



ISTITUTO DI ISTRUZIONE SECONDARIA SUPERIORE

Rosa LuXemburg



ISTITUTO PROFESSIONALE indirizzi SERVIZI PER LA SANITÀ E L'ASSISTENZA SOCIALE e SERVIZI CULTURALI E DELLO SPETTACOLO
LICEO ARTISTICO indirizzi GRAFICA e AUDIOVISIVO E MULTIMEDIALE - Sede Acquaviva

ISTITUTO PROFESSIONALE PER L'ENOGASTRONOMIA E L'OSPITALITÀ ALBERGHIERA - Sede Casamassima

Secondo Biennio - Liceo Artistico – Discipline Grafiche

U.D.A. n.1 Tecniche e Linguaggi della Comunicazione: principi di composizione grafica

Competenze PECUP	Competenze Disciplinari	Abilità/ Capacità	Contenuti	Tempi
<p>Conoscere e saper applicare i principi della percezione visiva e della composizione della forma grafico – visiva.</p> <p>Conoscere e applicare le tecniche grafico – pittoriche e informatiche adeguate nei</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 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. • Ricerca e analizzare modelli di comunicazione pubblicitaria relativi a prodotti/servizi sui media tradizionali e sul web. 	<p>Deve conoscere:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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 	<p>L'impaginazione</p> <p>Proporzioni e sezione aurea I Formati UNI della carta</p> <p>La Gabbia</p> <p>La Gabbia per il web</p> <p>Semplificazione e Stilizzazione di un'immagine</p> <p>La multimedialità: concetti fondamentali</p> <p>Acquisizione delle immagini</p> <p>Elaborazioni dell'immagini in digitale</p> <p>Grafica vettoriale e bitmap</p> <p>Il marketing mix (cenni generali)</p>	<p>Settembre/Ottobre</p> <p>Novembre/Dicembre</p>

processi operativi.		<ul style="list-style-type: none"> •Caratteristiche e tipologie dei new media. 	Tecniche di progettazione visiva	
---------------------	--	---	----------------------------------	--

U.D.A. n.2 Il metodo progettuale tra creatività e tecnica

Competenze PECUP	Competenze Disciplinari	Abilità/ Capacità	Contenuti	Tempi
<p>Conoscere gli elementi costitutivi dei codici dei linguaggi progettuali e grafici;</p> <p>Avere consapevolezza delle radici</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ricerca 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 	<ul style="list-style-type: none"> • 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. 	<p>Tecniche di progettazione visiva</p> <p>Classificazione e struttura del carattere</p> <p>Criteri compositivi</p> <p>Il carattere digitale</p> <p>La teoria del colore</p> <p>I contrasti cromatici</p> <p>Colore e psicologia</p> <p>Caratteristiche dell'immagine</p> <p>L'immagine fotografica</p>	<p>Gennaio</p> <p>Febbraio/Marzo</p>

<p>storiche e delle linee di sviluppo nei vari ambiti della produzione grafica e pubblicitaria;</p>	<p>corrette e specifiche in funzione di un progetto finale.</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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. 	<ul style="list-style-type: none"> • 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. 	<p>Lo storyboard</p> <p>L'Illustrazione Storia della comunicazione: dalla scrittura alla stampa</p> <p>L'annuncio pubblicitario: pagina pubblicitaria e locandina Immagine coordinata: carta intestata e biglietto da visita</p> <p>I Formati standard dei file Formati per la stampa Formati per il web</p>	<p>Aprile/Maggio</p>
--	---	---	---	----------------------

U.D.A. n.1 Il prodotto multimediale: progetto e sviluppo

Competenze PECUP	Competenze Disciplinari	Abilità/ Capacità	Contenuti	Tempi
<p>Saper individuare le corrette procedure di approccio nel rapporto progetto – prodotto – contesto, nelle diverse funzioni relative alla comunicazione visiva ed editoriale;</p> <p>Redigere relazioni tecniche e documentare le attività individuali e di gruppo relative a situazioni professionali;</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 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 realizzative strategie di marketing. • Organizzare un lavoro e focalizzare l'obiettivo di comunicazione. • Operare le corrette scelte progettuali. 	<ul style="list-style-type: none"> • 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. 	<p>La Campagna Pubblicitaria: dal briefing alla copy strategy</p> <p>Agenzia pubblicitaria</p> <p>Tecniche di progettazione visiva Il metodo progettuale: dal brief alla creatività Marchio e visual identity</p> <p>I generi pubblicitari</p> <p>Le immagini digitali Formati per la stampa Formati per il web</p>	<p>Settembre/Ottobre</p>

U.D.A. n.3 Il packaging: venditore silenzioso

Competenze PECUP	Competenze Disciplinari	Abilità/ Capacità	Contenuti	Tempi
<p>Saper identificare e usare tecniche e tecnologie adeguate alla progettazione e produzione grafica;</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Progettare prodotti pubblicitari per differenti tipologie di media. • Elaborare messaggi pubblicitari con l'utilizzo di tecnologie diverse di realizzazione e diffusione. 	<ul style="list-style-type: none"> • 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. 	<p>Il dépliant/brochure Le immagini digitali</p> <p>Tecniche di progettazione visiva</p> <p>I I Packaging: comunicare con il prodotto Allestimento stand fiere</p>	<p>Marzo</p> <p>Aprile</p> <p>Maggio</p>

