PROGRAMMAZIONI DISCIPLINARI a.s.2022/2023
SERVIZI COMMERCIALI E PUBBLICITARI
GRAFICA PUBBLICITARIA

ASSE SCIENTIFICO TECNOLOGICO e PROFESSIONALE

Discipline afferenti all'Asse
Scientifico Tecnologico e Professionale per le classi I e II

- **SCIENZE INTEGRATE**
- **DESIGN DELLA COMUNICAZIONE VISIVA E PUBBLICITARIA (GRAFICA PUBBL.)**
  Tecniche Professionali dei Serv. Commerciali e Pubblicitari, Tecnica Fotografica

Discipline afferenti all'Asse
Scientifico Tecnologico e Professionale per le classi III, IV, V:

- **DESIGN DELLA COMUNICAZIONE VISIVA E PUBBLICITARIA (GRAFICA PUBBL.)**
  Tecniche Professionali dei Serv. Commerciali e Pubblicitari, Tecnica Fotografica
- **STORIA DELL'ARTE ED ESPRESSIONI GRAFICO ARTISTICHE**
- **TECNICHE DI COMUNICAZIONE**

OBIETTIVI SOCIO – AFFETTIVI, COMPORTAMENTALI E COGNITIVI,
METODOLOGIA DIDATTICA,
STRUMENTI,
MODALITA' DI VERIFICA,
CRITERI DI VALUTAZIONE TRASVERSALI

PROGRAMMAZIONE TRASVERSALE DI DIPARTIMENTO

PRIMO BIENNIO

OBIETTIVI SOCIO – AFFETTIVI E COMPORTAMENTALI TRASVERSALI

Assunzione di atteggiamenti responsabili e corretti nei confronti dello studio, del gruppo classe, dei docenti, nonché delle strutture scolastiche attraverso:

- una partecipazione, sempre più attiva, al dialogo educativo nel rispetto del pluralismo culturale e ideologico;
- il conseguimento, di fronte alla realtà e nelle relazioni interpersonali, di atteggiamenti di responsabilità, di autonomia e di collaborazione costruttiva e personale, al fine di superare atteggiamenti egocentrici e di saper lavorare in gruppo stimolando e al tempo stesso valorizzando il lavoro di ciascuno.
- la capacità di autocontrollo e di interiorizzazione delle norme del vivere civile;
- lo sviluppo dell'interesse e il potenziamento della partecipazione al processo educativo.

OBIETTIVI COGNITIVI TRASVERSALI

Competenze chiave di cittadinanza

- *Imparare a imparare*: organizzare e gestire il proprio apprendimento alfine di realizzare un metodo di studio e di lavoro autonomo e, il più possibile, articolato.
- *Progettare*: elaborare e realizzare, sulla base delle conoscenze pregresse e di idonee strategie operative, progetti aventi obiettivi significativi e realistici, di cui verificare, nella fase conclusiva, i risultati raggiunti.
- *Comunicare o comprendere messaggi:* comprendere messaggi di genere diverso (quotidiano, letterario, tecnico, scientifico) e di complessità diversa, trasmessi utilizzando i vari tipi di linguaggio (verbale, matematico, scientifico, simbolico, etc.) mediante supporti cartacei, informatici e multimediali.
- *Collaborare e partecipare:* interagire in gruppo in modo attivo e consapevole, contribuendo all'apprendimento comune, sulla base del rispetto del pluralismo ideologico, che si fonda sul riconoscimento dei propri e degli altrui diritti e doveri e che consente la concretizzazione di attività collettive, in cui siano valorizzate le capacità di ogni singolo componente.
- *Agire in modo autonomo e responsabile:* sapersi inserire in modo attivo e consapevole nella vita sociale e far valere al suo interno i propri diritti e bisogni, riconoscendo al contempo quelli altrui, le opportunità comuni, i limiti, le regole, le responsabilità, secondo il tipo di problema, contenuti e metodi delle diverse discipline.
- *Risolvere problemi:* realizzare, con il contributo delle discipline interessate, soluzioni a situazioni problematiche, utilizzando fonti e risorse adeguate, secondo una operatività di carattere scientifico.
- *Individuare collegamenti e relazioni*: individuare e rappresentare collegamenti e relazioni, analogie e differenze tra fenomeni ed eventi anche lontani nello spazioe nel tempo, in un'ottica, il più possibile, interdisciplinare.
- *Acquisire e interpretare l'informazione:* acquisire e interpretare criticamente le informazioni ricevute distinguendo i fatti dalle opinioni, valutandone l'attendibilità e l'utilità.

2° BIENNIO E 5° ANNO

OBIETTIVI COMPORTAMENTALI TRASVERSALI

Oltre quelli del biennio iniziale, a cui si fa riferimento e che vanno consolidati, vengono fissati, per il loro essere finalizzati alla concretizzazione di quelle che sono le competenze chiave di cittadinanza attiva, i seguenti obiettivi:

- saper valutare criticamente la realtà;
- sapersi fare promotori di iniziative di solidarietà e di pace;
- saper lavorare in gruppo stimolando e valorizzando il contributo di ciascuno;
- sviluppare un'autonomia operativa nell'ambito delle varie discipline tale da favorire successivi approfondimenti e specializzazioni;
- sapersi orientare nelle scelte per gli studi successivi o per l'inserimento nel mondo del lavoro.

TERZO ANNO

OBIETTIVI COGNITIVI TRASVERSALI

Si fa riferimento a quelli del biennio iniziale che vanno consolidati e finalizzati, soprattutto, alla realizzazione di quelle che sono le competenze, di taglio più spiccatamente professionali individuate dalle nuove linee guida, nonché utili ai fini dell'esame di qualifica.

QUARTO ANNO

OBIETTIVI COGNITIVI TRASVERSALI

- Acquisire e /o rafforzare l'uso del linguaggio specialistico.
- Capacità di trasferire le proprie competenze da un ambito disciplinare a un altro e di confrontarle con concrete realtà lavorative.
- Organizzazione delle capacità di lettura e analisi critica di un qualsiasi testo o documento.
- Acquisizione di una visione delle tematiche che spazi dagli ambiti nazionali a quelli europei e internazionali.

QUINTO ANNO

OBIETTIVI COGNITIVI TRASVERSALI

Si fa riferimento a quelli del secondo biennio che vanno consolidati e finalizzati, soprattutto, alla realizzazione di quelle che sono le competenze, di taglio più spiccatamente professionali individuate dalle nuove linee guida, nonché utili ai fini dell'esame di Stato.

METODOLOGIA DIDATTICA

- Ripartizione del lavoro disciplinare annuale in unità di apprendimento, fermo restando il criterio della flessibilità della programmazione in relazione alle esigenze del contesto classe;
- studio guidato;
- strategie induttive;
- lezione frontale;
- lezione interattiva;
- ricerca individuale e lavoro di gruppo anche a livello interdisciplinare;
- esercitazioni in classe, anche con il ricorso alla tecnica del *problem solving*;
- la laboratorialità, non solo come utilizzo dei laboratori tecnico-scientifici, ma anche come approccio metodologico al lavoro di ricerca e come “habitus mentale”;
- il ricorso, soprattutto nel lavoro di recupero, alla figura del *peer educator.*

STRUMENTI DIDATTICI

Si prevede l’utilizzo di libri di testo, giornali, enciclopedie, videoregistratori, diaproiettori, registratori, computer, lavagne interattive multimediali, sussidi audiovisivi, laboratori e attrezzature.

