# ISTITUTO PROFESSIONALE "*Rosa LUXEMBURG* "

**ACQUAVIVA DELLE FONTI**

**Servizi Cultura e Spettacolo**

**Programmazione di Disciplina per TERZE classi**

**Laboratori Tecnologici Comunicazione Multultimediale**

MODULO: **1\_ LE BASI TECNICHE DELLA FOTOGRAFIA – PRIMA PARTE classe: 3A scs**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Competenze**  | **Competenze** **disciplina** | **Abilità/ Ca****pacità** | **Contenuti** | **Tempi** |
|  |
| **Individuare ed utilizzare le moderne forme di comunicazione visiva e multimediale, anche con riferimento alle strategie espressive e agli strumenti tecnici della comunicazione in rete.**Riconoscere le linee essenziali della storia delle idee, della cultura, della letteratura, delle arti e orientarsi agevolmente fra testi e autori fondamentali, a partire dalle componenti di natura tecnico-professionale correlate ai settori di riferimento. | Correlare la conoscenza storica generale agli sviluppi delle scienze, delle tecnologie e delle tecniche negli specifici campi professionali di riferimentoL’alunno sviluppa le capacità di cogliere i nessi relazionali tra i diversi mezzi e strumenti.Correlare la conoscenza storica generale agli sviluppi delle scienze, delle tecnologie e delle tecniche negli specifici campi professionali di riferimento L’allievo è in grado di cogliere le relazioni tra i diversi linguaggi e tecnologie | Utilizzare tecniche di progettazione per realizzare messaggi pubblicitari a stampa e audiovisiviSaper analizzare gli elementi fondamentali della multimedialitàSa analizzare gli aspetti principali della scrittura. È capace di analizzare le diverse realtà evolutive e di cogliere le connessioni Sa riconoscere le caratteristiche dei principali mezzi di comunicazione di massaSa utilizzare software specifico di settore | **U.D.A. n.: 1\_**La fotocamera: tipologie e formati. Dal banco ottico alle macchine fotografiche compatte.**U.D.A.n.: 2**\_Le fonti luminose. Caratteristiche della luce: naturale e artificiale**U.D.A. n.: 3\_**L’esposizione fotografica e l’uso dell’esposimetro**U.D.A. n.: 4\_**Il diaframma, l’otturatore e la profondità di campo. | **TRIMESTRE** |

MODULO: **2\_LE BASI TECNICHE DELLA FOTOGRAFIA – PRIMA PARTE**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Competenze**  | **Competenze** **disciplina** | **Abilità/ Capacità** | **Contenuti** | **Tempi** |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Interagire nel sistema azienda riconoscerne gli elementi fondamentali, i diversi modelli di organizzazione e di funzionamento.**Utilizzare i principali concetti relativi all'economia e all'organizzazione dei processi produttivi e dei servizi.**Individuare le tendenze dei mercati locali, nazionali e internazionali** | Individuare e utilizzare gli strumenti di comunicazione e di team working più appropriati per intervenire nei contesti organizzativi e professionali di riferimento | Utilizzare le tecniche di comunicazione aziendaleContribuire alla realizzazione delle attività funzionali alle diverse fasi della vita aziendaleUtilizzare il lessico di settore in lingua inglese | **.****. U.D.A. n.: 1**  La temperatura colore e il bilanciamento del bianco: la scala Kelvin.**. U.D.A. n.: 2\_** Esercitazioni pratiche di laboratorio**. U.D.A. n.: 3\_** Esercitazioni pratiche in sala di posa. | **TRIMESTRE** |

MODULO: **3 \_LE BASI TECNICHE DELLA FOTOGRAFIA – SECONDA PARTE**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Competenze**  | **Competenze** **disciplina** | **Abilità/ Capacità** | **Contenuti** | **Tempi** |
|  |
| **Individuare le tendenze dei mercati locali, nazionali e internazionali****Partecipare ad attività dell’area marketing ed alla realizzazione di prodotti pubblicitari.**Individuare e utilizzare gli strumenti di comunicazione e di team working più appropriati per intervenire nei contesti organizzativi e professionali di riferimento. | Lo studente è in grado di individuare le diverse funzioni svolte dalle singole professionalità che compongono il team di progetto. | Individuare gli effetti delle strategie di marketing sul mercatoUtilizzare le leve del marketingRiconoscere obiettivi, target e focus target di riferimento per attività di promozione e comunicazione pubblicitaria.Partecipare alla elaborazione di azioni pubblicitariePartecipare alla progettazione di materiali pubblicitari di tipologia diversa | **.UDA. n.: 1\_** Produzione dell’immagine. Gli obiettivi. Classificazione: normali, di lunga focale, di corta focale, zoom, speciali. **U.D.A. n.: 2** La profondità di campo. **U.D.A. n.:3\_** La messa a fuoco. **U.D.A. n.: 4\_** I formati | **PENTAMESTRE** |

MODULO: **4 \_LE BASI TECNICHE DELLA FOTOGRAFIA – SECONDA PARTE**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Competenze**  | **Competenze** **disciplina** | **Abilità/ Capacità** | **Contenuti** | **Tempi** |
|  |
| **Applicare le metodologie e le tecniche della gestione per progetto-**Interagire nei contesti produttivi del settore utilizzando tecniche e strumentazioni adeguate | Correlare la conoscenza storica generale agli sviluppi delle scienze, delle tecnologie e delle tecniche negli specifici campi professionali di riferimento | Partecipare alla progettazione di materiali pubblicitari di tipologia diversa | **U.D.A. n.: 1\_**L’inquadratura e la composizione dell’immagine.**U.D.A. n.: 2\_E**sercitazioni pratiche di laboratorio.**U.D.A. n.: 3\_** Esercitazioni pratiche in sala di posa. | **PENTAMESTRE** |