**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 realizzativestrategie 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 diffusioneProgettare 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 aobiettivi di comunicazione, tecniche progettuali e realizzarestrategie di marketingSaper 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 consapevoleIl mercato globaleAl servizio del committentePerché si fa la pubblicità**La comunicazione Pubblicitaria**Perché si fa graphic designLe professioni della comunicazioneL’agenzia di pubblicitàLa Copy StrategyLe caratteristicheI generiLa RetoricaCome si allestisce una campagna**Il Marketing**Le funzioni del MarketingIl Marketing MixLe StrategieL’Immagine Aziendale e la percezione del MarchioL’Immagine Coordinata**I mezzi**L’affissioneLa televisioneLo spot televisivo**La stampa**La radioLa reteLa pubblicità dinamicaLa pubblicità sul punto venditaLa “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 graficiConoscere e applicare le tecniche grafico-pittoriche e informatiche adeguate nei processi operativiSaper identificare e usare tecniche e tecnologie adeguate alla progettazione e produzione graficaConoscere 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 personalizzatoApplicare 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 ottenereReperire 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 aziendaleConoscere 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 portfolioLe tendenzeUn portfolio senza curricolo**I grandi fotografi** Il linguaggio fotograficoCampagne pubblicitarie fotografiche | **PENTA****MESTRE** |