MODALITA' DI VERIFICA

- Verifiche scritte/orali: prove strutturate e semistrutturate, esercitazioni scritte, compiti in classe, interrogazioni individuali e collegiali.
- Casi pratici e professionali (3e classi).
- Esercitazioni e relazioni di laboratorio (ove previsto).
- Osservazione sistematica.

La verifica del raggiungimento delle conoscenze, abilità e competenze previste dal Nuovo Ordinamento deriverà da un più possibilmente ampio insieme di modalità elencate.

CRITERI DI VALUTAZIONE

La valutazione deriverà dalla misura del livello raggiunto in termini di conoscenze, abilità e competenze sulla base degli standard formativi individuati nelle programmazioni disciplinari. Tale misurazione sarà tradotta in un voto, ottenuto attraverso la rubrica di valutazione generale di seguito riportata, che verrà reso noto all'allievo con opportune indicazioni, utili a trasformare in occasione di formazione anche il momento valutativo.

RUBRICA DI VALUTAZIONE

Livello	Voto	Giudizio	CONOSCENZE	ABILITA'	COMPETENZE
Livello base non raggiunto	1 – 3	Gravemente insufficiente	Frammentarie e gravemente lacunose	Applica conoscenze minime solo se guidato e con gravi errori	Comunica in modo scorretto e improprio
	4	Insufficiente	Superficiali e lacunose	Applica conoscenze minime, se guidato, ma con errori anche nell'esecuzione di compiti semplici	Comunica in modo inadeguato, non compie operazioni di analisi
	5	Mediocre	Superficiali e incerte	Applica le conoscenze con imprecisioni nell'esecuzione di compiti semplici	Comunica in modo non sempre coerente. Ha difficoltà a cogliere nessi logici; compie analisi lacunose
Base	6	Sufficiente	Essenziali, ma non approfondite	Esegue compiti semplici senza errori sostanziali, ma con alcune incertezze	Comunica in modo semplice ma adeguato. Incontra qualche difficoltà nelle operazioni di analisi e sintesi, pur individuando i principali nessi logici
Intermedio	7	Discreto	Essenziali con eventuali approfondimenti guidati	Esegue correttamente compiti semplici e applica le conoscenze anche a problemi complessi, ma con qualche imprecisione	Comunica in modo abbastanza efficace e corretto. Effettua analisi, coglie gli aspetti fondamentali, incontra qualche difficoltà nella sintesi
	8	Buono	Sostanzialmente complete con qualche approfondimento autonomo	Applica autonomamente le conoscenze anche a problemi complessi in modo globalmente autonomo	Comunica in modo efficace e appropriato. Compie analisi corrette e individua collegamenti. Rielabora autonomamente e gestisce situazioni nuove non complesse
Avanzato	9	Ottimo	Complete, organiche, articolate e con approfondimenti autonomi	Applica le conoscenze in modo corretto e autonomo anche a problemi complessi	Comunica in modo efficace e articolato. Rielabora in modo personale e critico, documenta il proprio lavoro. Gestisce situazioni nuove e complesse.
	10	Eccellente	Organiche, approfondite e ampliate in modo autonomo e personale	Applica le conoscenze in modo corretto, autonomo e creativo a problemi complessi	Comunica in modo efficace e articolato. Legge criticamente fatti ed eventi, documenta efficacemente il proprio lavoro. Gestisce situazioni nuove e complesse, individuando soluzioni originali.

PERCORSO SERVIZI COMMERCIALI E PUBBLICITARI • DESIGN DELLA COM. VISIVA E PUBBLICITARIA

(con riferimento alle linee guida 2012)

PERCORSO SERVIZI COMMERCIALI E PUBBLICITARI • DESIGN DELLA COM. VISIVA E PUBBLICITARIA

(con riferimento alle linee guida 2012)

Classi I, II
Discipline

- **DESIGN DELLA COMUNICAZIONE VISIVA E PUBBLICITARIA** (GRAFICA PUBB. E TEC. FOTOG.)
- **SCIENZE INTEGRATE**

INDIRIZZO: SERVIZI COMMERCIALI PROMOZIONE PUBBLICITARIA
PRIMO BIENNIO – I CLASSE
ASSE CULTURALE SCIENTIFICO TECNOLOGICO: 1. Scienze integrate, 2. Design della Com. Visiva e Pubblicitaria, Tecniche Fotografiche.
UDA TRASVERSALE: CHE TEMPO CHE FA – Periodo di attuazione: primo quadrimestre
MACROCOMPETENZA: Individuare e utilizzare le forme e le strategie espressive della comunicazione visiva, artistica, tecnica, scientifica e multimediale per collaborare, nell'area della funzione commerciale, alla realizzazione delle azioni di fidelizzazione della clientela, anche tenendo conto delle tendenze artistiche e culturali locali, nazionali e internazionali, contribuendo alla gestione dei rapporti con i fornitori e i clienti, anche internazionali, secondo principi di sostenibilità economico-sociale legati alle relazioni commerciali. *Risultati di apprendimento del percorso Design della comunicazione visiva e pubblicitaria per la Competenza in uscita n° 4:* *in ●grigio i Risultati di apprendimento del profilo unitario, in ●**nero** quelli del **Percorso Design**. – Traguardi intermedi in termini di:*

DISCIPLINE	COMPETENZE DISCIPLINARI	CONOSCENZE	ATTIVITA'	ABILITA'	OBIETTIVI MINIMI
ASSE CULTURALE SCIENTIFICO TECNOLOGICO E PROFESSIONALE _____ Altri Assi eventualmente coinvolti: Asse storico- sociale, Asse dei linguaggi _____ Livelli del QNQ 2	Comprendere la vocazione territoriale, anche con riferimento al patrimonio artistico culturale locale, al fine di interagire con il sistema azienda utilizzando diversi linguaggi anche informatici. Riconoscere il proprio ruolo in una logica di sostenibilità sociale e ambientale. _____ **Eventuali raccordi con le competenze di cui agli insegnamenti dell'area generale** Utilizzare il patrimonio lessicale ed espressivo della lingua italiana secondo le esigenze comunicative nei vari contesti: sociali, culturali, scientifici, economici, tecnologici e produttivi. Riconoscere gli aspetti geografici, ecologici, territoriali, dell'ambiente naturale ed antropico, le connessioni con le strutture demografiche, economiche, sociali, culturali e le trasformazioni intervenute nel	I principali attori dei settori produttivi territoriali anche in chiave di sostenibilità ambientale. Le principali tendenze artistiche e culturali locali. Le caratteristiche essenziali della comunicazione visiva e dei diversi linguaggi: metodologia e ricerca iconografica; basi di grammatica visiva; i codici dei linguaggi artistici; sistemi di rappresentazione dello spazio. Codici e regole della comunicazione rispetto alle tendenze artistiche e culturali locali. Strumenti informatici: software di settore	*Si rimanda alle singole discipline dell'Asse Scientifico Tecnologico e Professionale (Design della Comunicazione Visiva e Pubblicitaria; Storia dell'Arte; Tecniche della Comunicazione) riportate di seguito.*	Cogliere le specificità del settore di riferimento e dei diversi settori socio-economici locali, anche con riferimento al patrimonio artistico culturale, riconoscendo elementi di sostenibilità ambientale. Produrre semplici elaborati grafici con l'ausilio di strumenti informatici utilizzando diversi linguaggi.	*Si rimanda alle singole discipline dell'Asse Scientifico Tecnologico e Professionale (Design della Comunicazione Visiva e Pubblicitaria; Storia dell'Arte; Tecniche della Comunicazione) riportate di seguito.*

