**Secondo Biennio - Liceo Artistico – Discipline Grafiche**

**DISCIPLINE GRAFICHE Secondo Biennio – Terzo anno**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **U.D.A.n 1** | **COMPETENZE PECUP** | **COMPETENZE DISCIPLINA** | **CONOSCENZE** | **CONTENUTI** | **TEMPI** |
| **Dalla composizione all’impaginazione grafica – Pianificazione e sviluppo della comunicazione multimediale** | **Conoscere e saper applicare i principi della percezione visiva e della composizione della forma grafico – visiva**  **Conoscere e applicare le tecniche grafico – pittoriche e informatiche adeguate nei processi operativi;** | * Sviluppare le capacità di cogliere i nessi relazionali tra i diversi mezzi e strumenti. * Applicare le regole impaginative attraverso metodologie operative corrette. * Individuare obiettivi, target e focus target di riferimento per attività di promozione e comunicazione pubblicitaria. * Individuare le caratteristiche dei principali mezzi di comunicazione di   massa.  .   * Ricercare e analizzare modelli di comunicazione pubblicitaria relativi a prodotti/servizi sui media tradizionali e sul web. | Deve conoscere:   * la terminologia specifica e le regole impaginative. * I Formati della carta più utilizzati per i processi di stampa e nella comunicazione in genere. * Storia, caratteri e tipologie dei mezzi di comunicazione di   massa tradizionali a stampa ed audiovisivi.   * Conoscere le modalità di costruzione dell’immagine digitalizzata * Essere in grado di individuare le diverse funzioni svolte dalle singole professionalità che compongono il team di progetto e di riconoscere le finalità dell’attività di analisi di un brief * Caratteristiche e tipologie dei new media. | **L’impaginazione**  **Proporzioni e sezione aurea**  **I Formati UNI della carta**  **La Gabbia**  **La Gabbia Per il web**  **Semplificazione e**  **Stilizzazione di un’immagine**  **La multimedialità: concetti fondamentali**  **Acquisizione delle immagini**  **Elaborazioni dell’immagini in digitale**  **Grafica vettoriale e bitmap**  **Il marketing mix**  **Tecniche di progettazione visiva** | **Trimestre** |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **U.D.A.n 2** | **COMPETENZE PECUP** | **COMPETENZE DISCIPLINA** | **CONOSCENZE** | **CONTENUTI** | **TEMPI** |
| **Il metodo progettuale** | **Conoscere gli elementi costitutivi dei codici dei linguaggi progettuali e grafici;**  **Avere consapevolezza delle radici storiche e delle linee di sviluppo nei vari ambiti della produzione grafica e pubblicitaria;** | * Ricercare e analizzare modelli di comunicazione pubblicitaria relativi a prodotti/servizi sui media tradizionali e sul web * Progettare prodotti pubblicitari per differenti tipologie di media * Elaborare messaggi pubblicitari con l’utilizzo di tecnologie diverse di realizzazione e diffusione * Applicare un metodo di lavoro progettuale per un lavoro autonomo e personalizzato * Applicare le conoscenze teoriche relative al colore in situazioni reali attraverso metodologie operative corrette e specifiche in funzione di un progetto finale. * Realizzare contrasti e armonie di colori in base agli effetti cromatici espressivi che si vogliono ottenere * Reperire e organizzare il materiale di lavoro * Produrre il file con le necessarie caratteristiche ai fini della produzione finale su stampa o sul web | * Conoscere le fasi operative di un progetto ,la terminologia tecnica, gli strumenti e le tecniche creative * Conoscere la morfologia dei caratteri, i diversi stili e le regole degli accostamenti di questi ultimi * Conoscere le regole compositive dei testi e la gerarchia formale e cromatica * Conoscere le leggi e le relazioni che legano i diversi colori. * Conoscere il sistema additivo e sottrattivo e il significato comunicativo e simbolico dei colori * Utilizzare software specifico di settore * Conoscere i diversi formati di salvataggio e compressione file, sia per la stampa, sia per i web | **Tecniche di progettazione visiva**  **La multimedialità: concetti fondamentali**  **Classificazione e struttura del carattere**  **Criteri compositivi**  **Il carattere digitale**  **La teoria del colore**  **I contrasti cromatici**  **Colore e psicologia**  **Caratteristiche dell’immagine**  **L’immagine fotografica**  **Breve storia della fotografia e del cinema**  **Layout della sceneggiatura**  **Lo storyboard**  **L’Illustrazione**  **L’annuncio pubblicitario: pagina pubblicitaria e locandina**  **Immagine coordinata: carta intestata e biglietto da visita**  Il dépliant/brochure  **Le immagini digitali**  **I Formati standard dei file**  **Formati per la stampa**  **Formati per il web** | **Pentamestre** |

