# ISTITUTO PROFESSIONALE "*Rosa LUXEMBURG* "

**ACQUAVIVA DELLE FONTI**

**Servizi Cultura e Spettacolo**

**Programmazione di Disciplina per TERZE classi**

**Laboratori Tecnologici Comunicazione Multultimediale**

MODULO: **1\_ LE BASI TECNICHE DELLA FOTOGRAFIA – PRIMA PARTE classe: 3A scs**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Competenze** | **Competenze**  **disciplina** | **Abilità/ Ca****pacità** | **Contenuti** | **Tempi** | |
|  | | | | |
| **Individuare ed utilizzare le moderne forme di comunicazione visiva e multimediale, anche con riferimento alle strategie espressive e agli strumenti tecnici della comunicazione in rete.**  Riconoscere le linee essenziali della storia delle idee, della cultura, della letteratura, delle arti e orientarsi agevolmente fra testi e autori fondamentali, a partire dalle componenti di natura tecnico-professionale correlate ai settori di riferimento. | Correlare la conoscenza storica generale agli sviluppi delle scienze, delle tecnologie e delle tecniche negli specifici campi professionali di riferimento  L’alunno sviluppa le capacità di cogliere i nessi relazionali tra i diversi mezzi e strumenti.  Correlare la conoscenza storica generale agli sviluppi delle scienze, delle tecnologie e delle tecniche negli specifici campi professionali di riferimento  L’allievo è in grado di cogliere le relazioni tra i diversi linguaggi e tecnologie | Utilizzare tecniche di progettazione per realizzare messaggi pubblicitari a stampa e audiovisivi  Saper analizzare gli elementi fondamentali della multimedialità  Sa analizzare gli aspetti principali della scrittura. È capace di analizzare le diverse realtà evolutive e di cogliere le connessioni  Sa riconoscere le caratteristiche dei principali mezzi di comunicazione di massa  Sa utilizzare software specifico di settore | **U.D.A. n.: 1\_**La fotocamera: tipologie e formati. Dal banco ottico alle macchine fotografiche compatte.  **U.D.A.n.: 2**\_Le fonti luminose. Caratteristiche della luce: naturale e artificiale  **U.D.A. n.: 3\_**L’esposizione fotografica e l’uso dell’esposimetro  **U.D.A. n.: 4\_**Il diaframma, l’otturatore e la profondità di campo. | **TRIMESTRE** | |

MODULO: **2\_LE BASI TECNICHE DELLA FOTOGRAFIA – PRIMA PARTE**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Competenze** | **Competenze**  **disciplina** | **Abilità/ Capacità** | **Contenuti** | **Tempi** |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Interagire nel sistema azienda riconoscerne gli elementi fondamentali, i diversi modelli di organizzazione e di funzionamento.**  Utilizzare i principali concetti relativi all'economia e all'organizzazione dei processi produttivi e dei servizi.  **Individuare le tendenze dei mercati locali, nazionali e internazionali** | Individuare e utilizzare gli strumenti di comunicazione e di team working più appropriati per intervenire nei contesti organizzativi e professionali di riferimento | Utilizzare le tecniche di comunicazione aziendale  Contribuire alla realizzazione delle attività funzionali alle diverse fasi della vita aziendale  Utilizzare il lessico di settore in lingua inglese | **.**  **. U.D.A. n.: 1**  La temperatura colore e il bilanciamento del bianco: la scala Kelvin.  **. U.D.A. n.: 2\_** Esercitazioni pratiche di laboratorio    **. U.D.A. n.: 3\_** Esercitazioni pratiche in sala di posa. | **TRIMESTRE** |

MODULO: **3 \_LE BASI TECNICHE DELLA FOTOGRAFIA – SECONDA PARTE**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Competenze** | **Competenze**  **disciplina** | **Abilità/ Capacità** | **Contenuti** | **Tempi** | |
|  | | | | |
| **Individuare le tendenze dei mercati locali, nazionali e internazionali**  **Partecipare ad attività dell’area marketing ed alla realizzazione di prodotti pubblicitari.**  Individuare e utilizzare gli strumenti di comunicazione e di team working più appropriati per intervenire nei contesti organizzativi e professionali di riferimento. | Lo studente è in grado di individuare le diverse funzioni svolte dalle singole professionalità che compongono il team di progetto. | Individuare gli effetti delle strategie di marketing sul mercato  Utilizzare le leve del marketing  Riconoscere obiettivi, target e focus target di riferimento per attività di promozione e comunicazione pubblicitaria.  Partecipare alla elaborazione di azioni pubblicitarie  Partecipare alla progettazione di materiali pubblicitari di tipologia diversa | **.UDA. n.: 1\_** Produzione dell’immagine. Gli obiettivi. Classificazione: normali, di lunga focale, di corta focale, zoom, speciali.  **U.D.A. n.: 2** La profondità di campo.  **U.D.A. n.:3\_** La messa a fuoco.  **U.D.A. n.: 4\_** I formati | **PENTAMESTRE** | |

MODULO: **4 \_LE BASI TECNICHE DELLA FOTOGRAFIA – SECONDA PARTE**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Competenze** | **Competenze**  **disciplina** | **Abilità/ Capacità** | **Contenuti** | **Tempi** | |
|  | | | | |
| **Applicare le metodologie e le tecniche della gestione per progetto-**  Interagire nei contesti produttivi del settore utilizzando tecniche e strumentazioni adeguate | Correlare la conoscenza storica generale agli sviluppi delle scienze, delle tecnologie e delle tecniche negli specifici campi professionali di riferimento | Partecipare alla progettazione di materiali pubblicitari di tipologia diversa | **U.D.A. n.: 1\_**L’inquadratura e la composizione dell’immagine.  **U.D.A. n.: 2\_E**sercitazioni pratiche di laboratorio.  **U.D.A. n.: 3\_** Esercitazioni pratiche in sala di posa. | **PENTAMESTRE** | |