INDIRIZZO: SERVIZI COMMERCIALI PROMOZIONE PUBBLICITARIA					
PRIMO BIENNIO – I CLASSE					
ASSE CULTURALE SCIENTIFICO TECNOLOGICO: 1. Scienze integrate, 2. Design della Com. Visiva e Pubblicitaria, Tecniche Fotografiche.					
UDA TRASVERSALE: CHE TEMPO CHE FA – Periodo di attuazione: primo quadrimestre					
MACROCOMPETENZA: Individuare e utilizzare le forme e le strategie espressive della comunicazione visiva, artistica, tecnica, scientifica e multimediale per collaborare, nell'area della funzione commerciale, alla realizzazione delle azioni di fidelizzazione della clientela, anche tenendo conto delle tendenze artistiche e culturali locali, nazionali e internazionali, contribuendo alla gestione dei rapporti con i fornitori e i clienti, anche internazionali, secondo principi di sostenibilità economico-sociale legati alle relazioni commerciali. *Risultati di apprendimento del percorso Design della comunicazione visiva e pubblicitaria per la Competenza in uscita n° 4:* *in ●grigio i Risultati di apprendimento del profilo unitario, in ●**nero** quelli del **Percorso Design**. – Traguardi intermedi in termini di:*					
DISCIPLINE	**COMPETENZE DISCIPLINARI**	**CONOSCENZE**	**ATTIVITA'**	**ABILITA'**	**OBIETTIVI MINIMI**
	corso del tempo. 6) Riconoscere il valore e le potenzialità dei beni artistici e ambientali 10) Comprendere e utilizzare i principali concetti relativi all'economia, all'organizzazione, allo svolgimento dei processi produttivi e dei servizi				
1. SCIENZE INTEGRATE (ore settimanali 2; ore annuali 66; attuazione uda trasversale: 33 ore)	Delineare un quadro sintetico degli elementi e dei composti che costituiscono la Terra. Comprendere gli elementi basilari del rapporto tra cambiamenti climatici ed azione antropica. Cogliere gli aspetti caratterizzanti dei fenomeni appartenenti alla realtà naturale identificando in ciò che si osserva differenze, similitudini, regolarità, variazioni. Saper cogliere il ruolo che la ricerca scientifica e le tecnologie possono assumere per uno sviluppo equilibrato e compatibile.	Le basi fondamentali relative alla composizione della materia e alle sue trasformazioni. Le proprietà dell'acqua. L'atmosfera. Gli aspetti fondamentali relativi al clima, all'ambiente naturale e i principali effetti dell'interazione con le attività umane.	Semplici esperimenti con i Kit presenti nel Laboratorio di Scienze Integrate: confronto tra soluzioni a diverso pH; effettuare semplici passaggi di stato; lettura di carte climatiche; calcolo dell'impronta ecologica; ricerche individuali e di gruppo; uso di sussidi multimediali per approfondire le tematiche studiate.	Descrivere il comportamento e le proprietà dell'acqua e le confronta con quelle di altri liquidi. Comprendere l'influenza che i fenomeni atmosferici hanno sulla vita del Pianeta. Rappresentare ed interpretare il significato di dati climatici provenienti da diverse località. Utilizzare gli strumenti informatici nelle attività di studio e ricerca.	Conosce per grandi linee la materia e le sue trasformazioni. Conosce le principali caratteristiche chimico- fisiche dell'acqua. Conosce le principali caratteristiche dell'atmosfera e dei fenomeni climatici. Sa usare, se guidato, le attrezzature fondamentali i dei laboratori scientifici.

INDIRIZZO: SERVIZI COMMERCIALI PROMOZIONE PUBBLICITARIA					
PRIMO BIENNIO – I CLASSE					
ASSE CULTURALE SCIENTIFICO TECNOLOGICO: 1. Scienze integrate, 2. Design della Com. Visiva e Pubblicitaria, Tecniche Fotografiche.					
UDA TRASVERSALE: CHE TEMPO CHE FA – Periodo di attuazione: primo quadrimestre					
MACROCOMPETENZA: Individuare e utilizzare le forme e le strategie espressive della comunicazione visiva, artistica, tecnica, scientifica e multimediale per collaborare, nell'area della funzione commerciale, alla realizzazione delle azioni di fidelizzazione della clientela, anche tenendo conto delle tendenze artistiche e culturali locali, nazionali e internazionali, contribuendo alla gestione dei rapporti con i fornitori e i clienti, anche internazionali, secondo principi di sostenibilità economico-sociale legati alle relazioni commerciali. *Risultati di apprendimento del percorso Design della comunicazione visiva e pubblicitaria per la Competenza in uscita n° 4:* *in ●grigio i Risultati di apprendimento del profilo unitario, in ●**nero** quelli del **Percorso Design**. – Traguardi intermedi in termini di:*					
DISCIPLINE	**COMPETENZE DISCIPLINARI**	**CONOSCENZE**	**ATTIVITA'**	**ABILITA'**	**OBIETTIVI MINIMI**
	Essere consapevole delle potenzialità e dei limiti delle tecnologie.				
2. DESIGN della COM. VISIVA e PUBBLICITARIA (Grafica Pubbl.) (ore settimanali: 6; ore annuali 198; attuazione uda trasversale: 99 ore)	È in grado di utilizzare gli strumenti e i materiali per la rappresentazione grafica con consapevolezza e autonomia. È in grado di estrapolare gli elementi essenziali di un'immagine per riproporli graficamente. Esegue trasformazioni e giustapposizioni delle forme in differenti soluzioni in grado di ricostituirsi in una nuova figura. Individua il significato comunicativo degli elementi della grammatica visiva e li utilizza negli elaborati grafici. È in grado di utilizzare in maniera semplice ma appropriata i programmi di grafica per realizzare gli elaborati assegnati.	Le basi della grammatica visiva. I materiali, i supporti; gli strumenti. Osservazione e riproduzione di immagini date. Iconizzazione dell'immagine. Forma, riempimento, textures e pattern. Teoria del colore (sintesi additiva e sottrattiva, sfera di Itten) e dei suoi rapporti cromatici (base). Computergrafica di base (1) Software di illustrazione vettoriale. Attuazione: ore 99	Esercitazioni sulla struttura e sulla morfologia degli oggetti e successiva realizzazione in forme basate sull'elaborazione dei tracciati (unifica, interseca, escludi, scomponi, togli, combina…). Elaborazione delle forme geometriche per il conseguimento di nuovi oggetti vettoriali/icone/simboli con un significato "altro" relativamente alle forme di partenza. Studio dei software di grafica vettoriale (base) ed esercitazioni in laboratorio. Uda trasversale : **I segni della metereologia.**	Saper utilizzare i materiali, i supporti e gli strumenti grafici. Saper utilizzare gli elementi della grammatica visiva per la realizzazione di immagini grafiche. Saper utilizzare gli elementi della grammatica visiva per la realizzazione di immagini grafiche. Saper applicare le conoscenze acquisite relativamente alle applicazioni di graphic design trasformandole in elaborazioni finite. Saper applicare le conoscenze acquisite trasformandole in elaborazioni finite.	Opportunamente guidato, è in grado di applicare le conoscenze acquisite per l'applicazione di forme, strutture, texture essenziali utilizzando in modo semplice gli strumenti base della grafica vettoriale.