**DISCIPLINE GRAFICHE Secondo Biennio – Quarto anno**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **U.D.A.n 1** | **COMPETENZE PECUP** | **COMPETENZE DISCIPLINA** | **CONOSCENZE** | **CONTENUTI** | **TEMPI** |
| **Il prodotto multimediale: progetto e sviluppo** | **Saper individuare le corrette procedure di approccio nel rapporto progetto – prodotto – contesto, nelle diverse funzioni relative alla comunicazione visiva ed editoriale;**  **Redigere relazioni tecniche e documentare le attività individuali e di gruppo relative a situazioni professionali;** | * Reperire ed interpretare informazioni per la definizione   dell’immagine aziendale   * Applicare le procedure della customer satisfaction Contribuire all’organizzazione delle diverse fasi della   progettazione pubblicitaria dalla ideazione alla realizzazione   * Analizzare campagne pubblicitarie significative in rapporto a   obiettivi di comunicazione, tecniche progettuali e realizzative  strategie di marketing   * Organizzare un lavoro e focalizzare l’obiettivo di comunicazione. * Operare le corrette scelte progettuali | * Criteri e modalità per la definizione di immagine aziendale. * Caratteristiche e tipologie dei new media. * Tecniche di progettazione visiva per la comunicazione pubblicitaria. * Strategie, tecniche e modelli per la ideazione di campagne   pubblicitarie.   * Principi e metodi per la pianificazione e la progettazione pubblicitaria * Conoscere le principali forme di comunicazione aziendale legata alla progettazione grafica | **La Campagna Pubblicitaria:**  **dal briefing alla copy strategy**  **Agenzia pubblicitaria**  **Tecniche di progettazione visiva**  **Il metodo progettuale:**  **dal brief alla creatività**  **Marchio e visual identity**  **I generi pubblicitari**  **Le figure retoriche nella pubblicità**  **Le immagini digitali**  **Formati per la stampa**  **Formati per il web** | **Pentamestre** |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **U.D.A.n 2** | **COMPETENZE PECUP** | **COMPETENZE DISCIPLINA** | **CONOSCENZE** | **CONTENUTI** | **TEMPI** |
| **Multimedialità: Storia**  **dei linguaggi** | **Saper identificare e usare tecniche e tecnologie adeguate alla progettazione e produzione grafica;** | * Analizzare le diverse fasi della storia dell’audio-video e di riconoscere le peculiarità * Cogliere le relazioni esistenti tra i diversi momenti storici e di riconoscere gli elementi caratterizzanti * Progettare, realizzare e pubblicare contenuti per il web. * Progettare graficamente inquadrature, scene e sequenze con la tecnica dello storyboard | * Conoscere le principali fasi evolutive del prodotto cinematografico e audiovisivo * Comunicazione pubblicitaria nella rete web. * Conoscere le diverse fasi di realizzazione dei prodotti audiovisivi e l’iter metodologico per progettare un prodotto video   Conoscere le fasi evolutive della storia della fotografia analogica e digitale | **Progettazione digitale e audiovisiva**  **L’audiovisivo: principi tecnici di base**  **Dal brief al soggetto**  **La sceneggiatura**  **Layout della sceneggiatura**  **Lo storyboard**  **Le inquadrature**  **Fotografi pubblicitari** | **Pentamestre** |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **U.D.A.n 3** | **COMPETENZE PECUP** | **COMPETENZE DISCIPLINA** | **CONOSCENZE** | **CONTENUTI** | **TEMPI** |
| **Il packaging: venditore silenzioso** | **Saper identificare e usare tecniche e tecnologie adeguate alla progettazione e produzione grafica;** | * Progettare prodotti pubblicitari per differenti tipologie di media. * Elaborare messaggi pubblicitari con l’utilizzo di tecnologie diverse   di realizzazione e diffusione | * Criteri e metodi per la visualizzazione di messaggi pubblicitari. * Tecniche di progettazione visiva per la comunicazione pubblicitaria. * Tecniche di progettazione per la cartotecnica e il packaging. | **Cenni sulla storia del packaging**  **Tecniche di progettazione visiva**  **Il Packaging: comunicare con il prodotto**  **Allestimento stand fiere** | **Pentamestre** |