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	<u>Abilità/ Capacità</u>	Contenuti	Tempi
<p>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;</p> <p>Cogliere i valori estetici, concettuali e funzionali nelle opere artistiche;</p>	<p>Conoscere i ruoli operativi e la genesi del progetto grafico-artistico del messaggio pubblicitario;</p> <p>Collegare in modo appropriato ricerca dati informativi in risposta al brief.</p> <p>Sviluppare e produrre soluzioni in risposta al brief.</p> <p>Elaborare messaggi pubblicitari con l'utilizzo di</p>	<p>Saper valutare criticamente forma e configurazione di una gamma di oggetti grafici artistici;</p> <p>Saper valutare sotto il profilo tecnico una gamma di oggetti grafici artistici;</p> <p>Saper comunicare chiaramente e criticamente il proprio lavoro progettuale;</p> <p>Analizzare campagne pubblicitarie significative in rapporto a obiettivi di comunicazione, tecniche progettuali e realizzare strategie di marketing</p> <p>Saper analizzare e interpretare criticamente un brief.</p>	<p>La comunicazione Pubblicitaria</p> <p>Le professioni della comunicazione</p> <p>L'agenzia di pubblicità</p> <p>La Copy Strategy</p> <p>Le caratteristiche</p> <p>I generi</p> <p>La Retorica</p> <p>Come si allestisce una campagna</p> <p>Il Marketing</p> <p>Le funzioni del Marketing</p> <p>Il Marketing Mix</p> <p>Le Strategie</p> <p>L'Immagine Aziendale e la percezione del Marchio</p>	<p>Settembre/Ottobre</p>

<p>Avere consapevolezza delle radici storiche e delle linee di sviluppo nei vari ambiti della produzione grafica e pubblicitaria;</p>	<p>tecnologie diverse di realizzazione e diffusione</p>	<p>Generare una gamma di idee in risposta al brief.</p> <p>L'alunno sviluppa le capacità di cogliere i nessi relazionali tra i diversi mezzi e strumenti.</p>	<p>L'Immagine Coordinata</p> <p>I mezzi L'affissione La televisione Lo spot televisivo</p> <p>La stampa La radio La rete La pubblicità dinamica La pubblicità sul punto vendita La "pubblicità occulta" Sviluppo di strategia dei media</p>	<p>Novembre</p>
	<p>Progettare prodotti pubblicitari per differenti tipologie di media</p>	<p>L'alunno è capace di applicare le regole impaginative attraverso metodologie operative corrette.</p> <p>L'alunno sviluppa le capacità di:</p> <p>Individuare obiettivi, target e focus target di riferimento per attività di promozione e comunicazione pubblicitaria.</p>		<p>Dicembre</p>
	<p>Produrre file con le necessarie caratteristiche ai fini della produzione finale su stampa o sul web</p>	<p>Individuare le caratteristiche dei principali mezzi di comunicazione di massa</p>		<p>Gennaio</p>

U.D.A. n.2 L'Occhio che Indaga

Competenze PECUP	Competenze Disciplinari	<u>Abilità/ Capacità</u>	Contenuti	Tempi
<p>Applicare le tecniche grafiche, pittoriche, plastico-scoltoree, architettoniche e multimediali e sapere collegare i diversi linguaggi artistici;</p> <p>Padroneggiare i processi progettuali e operativi e utilizzare in modo appropriato tecniche e materiali in relazione agli indirizzi prescelti;</p>	<p>Saper comunicare chiaramente e criticamente il proprio lavoro progettuale;</p> <p>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</p>	<p>Conoscere i ruoli operativi e la genesi del progetto grafico complesso e del messaggio pubblicitario;</p> <p>Conoscere e identificare le fasi del ciclo di sviluppo della progettazione grafica;</p> <p>Usare effettivamente il ciclo di sviluppo progettuale nel proprio processo ideativo;</p> <p>Organizzare un lavoro e focalizzare l'obiettivo di comunicazione.</p> <p>Operare le corrette scelte progettuali</p>	<p>La storia del manifesto</p> <p>Marchio e immagine Museale</p> <p>Brand e Packaging</p> <p>Totem</p> <p>Etichetta</p>	<p>Febbraio/Marzo</p>

U.D.A. n.3 L'occhio che valuta

Competenze PECUP	Competenze Disciplinari	<u>Abilità/ Capacità</u>	Contenuti	Tempi
<p>Saper individuare le corrette procedure di approccio nel rapporto progetto- prodotto- contesto, nelle diverse funzioni relative alla comunicazione visiva e editoriale</p> <p>;</p>	<p>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;</p> <p>Possedere standard appropriati a un contesto di pratica professionali dimostrando di saper lavorare da soli o in team</p>	<p>Conoscere i modi più appropriati per allestire il curriculum vitae e presentarsi a un colloquio di lavoro;</p> <p>Reperire ed interpretare informazioni per la definizione dell'immagine aziendale</p> <p>Conoscere le problematiche relative alla tutela, alla conservazione e al restauro del patrimonio artistico e architettonico;</p> <p>Organizzare un lavoro e focalizzare l'obiettivo di comunicazione.</p> <p>Ricerca e analizzare modelli di comunicazione pubblicitaria relativi a prodotti/servizi sui media tradizionali e sul web;</p>	<p>Il portfolio</p> <p>Il sito web</p> <p>Promuovere il portfolio Le tendenze Un portfolio senza curriculum</p> <p>I grandi fotografi</p> <p>Il linguaggio fotografico Campagne pubblicitarie fotografiche</p>	<p>Aprile/Maggio</p>