INDIRIZZO: SERVIZI COMMERCIALI PROMOZIONE PUBBLICITARIA					
PRIMO BIENNIO – I CLASSE					
ASSE CULTURALE SCIENTIFICO TECNOLOGICO: 1. Scienze integrate, 2. Design della Com. Visiva e Pubblicitaria, Tecniche Fotografiche.					
UDA TRASVERSALE: CHE TEMPO CHE FA – Periodo di attuazione: primo quadrimestre					
MACROCOMPETENZA: Individuare e utilizzare le forme e le strategie espressive della comunicazione visiva, artistica, tecnica, scientifica e multimediale per collaborare, nell'area della funzione commerciale, alla realizzazione delle azioni di fidelizzazione della clientela, anche tenendo conto delle tendenze artistiche e culturali locali, nazionali e internazionali, contribuendo alla gestione dei rapporti con i fornitori e i clienti, anche internazionali, secondo principi di sostenibilità economico-sociale legati alle relazioni commerciali. *Risultati di apprendimento del percorso Design della comunicazione visiva e pubblicitaria per la Competenza in uscita n° 4:* *in ●grigio i Risultati di apprendimento del profilo unitario, in ●**nero** quelli del **Percorso Design**. – Traguardi intermedi in termini di:*					
DISCIPLINE	**COMPETENZE DISCIPLINARI**	**CONOSCENZE**	**ATTIVITA'**	**ABILITA'**	**OBIETTIVI MINIMI**
Tecniche Fotografiche (B22) (ore settimanali: 4; annuali: 132; attuazione uda trasversale: 60 ore)	È in grado di utilizzare in maniera semplice ma funzionale dispositivi fotografici e basi di software di post- produzione.	Utilizzare le basi della fotografia conoscendo in maniera sommaria la storia in modo da comprendere e realizzare le funzionalità dei dispositivi fotografici. Garantire in parte una indipendenza nell'utilizzo dei dispositivi e corretta conservazione dei dati.	Lezione frontale, esercitazioni laboratoriali. Utilizzo di dispositivi di produzione per la realizzazione di prodotti semplici e successivamente l'utilizzo base di software di Post- produzione. Uda trasversale : **I segni della metereologia.**	Saper utilizzare apparecchiature fotografiche in modo consapevole secondo le regole di base in termini di colore, posizionamento e funzionalità delle diverse inquadrature rispettando il linguaggio fotografico.	Opportunamente guidato, utilizza dispositivi fotografici non complessi di produzione e post produzione a livello base in maniera consapevole e sommariamente indipendente.

INDIRIZZO: SERVIZI COMMERCIALI PROMOZIONE PUBBLICITARIA					
PRIMO BIENNIO – II CLASSE					
ASSE CULTURALE SCIENTIFICO TECNOLOGICO: 1. Scienze integrate, 2. Design della Com. Visiva e Pubblicitaria, Tecniche Fotografiche.					
UDA TRASVERSALE: FOOD&DRINK: siamo ciò che mangiamo – Periodo di attuazione: secondo quadrimestre					
MACROCOMPETENZA: Individuare e utilizzare le forme e le strategie espressive della comunicazione visiva, artistica, tecnica, scientifica e multimediale per collaborare, nell'area della funzione commerciale, alla realizzazione delle azioni di fidelizzazione della clientela, anche tenendo conto delle tendenze artistiche e culturali locali, nazionali e internazionali, contribuendo alla gestione dei rapporti con i fornitori e i clienti, anche internazionali, secondo principi di sostenibilità economico-sociale legati alle relazioni commerciali. *Risultati di apprendimento del percorso Design della comunicazione visiva e pubblicitaria per la Competenza in uscita n° 4:* *in ●grigio i Risultati di apprendimento del profilo unitario, in ●**nero** quelli del **Percorso Design**. – Traguardi intermedi in termini di:*					
DISCIPLINE	**COMPETENZE DISCIPLINARI**	**CONOSCENZE**	**ATTIVITA'**	**ABILITA'**	**OBIETTIVI MINIMI**
ASSE CULTURALE SCIENTIFICO TECNOLOGICO E PROFESSIONALE _____ Altri Assi eventualmente coinvolti: Asse storico- sociale, Asse dei linguaggi _____ Livelli del QNQ 2	Comprendere la vocazione territoriale, anche con riferimento al patrimonio artistico culturale locale, al fine di interagire con il sistema azienda utilizzando diversi linguaggi anche informatici. Riconoscere il proprio ruolo in una logica di sostenibilità sociale e ambientale. _____ **Eventuali raccordi con le competenze di cui agli insegnamenti dell'area generale** Utilizzare il patrimonio lessicale ed espressivo della lingua italiana secondo le esigenze comunicative nei vari contesti: sociali, culturali, scientifici, economici, tecnologici e produttivi. Riconoscere gli aspetti geografici, ecologici, territoriali, dell'ambiente naturale ed antropico, le connessioni con le strutture demografiche, economiche, sociali, culturali e le trasformazioni intervenute nel corso del tempo. 6) Riconoscere il valore e le potenzialità dei beni artistici e ambientali 10) Comprendere e utilizzare i principali concetti relativi all'economia, all'organizzazione, allo svolgimento dei processi	I principali attori dei settori produttivi territoriali anche in chiave di sostenibilità ambientale. Le principali tendenze artistiche e culturali locali. Le caratteristiche essenziali della comunicazione visiva e dei diversi linguaggi: metodologia e ricerca iconografica; basi di grammatica visiva; i codici dei linguaggi artistici; sistemi di rappresentazione dello spazio. Codici e regole della comunicazione rispetto alle tendenze artistiche e culturali locali. Strumenti informatici: software di settore	*Si rimanda alle singole discipline dell'Asse Scientifico Tecnologico e Professionale (Design della Comunicazione Visiva e Pubblicitaria; Storia dell'Arte; Tecniche della Comunicazione) riportate di seguito.*	Cogliere le specificità del settore di riferimento e dei diversi settori socio-economici locali, anche con riferimento al patrimonio artistico culturale, riconoscendo elementi di sostenibilità ambientale. Produrre semplici elaborati grafici con l'ausilio di strumenti informatici utilizzando diversi linguaggi.	*Si rimanda alle singole discipline dell'Asse Scientifico Tecnologico e Professionale (Design della Comunicazione Visiva e Pubblicitaria; Storia dell'Arte; Tecniche della Comunicazione) riportate di seguito.*

