**Griglia di valutazione Area di indirizzo Grafica**

 **Secondo biennio**

 **Alunno\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Classe \_\_\_\_\_Sez.\_\_\_\_**

|  |  |
| --- | --- |
| **INDIRIZZO GRAFICA IG** | **LIVELLI** |
| **COMPETENZE** | **INDICATORI** | **VALUTAZIONE****ANALITICA** | **VALUTAZIONE GLOBALE DELL’AREA**  |
| **IG1** Avere consapevolezza delle radici storiche e delle linee di sviluppo nei vari ambiti della produzione grafica e pubblicitaria | Sa analizzare le diverse fasi della storia della produzione grafica e audio-video e riconoscerne le peculiarità. Coglie le relazioni esistenti tra i diversi momenti storici e riconoscerne gli elementi caratterizzanti.Sa individuare obiettivi, target e focus target di riferimento per attività di promozione e comunicazione pubblicitaria.Sa individuare le caratteristiche dei principali mezzi di comunicazione di massa. | Iniziale Base Intermedio Avanzato | **Iniziale**** Base**** Intermedio**** Avanzato** |
| **IG2** Conoscere e applicare le tecniche grafico-pittoriche e informatiche adeguate nei processi operativi. | Sa ricercare e analizzare modelli di comunicazione pubblicitaria relativi a prodotti/servizi sui media tradizionali e sul web.Sa applicare le regole impaginative attraverso metodologie operative corrette.Saprogettare prodotti pubblicitari per differenti tipologie di media.Elabora messaggi pubblicitari con l’utilizzo di tecnologie diverse di realizzazione e diffusione.Produce il file con le necessarie caratteristiche ai fini della produzione finale su stampa o sul web.Sautilizzare il lessico di settore anche in lingua inglese. | Iniziale Base Intermedio Avanzato |
| **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 | Sa applicare le conoscenze teoriche relative al colore in situazioni reali attraverso metodologie operative corrette e specifiche in funzione di un progetto finale.Sa applicare un metodo di lavoro progettuale per un lavoro autonomo e personalizzato.Sareperire e organizzare il materiale di lavoro.Sa ricercare e analizzare modelli di comunicazione pubblicitaria relativi a prodotti/servizi sui media tradizionali e sul web.Elabora messaggi pubblicitari con l’utilizzo di tecnologie diverse di realizzazione e diffusione.Sa reperire ed interpretare informazioni per la definizione dell’immagine aziendale.Sa applicare le procedure della customer satisfaction.Sa analizzare campagne pubblicitarie significative in rapporto aobiettivi di comunicazione, tecniche progettuali e realizzativestrategie di marketing.Sa organizzare un lavoro e focalizzare l’obiettivo di comunicazione.Saoperare le corrette scelte progettuali Sa realizzare contrasti e armonie di colori in base agli effetti cromatici espressivi che si vogliono ottenere. | Iniziale Base Intermedio Avanzato |