**Griglia di valutazione Area di indirizzo Grafica**

**Quinto anno**

**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 | Riconosce e sa analizzare la principale produzione grafica del passato e della contemporaneità e di cogliere le interazioni tra questa e le varie forme di linguaggio artistico.  Conosce i ruoli operativi e la genesi del progetto grafico- artistico del messaggio pubblicitario.  Collega in modo appropriato ricerca dati informativi in risposta al brief.  Sa sviluppare e produrre soluzioni in risposta al brief.  Saper allestire e descrivere un portfolio professionale. | Iniziale   Base   Intermedio   Avanzato | **Iniziale**  ** Base**  ** Intermedio**  ** Avanzato** |
| **IG2** Conoscere e applicare le tecniche grafico-pittoriche e informatiche adeguate nei processi operativi. | Sa produrre file con le necessarie caratteristiche ai fini della produzione finale su stampa o sul web.  Sa usare in maniera corretta le funzioni più comuni dei programmi di Grafica.  Sa elaborare messaggi pubblicitari con l’utilizzo di tecnologie diverse di realizzazione e diffusione.  Saper comunicare chiaramente e criticamente il proprio lavoro progettuale | 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 gestire in maniera autonoma i processi progettuali e operativi inerenti alla grafica o al graphic design, individuando gli aspetti comunicativi, estetici, concettuali, espressivi, commerciali e funzionali che interagiscono e caratterizzano la comunicazione visiva.  Sa sperimentare in maniera autonoma nuove soluzioni tecniche ed estetiche, facendo oltretutto interagire altro tipo di medium artistico.  Aver acquisito e saper approfondire le tecniche e le procedure specifiche grafico-digitali.  Progetta prodotti pubblicitari per differenti tipologie di media. | Iniziale   Base   Intermedio   Avanzato |
| **IG6** Saper identificare e usare tecniche e tecnologie adeguate alla progettazione e produzione grafica | Sa mettere in pratica i sistemi di salvaguardia e sicurezza propria e dell’ambiente di lavoro in cui si opera.  Possiede standard appropriati a un contesto di pratica professionale dimostrando di saper lavorare da solo o in team.  Sa impostare correttamente un flusso di lavoro di impaginazione.  Sa allestire in modo corretto un elaborato per la stampa o per la fruizione video.  Sa 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.  Sa lavorare proficuamente con un ruolo preciso dentro un gruppo di lavoro. | Iniziale   Base   Intermedio   Avanzato |