INDIRIZZO: SERVIZI COMMERCIALI PROMOZIONE PUBBLICITARIA

PRIMO BIENNIO – II CLASSE

ASSE CULTURALE SCIENTIFICO TECNOLOGICO: 1. Scienze integrate, 2. Design della Com. Visiva e Pubblicitaria, Tecniche Fotografiche.

UDA TRASVERSALE: FOOD&DRINK: siamo ciò che mangiamo – Periodo di attuazione: secondo quadrimestre

MACROCOMPETENZA: Individuare e utilizzare le forme e le strategie espressive della comunicazione visiva, artistica, tecnica, scientifica e multimediale per collaborare, nell'area della funzione commerciale, alla realizzazione delle azioni di fidelizzazione della clientela, anche tenendo conto delle tendenze artistiche e culturali locali, nazionali e internazionali, contribuendo alla gestione dei rapporti con i fornitori e i clienti, anche internazionali, secondo principi di sostenibilità economico-sociale legati alle relazioni commerciali.

Risultati di apprendimento del percorso Design della comunicazione visiva e pubblicitaria per la Competenza in uscita n° 4:

*in ●grigio i Risultati di apprendimento del profilo unitario, in ●**nero** quelli del **Percorso Design**. – Traguardi intermedi in termini di:*

DISCIPLINE	COMPETENZE DISCIPLINARI	CONOSCENZE	ATTIVITA'	ABILITA'	OBIETTIVI MINIMI
	produttivi e dei servizi				
1. SCIENZE INTEGRATE (ore settimanali: 2; ore annuali : 66; attuazione uda trasversale : 42 ore)	Osserva, descrive e analizza tessuti, organi, sistemi e apparati dell'uomo. Assume comportamenti consoni alla salvaguardia della salute.	Tessuti, organi e apparati del corpo umano. Le molecole della vita. Principi di alimentazione sana ed equilibrata. Piramidi alimentari. Dieta mediterranea.	Riconoscimento di tessuti e organi. Osservazione al microscopio. Semplici esperimenti con i Kit presenti nel Laboratorio di Scienze Integrate. UDA trasversale: **FOOD&DRINK: siamo ciò che mangiamo.**	Indicare le caratteristiche anatomiche dell'uomo. - Descrivere le funzioni, e le interconnessioni tra i diversi sistemi e apparati. - Distinguere gli alimenti in base al loro valore energetico. - Saper stilare una dieta corretta.	Sa descrivere il funzionamento di alcuni apparati/sistemi dell'uomo. Riconosce l'influenza che un'alimentazione sana ed equilibrata sulla salute Sa usare, se guidato, le attrezzature dei laboratori.
2. DESIGN della COM. VISIVA e PUBBLICITARIA (Grafica Pubbl.) (ore settimanali: 6; ore annuali: 198; attuazione uda trasversale: 99 ore)	- È in grado di utilizzare gli strumenti e i materiali per la rappresentazione grafica con consapevolezza e autonomia. - È in grado di estrapolare gli elementi essenziali di un'immagine per riproporli graficamente. - Esegue trasformazioni e giustapposizioni delle forme in differenti soluzioni in grado di ricostituirsi in una nuova figura. - Individua il significato comunicativo degli elementi della grammatica visiva e li utilizza negli elaborati grafici. - È in grado di utilizzare in maniera semplice ma appropriata i programmi di grafica per realizzare gli elaborati assegnati.	Le basi della grammatica visiva (avanzato) Immagine, forma e struttura. Il modulo. Riempimento e traccia, textures e pattern. Luce, ombre, chiaroscuro. Teoria del colore (avanzato). Computergrafica di base, software di illustrazione vettoriale (avanzato).	Esercitazioni avanzate sulla struttura e sulla morfologia degli oggetti e successiva realizzazione di forme basate sull'elaborazione dei tracciati; textures, patterns, e colore. Esercitazioni sulla ripetitività; acquisizione del concetto di eccezione. Ideazione di loghi semplici. Studio dei software di grafica vettoriale (avanzato, II) ed esercitazioni in laboratorio. UDA trasversale: **FOOD&DRINK: siamo ciò che mangiamo.** L'alimentazione e i suoi simboli.	Saper utilizzare i materiali, i supporti e gli strumenti grafici, oltre che le applicazioni di computergrafica. Saper utilizzare gli elementi della grammatica visiva e le conoscenze teoriche e pratiche acquisite – anche relativamente alle applicazioni di graphic design – trasformandole in immagini grafiche e elaborazioni finite.	Opportunamente guidato, è in grado di applicare le conoscenze acquisite per l'applicazione di forme, strutture, texture essenziali utilizzando in modo semplice gli strumenti base della grafica vettoriale.

INDIRIZZO: SERVIZI COMMERCIALI PROMOZIONE PUBBLICITARIA					
PRIMO BIENNIO – II CLASSE					
ASSE CULTURALE SCIENTIFICO TECNOLOGICO: 1. Scienze integrate, 2. Design della Com. Visiva e Pubblicitaria, Tecniche Fotografiche.					
UDA TRASVERSALE: FOOD&DRINK: siamo ciò che mangiamo – Periodo di attuazione: secondo quadrimestre					
MACROCOMPETENZA: Individuare e utilizzare le forme e le strategie espressive della comunicazione visiva, artistica, tecnica, scientifica e multimediale per collaborare, nell'area della funzione commerciale, alla realizzazione delle azioni di fidelizzazione della clientela, anche tenendo conto delle tendenze artistiche e culturali locali, nazionali e internazionali, contribuendo alla gestione dei rapporti con i fornitori e i clienti, anche internazionali, secondo principi di sostenibilità economico-sociale legati alle relazioni commerciali. *Risultati di apprendimento del percorso Design della comunicazione visiva e pubblicitaria per la Competenza in uscita n° 4:* *in ●grigio i Risultati di apprendimento del profilo unitario, in ●**nero** quelli del **Percorso Design**. – Traguardi intermedi in termini di:*					
DISCIPLINE	**COMPETENZE DISCIPLINARI**	**CONOSCENZE**	**ATTIVITA'**	**ABILITA'**	**OBIETTIVI MINIMI**
Tecniche Fotografiche (B22) (ore settimanali: 4; ore annuali: 132; attuazione uda trasversale: 60 ore)	È in grado di utilizzare in maniera semplice ma funzionale dispositivi fotografici e basi di software di post-produzione, scelta del colore in base alle situazione, scelta delle ottiche edi luce.	Utilizzare le basi della fotografia conoscendo in maniera sommaria la storia in modo da comprendere e realizzare le funzionalità dei dispositivi fotografici. Garantire in parte una indipendenza nell'utilizzo dei dispositivi e corretta conservazione dei dati.	Lezione frontale, esercitazioni laboratoriali. Utilizzo di dispositivi di produzione in termini di luce, colore, posizionamento e ottiche per la realizzazione di prodotti semplici e successivamente l'utilizzo base di software di Post-produzione. UDA trasversale: **FOOD&DRINK: siamo ciò che mangiamo.** L'alimentazione e i suoi simboli.	Saper utilizzare apparecchiature fotografiche in modo consapevole secondo le regole di base in termini di colore, posizionamento e funzionalità delle diverse inquadrature rispettando il linguaggio fotografico.	Opportunamente guidato, utilizza dispositivi fotografici non complessi di produzione e postproduzione a livello base in maniera consapevole e sommariamente indipendente.

