisive ideate su tema assegnato: fotografia, filmati, animazione cinematografica o informatica, etc;**IAM3f** Essere capace di gestire autonomamente l’intero iter progettuale di un’opera audiovisiva, dalla ricerca del soggetto alle tecniche di proiezione, passando dall’eventuale sceneggiatura, dal progetto grafico (storyboard), dalla ripresa, dal montaggio, dal fotoritocco e dalla post-produzione, coordinando i periodi di produzione scanditi dal rapporto sinergico tra la disciplina ed il laboratorio.**IAM3g** Saper sviluppare una ricerca artistica individuale o di gruppo, che conosca i principi essenziali che regolano il sistema della committenza, l’iter esecutivo, il circuito produttivo con le relative figure professionali, l’industria fotografica e cinematografica, il marketing del prodotto audiovisivo, la produzione in sala e l’home entertainment, considerando inoltre destinatari e contesto. |
| **IAM4 conoscere e saper applicare i principi della percezione visiva e della composizione dell’immagine.** | **IAM4a** Saper applicare i principi della composizione e ~~di~~ conoscere le teorie essenziali della percezione visiva. |