**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 a  obiettivi di comunicazione, tecniche progettuali e realizzative  strategie 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 |