PERCORSO SERVIZI COMMERCIALI E PUBBLICITARI • DESIGN DELLA COM. VISIVA E PUBBLICITARIA

(con riferimento alle linee guida 2012)

Classi III, IV, V
Discipline

- **DESIGN DELLA COMUNICAZIONE VISIVA E PUBBLICITARIA** (GRAFICA PUBB. E TEC. FOTOG.)
- **TECNICHE DI COMUNICAZIONE**
- **STORIA DELL'ARTE E ESPRESSIONI GRAFICO ARTISTICHE**

INDIRIZZO: SERVIZI COMMERCIALI PROMOZIONE PUBBLICITARIA
SECONDO BIENNIO – III CLASSE
ASSE CULTURALE SCIENTIFICO TECNOLOGICO e PROFESSIONALE: Design della Comunicazione Visiva e Pubblicitaria (Grafica e Fotografia); Storia dell'Arte; Tecniche della Comunicazione
UDA TRASVERSALE: IL MONDO INTORNO A NOI – Periodo di attuazione: secondo quadrimestre
MACROCOMPETENZA: Individuare e utilizzare le forme e le strategie espressive della comunicazione visiva, artistica, tecnica, scientifica e multimediale per collaborare, nell'area della funzione commerciale, alla realizzazione delle azioni di fidelizzazione della clientela, anche tenendo conto delle tendenze artistiche e culturali locali, nazionali e internazionali, contribuendo alla gestione dei rapporti con i fornitori e i clienti, anche internazionali, secondo principi di sostenibilità economico-sociale legati alle relazioni commerciali. – *Risultati di apprendimento del percorso Design della comunicazione visiva e pubblicitaria per la Competenza in uscita n° 4: in ●**grigio** i Risultati di apprendimento del **profilo unitario**, in ●**nero** quelli del **Percorso Design**. – Traguardi intermedi in termini di:*

DISCIPLINE	COMPETENZE DISCIPLINARI	CONOSCENZE	ATTIVITA'	ABILITA'	OBIETTIVI MINIMI
ASSE CULTURALE SCIENTIFICO TECNOLOGICO E PROFESSIONALE _____ Altri Assi eventualmente coinvolti: Asse storico-sociale, Asse dei linguaggi _____ Livelli del QNQ 3	Collaborare alle attività della funzione commerciale comprendendo i bisogni e le richieste del cliente. Collaborare alla promozione e alla comunicazione dell'immagine aziendale anche in termini di sostenibilità economico-sociale e in considerazione del patrimonio culturale e artistico locale. Identificare la mission aziendale per un'efficace individuazione della Visual Identity aziendale. Riconoscere l'identità di un territorio dal suo patrimonio artistico, culturale e ambientale per valorizzare e la promuovere un'immagine rappresentativa. _____ **Eventuali raccordi con le competenze di cui agli insegnamenti dell'area generale** 5) Utilizzare i linguaggi settoriali delle lingue	Strategie di esposizione orale e scritta con un lessico e una fraseologia adeguata e settoriale anche in lingua straniera. Customer satisfaction: promessa erogata, attesa, percepita. Le indagini, il questionario. Elementi di base dell'immagine aziendale: Gli elementi della brand identity Le funzioni del messaggio visivo nella logica delle caratteristiche dell'impresa. Analisi del brief, formulazione degli obiettivi comunicativi e strategici della comunicazione visiva. Il questionario e il colloquio per la produzione del copy brief. Gli elementi della copy strategy. Strumenti e modalità di rappresentazione e comunicazione anche grafici: il tono di voce e i diversi format impaginativi-comunicativi. Concetti di sostenibilità. Elementi costitutivi del patrimonio artistico culturale.	Si rimanda alle singole discipline dell'Asse Scientifico Tecnologico e Professionale (Design della Comunicazione Visiva e Pubblicitaria; Storia dell'Arte; Tecniche della Comunicazione) riportate di seguito.	Comprendere gli strumenti più utilizzati nella comunicazione adeguando la terminologia allo scopo del messaggio. Individuare le scelte più efficaci di comunicazione per la fidelizzazione del cliente. Applicare procedure e metodi per la raccolta di informazioni a supporto della customer satisfaction, anche in lingua straniera. Individuare e analizzare le esigenze dell'azienda relative all'immagine aziendale per elaborare rappresentazioni grafiche e di comunicazione con particolare riferimento alla sostenibilità e al patrimonio culturale e artistico locale. Comprendere e produrre testi scritti e orali coerenti e coesi, anche con l'ausilio di strumenti informatici, utilizzando due lingue straniere e adattandole a diverse situazioni.	Si rimanda alle singole discipline dell'Asse Scientifico Tecnologico e Professionale (Design della Comunicazione Visiva e Pubblicitaria; Storia dell'Arte; Tecniche della Comunicazione) riportate di seguito.