****

**Liceo Artistico**

**Programmazione di Disciplina**

**Classi V° Liceo Artistico - Discipline Grafiche**

**Programmazione per Competenze: Discipline Grafiche Classe V° Liceo Artistico**

**U.D.A. n.1 L’Occhio che Apprende**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Competenze PECUP** | **Competenze Disciplinari** | **Abilità/ Capacità** | **Contenuti** | **Tempi** |
|  | | | | | |
| 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;  Cogliere i valori estetici, concettuali e funzionali nelle opere artistiche;  Avere consapevolezza delle radici storiche e delle linee di sviluppo nei vari ambiti della produzione grafica e pubblicitaria; | Conoscere i ruoli operativi e la genesi del progetto grafico- artistico del messaggio pubblicitario;  Collegare in modo appropriato ricerca dati informativi in risposta al brief.  Sviluppare e produrre soluzioni in risposta al brief.  Elaborare messaggi pubblicitari con l’utilizzo di tecnologie diverse di realizzazione e diffusione  Progettare prodotti pubblicitari per differenti tipologie di media | Saper valutare criticamente forma e configurazione di una gamma di oggetti grafici artistici;  Saper valutare sotto il profilo tecnico una gamma di oggetti grafici artistici;  Saper comunicare chiaramente e criticamente il proprio lavoro progettuale;  Analizzare campagne pubblicitarie significative in rapporto a  obiettivi di comunicazione, tecniche progettuali e realizzare  strategie di marketing  Saper analizzare e interpretare criticamente un brief.  Generare una gamma di idee in risposta al brief.  L’alunno sviluppa le capacità di cogliere i nessi relazionali tra i diversi mezzi e strumenti.  L’alunno è capace di applicare le regole impaginative attraverso metodologie operative corrette.  L’alunno sviluppa le capacità di:  Individuare obiettivi, target e focus target di riferimento per attività di promozione e comunicazione pubblicitaria.  Individuare le caratteristiche dei principali mezzi di comunicazione di massa | **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  Come si allestisce una campagna  **Il Marketing**  Le funzioni del Marketing  Il Marketing Mix  Le Strategie  L’Immagine Aziendale e la percezione del Marchio  L’Immagine Coordinata  **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 | **TRIMESTRE** |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Competenze PECUP** | **Competenze Disciplinari** | **Abilità/ Capacità** | **Contenuti** | **Tempi** |
|  | | | | | |
| Conoscere gli elementi costitutivi dei codici dei linguaggi progettuali e grafici  Conoscere e applicare le tecniche grafico-pittoriche e informatiche adeguate nei processi operativi  Saper identificare e usare tecniche e tecnologie adeguate alla progettazione e produzione grafica  Conoscere e sapere applicare i principi della percezione visiva e della composizione della forma grafico-visiva. | Produrre file con le necessarie caratteristiche ai fini della produzione finale su stampa o sul web | Applicare un metodo di lavoro progettuale per un lavoro autonomo e personalizzato  Applicare le conoscenze teoriche relative al colore in situazioni reali attraverso metodologie operative corrette e specifiche in funzione di un progetto finale.  Realizzare contrasti e armonie di colori in base agli effetti cromatici espressivi che si vogliono ottenere  Reperire e organizzare il materiale di lavoro | **Procedimenti di stampa**  **Il Packaging**  **Generi pubblicitari** | **PENTA**  **MESTRE** |

**U.D.A. n.2 L’occhio che indaga**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Competenze PECUP** | **Competenze Disciplinari** | **Abilità/ Capacità** | **Contenuti** | **Tempi** |
|  | | | | | |
| Applicare le tecniche grafiche, pittoriche, plastico-scultoree, architettoniche e multimediali e sapere collegare i diversi linguaggi artistici;  Padroneggiare i processi progettuali e operativi e utilizzare in modo appropriato tecniche e materiali in relazione agli indirizzi prescelti;  Applicare i codici dei linguaggi artistici, i principi della percezione visiva e della composizione della forma in tutte le sue configurazioni e funzioni; | Saper comunicare chiaramente e criticamente il proprio lavoro progettuale;  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 | Conoscere i ruoli operativi e la genesi del progetto grafico complesso e del messaggio pubblicitario;  conoscere e identificare le fasi del ciclo di sviluppo della progettazione grafica;  Usare effettivamente il ciclo di sviluppo progettuale nel proprio processo ideativo;  Organizzare un lavoro e focalizzare l’obiettivo di comunicazione.  Operare le corrette scelte progettuali | **La storia del manifesto**  **Marchio e immagine**  **Brand e Packaging**  **Etichetta** | **PENTA**  **MESTRE** |

**U.D.A. n.3 L’occhio che valuta**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Competenze PECUP** | **Competenze Disciplinari** | **Abilità/ Capacità** | **Contenuti** | **Tempi** |
|  | | | | | |
| Saper individuare le corrette procedure di approccio nel rapporto progetto- prodotto-contesto, nelle diverse funzioni relative alla comunicazione visiva e editoriale  ; | Saper allestire e descrivere un portfolio professionale;  Mettere in pratica i sistemi di salvaguardia e sicurezza propria e dell’ambiente di lavoro in cui si opera;  Possedere standard appropriati a un contesto di pratica professionali dimostrando di saper lavorare da soli o in team | Conoscere i modi più appropriati per allestire il curriculum vitae e presentarsi a un colloquio di lavoro;  Reperire ed interpretare informazioni per la definizione dell’immagine aziendale  Conoscere le problematiche relative alla tutela, alla conservazione e al restauro del patrimonio artistico e architettonico;  Organizzare un lavoro e focalizzare l’obiettivo di comunicazione.  Ricercare e analizzare modelli di comunicazione pubblicitaria relativi a prodotti/servizi sui media tradizionali e sul web; | **Il portfolio**  **Il sito web**  Promuovere il portfolio  Le tendenze  Un portfolio senza curricolo  **I grandi fotografi**  Il linguaggio fotografico  Campagne pubblicitarie fotografiche | **PENTA**  **MESTRE** |