INDIRIZZO: SERVIZI COMMERCIALI PROMOZIONE PUBBLICITARIA
SECONDO BIENNIO – III CLASSE
ASSE CULTURALE SCIENTIFICO TECNOLOGICO e PROFESSIONALE: Design della Comunicazione Visiva e Pubblicitaria (Grafica e Fotografia); Storia dell'Arte; Tecniche della Comunicazione
UDA TRASVERSALE: IL MONDO INTORNO A NOI – Periodo di attuazione: secondo quadrimestre
MACROCOMPETENZA: Individuare e utilizzare le forme e le strategie espressive della comunicazione visiva, artistica, tecnica, scientifica e multimediale per collaborare, nell'area della funzione commerciale, alla realizzazione delle azioni di fidelizzazione della clientela, anche tenendo conto delle tendenze artistiche e culturali locali, nazionali e internazionali, contribuendo alla gestione dei rapporti con i fornitori e i clienti, anche internazionali, secondo principi di sostenibilità economico-sociale legati alle relazioni commerciali. – *Risultati di apprendimento del percorso Design della comunicazione visiva e pubblicitaria per la Competenza in uscita n° 4: in ●**grigio** i Risultati di apprendimento del **profilo unitario**, in ●**nero** quelli del **Percorso Design**. – Traguardi intermedi in termini di:*

DISCIPLINE	COMPETENZE DISCIPLINARI	CONOSCENZE	ATTIVITA'	ABILITA'	OBIETTIVI MINIMI
	straniere previste dai percorsi di studio per interagire in diversi ambiti e contesti di studio e di lavoro 7) 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 10) Comprendere e utilizzare i principali concetti relativi all'economia, all'organizzazione, allo svolgimento dei processi produttivi e dei servizi				
DESIGN della COM. VISIVA e PUBBLICITARIA (Grafica Pubbl.) ore settimanali: 9; ore annuali: 297 (di cui 2 di Tec. Fotog.); attuazione uda trasversale: 30 ore	Relativamente alla grafica bidimensionale, progettare il messaggio pubblicitario in modo autonomo e consapevole; infine – avvalendosi del linguaggio tecnico professionale appropriato – motivare le scelte effettuate in ogni fase dell'iter progettuale.	**GRAFICA U.D.A. 1** **Grafica bidimensionale: marchio e il logotipo; immagine coordinata; manifesto e pagina pubblicitaria** Il progetto di un marchio o/e logotipo. Carta intestata. Busta. Biglietto da visita/ commerciale Manifesto e pagina pubblicitaria **Computergrafica** Risorse tecniche e strumentali finalizzate alla progettazione degli	Analisi e progettazione di marchi/loghi e immagini coordinate; altri progettazioni bidimensionali: manifesti e pagine pubblicitarie.	Saper applicare le conoscenze teoriche in situazioni reali attraverso metodologie operative corrette e specifiche. Saper realizzare, nell'ambito di un corretto iter progettuale, gli elaborati di grafica bidimensionale in elenco.	Opportunamente guidato è in grado di disegnare forme vettoriali elementari.

INDIRIZZO: SERVIZI COMMERCIALI PROMOZIONE PUBBLICITARIA
SECONDO BIENNIO – III CLASSE
ASSE CULTURALE SCIENTIFICO TECNOLOGICO e PROFESSIONALE: Design della Comunicazione Visiva e Pubblicitaria (Grafica e Fotografia); Storia dell'Arte; Tecniche della Comunicazione
UDA TRASVERSALE: IL MONDO INTORNO A NOI – Periodo di attuazione: secondo quadrimestre
MACROCOMPETENZA: Individuare e utilizzare le forme e le strategie espressive della comunicazione visiva, artistica, tecnica, scientifica e multimediale per collaborare, nell'area della funzione commerciale, alla realizzazione delle azioni di fidelizzazione della clientela, anche tenendo conto delle tendenze artistiche e culturali locali, nazionali e internazionali, contribuendo alla gestione dei rapporti con i fornitori e i clienti, anche internazionali, secondo principi di sostenibilità economico-sociale legati alle relazioni commerciali. – *Risultati di apprendimento del percorso Design della comunicazione visiva e pubblicitaria per la Competenza in uscita n° 4: in ●grigio i Risultati di apprendimento del profilo unitario, in ●**nero** quelli del **Percorso Design**. – Traguardi intermedi in termini di:*

DISCIPLINE	COMPETENZE DISCIPLINARI	CONOSCENZE	ATTIVITA'	ABILITA'	OBIETTIVI MINIMI
		elaborati in elenco: software per il disegno vettoriale, il trattamento delle immagini e l'impaginazione.			
Tecniche Fotografiche (B22) ore settimanali: 2; ore annuali: 66; attuazione uda trasversale: 30 ore	Riconoscere i componenti della macchina fotografica e i parametri di esposizione per realizzare lo scatto fotografico.	**GRAFICA U.D.A. 2** L**a camera ottica.** La macchina fotografica. Cenni di ottica fotografica (lenti, obiettivi, lunghezza focale, profondità di campo). Parametri di esposizione (diaframma, tempi e ISO). Breve storia della fotografia.	Studio della storia della fotografia, della macchina fotografica e dei suoi componenti. Studio dei parametri di esposizione.	Saper riconoscere i componenti della macchina fotografica e i parametri di esposizione.	Opportunamente guidato, è in grado realizzare, in modo essenziale, scatti fotografici con dispositivi semplici di uso quotidiano.
TECNICHE DI COMUNICAZIONE ore settimanali: 2; ore annuali: 66; attuazione uda trasversale: 30 ore	Comprendere il valore del linguaggio verbale, paraverbale e non verbale nella comunicazione umana e soggettiva	**UDA n1** Che cosa si intende per comunicazione La comunicazione ecologica La comunicazione efficace La comunicazione disfunzionale Gli assiomi della comunicazione Il linguaggio verbale, paraverbale, non verbale	-Attività dal libro di testo -Simulazioni e role playing -Problem solving -Ricerca di informazioni dal web anche in riferimento al progetto didattico-educativo di istituto sull'educazione	saper individuare gli elementi della comunicazione e le funzioni saper riconoscere l'importanza della comunicazione efficace e sa individuare le strategie della comunicazione efficace sapere quando una comunicazione diventa disfunzionale sapere applicare gli assiomi nelle relazioni per una comunicazione efficace	L'alunno opportunamente guidato: È in grado d definire gli elementi della comunicazione e le funzioni Sa individuare in modo essenziale le strategie della comunicazione efficace Sa quali sono gli assiomi della comunicazione È in grado di conoscere gli elementi di base del LV ,del paraverbale del LNV sa comprendere e definire in modo

INDIRIZZO: SERVIZI COMMERCIALI PROMOZIONE PUBBLICITARIA
SECONDO BIENNIO – III CLASSE
ASSE CULTURALE SCIENTIFICO TECNOLOGICO e PROFESSIONALE: Design della Comunicazione Visiva e Pubblicitaria (Grafica e Fotografia); Storia dell'Arte; Tecniche della Comunicazione
UDA TRASVERSALE: IL MONDO INTORNO A NOI – Periodo di attuazione: secondo quadrimestre
MACROCOMPETENZA: Individuare e utilizzare le forme e le strategie espressive della comunicazione visiva, artistica, tecnica, scientifica e multimediale per collaborare, nell'area della funzione commerciale, alla realizzazione delle azioni di fidelizzazione della clientela, anche tenendo conto delle tendenze artistiche e culturali locali, nazionali e internazionali, contribuendo alla gestione dei rapporti con i fornitori e i clienti, anche internazionali, secondo principi di sostenibilità economico-sociale legati alle relazioni commerciali. – *Risultati di apprendimento del percorso Design della comunicazione visiva e pubblicitaria per la Competenza in uscita n° 4: in ●**grigio** i Risultati di apprendimento del **profilo unitario**, in ●**nero** quelli del **Percorso Design**. – Traguardi intermedi in termini di:*

DISCIPLINE	COMPETENZE DISCIPLINARI	CONOSCENZE	ATTIVITA'	ABILITA'	OBIETTIVI MINIMI
					essenziale la CNV statica, la prossemica e le quattro aree dello spazio interpersonale
	E in grado di conoscere la componente relazionale nella comunicazione e di comprendere la differenza fra realtà oggettiva	**UDA n2** La dinamica delle relazioni interpersonali L'ascolto attivo La persuasione	-Attività dal libro di testo -Simulazioni e role playing -Problem solving -Ricerca di informazioni dal web anche in riferimento al progetto didattico-educativo di istituto sull'educazione	saper proporre un'immagine positiva di sè e interpretare correttamente le risposte dell'altro saper riconoscere l'importanza dell'ascolto attivo e individuare le strategie saper rcomprendere il potere suggestivo e di influenzamento delle parole	sa definire il concetto di relazione collegata alla comunicazione sa definire che cos'è l'ascolto attivo e sa definire i tre livelli È in grado di comprendere il potere di influenzamento delle parole
STORIA DELL'ARTE ore settimanali: 2; ore annuali: 66; attuazione uda trasversale: 5 ore	-Analizzare, comprendere e valutare una selezione delle opere più rappresentative dell'ambito storico artistico, considerate nella loro complessità e nella diversità delle tecniche di realizzazione; -riconoscere ed analizzare le caratteristiche tecniche (materiali, procedimenti, etc.) e formali di un'opera d'arte, individuandone i significati. -stabilire adeguati collegamenti multidisciplinari, in	**U.d.A.1:** L'arte nella Preistoria e nell'Antichità. la Protostoria in Italia. e nel Vicino Oriente**;** l'arte greca nell'età arcaica, classica ed ellenistica; l'arte etrusca nelle caratteristiche generali; l'arte romana di età repubblicana ed imperiale; l'arte paleocristiana. **U.d.A.2:** L'arte nell'Alto Medioevo e nel primo Basso Medioevo. L'arte Bizantina a Costantinopoli e in Italia; l'età barbarica in Italia, i Longobardi e i Carolingi; aspetti dell'arte islamica nell'Italia meridionale; l'arte in età romanica**;** l'architettura romanica, i codici miniati; aspetti di scultura e arti visive di età romanica.	Studio dei periodi storico-artistici considerati attraverso l'analisi di una selezione di opere che ne rappresentino i tratti salienti.	**-**Conoscere la scansione cronologica del percorso storico-artistico considerato. -Riconoscere ed analizzare le caratteristiche formali di un manufatto artistico. -Riconoscere le tecniche usate nella realizzazione del manufatto e conoscere i procedimenti di esecuzione. -Conoscere le linee biografiche dell'artista ed il contesto di formazione (quando conosciuto) .-Saper utilizzare consapevolmente in elaborati grafici di tipo multimediale opere o particolari delle opere d'arte studiate, coerentemente alle finalità	**-**Conoscere per grandi linee la scansione cronologica del percorso storico-artistico considerato. -Riconoscere ed analizzare nelle linee essenziali le caratteristiche formali di un manufatto artistico. -Riconoscere le tecniche usate nella realizzazione del manufatto. -Conoscere in maniera generica le linee biografiche dell'artista

INDIRIZZO: SERVIZI COMMERCIALI PROMOZIONE PUBBLICITARIA					
SECONDO BIENNIO – III CLASSE					
ASSE CULTURALE SCIENTIFICO TECNOLOGICO e PROFESSIONALE: Design della Comunicazione Visiva e Pubblicitaria (Grafica e Fotografia); Storia dell'Arte; Tecniche della Comunicazione					
UDA TRASVERSALE: IL MONDO INTORNO A NOI – Periodo di attuazione: secondo quadrimestre					
MACROCOMPETENZA: Individuare e utilizzare le forme e le strategie espressive della comunicazione visiva, artistica, tecnica, scientifica e multimediale per collaborare, nell'area della funzione commerciale, alla realizzazione delle azioni di fidelizzazione della clientela, anche tenendo conto delle tendenze artistiche e culturali locali, nazionali e internazionali, contribuendo alla gestione dei rapporti con i fornitori e i clienti, anche internazionali, secondo principi di sostenibilità economico-sociale legati alle relazioni commerciali. – *Risultati di apprendimento del percorso Design della comunicazione visiva e pubblicitaria per la Competenza in uscita n° 4: in ●grigio i Risultati di apprendimento del profilo unitario, in ●**nero** quelli del **Percorso Design**. – Traguardi intermedi in termini di:*					
DISCIPLINE	**COMPETENZE DISCIPLINARI**	**CONOSCENZE**	**ATTIVITA'**	**ABILITA'**	**OBIETTIVI MINIMI**
	particolare con discipline di area affine. -utilizzare in modo appropriato la terminologia specifica essenziale dell'ambito storico-artistico; -individuare e comprendere nelle linee generali i più significativi movimenti artistici locali, nazionali ed internazionali nei diversi ambiti storico-geografici.			comunicative del prodotto richiesto.	ed il contesto di formazione (quando conosciuto.
U.D.A trasversale *Valorizzazione del patrimonio culturale, artistico, tecnico e scientifico attraverso l'azione pubblicitaria.*	È in grado promuovere cambiamenti negli atteggiamenti e nei comportamenti sia a livello individuale che collettivo.	**U.D.A. INTERDISCIPLINARE** **Il mondo intorno a noi**	Studio/scelta dei metodi e strumenti atti a promuovere processi intenzionali di cambiamento attraverso l'azione pubblicitaria.	Saper applicare le conoscenze acquisite seguendo un giusto percorso operativo appropriato alla tematica di riferimento.	È in grado, opportunamente guidato e in modo essenziale, di adattare le conoscenze di base al tema trattato.

INDIRIZZO: SERVIZI COMMERCIALI PROMOZIONE PUBBLICITARIA

SECONDO BIENNIO – IV CLASSE

ASSE CULTURALE SCIENTIFICO TECNOLOGICO e PROFESSIONALE: Design della Comunicazione Visiva e Pubblicitaria (Grafica e Fotografia); Storia dell'Arte; Tecniche della Comunicazione

UDA TRASVERSALE: Taranto in vetrina – Periodo di attuazione: secondo quadrimestre

MACROCOMPETENZA: Individuare e utilizzare le forme e le strategie espressive della comunicazione visiva, artistica, tecnica, scientifica e multimediale per collaborare, nell'area della funzione commerciale, alla realizzazione delle azioni di fidelizzazione della clientela, anche tenendo conto delle tendenze artistiche e culturali locali, nazionali e internazionali, contribuendo alla gestione dei rapporti con i fornitori e i clienti, anche internazionali, secondo principi di sostenibilità economico-sociale legati alle relazioni commerciali.

*Risultati di apprendimento del percorso Design della comunicazione visiva e pubblicitaria per la Competenza in uscita n° 4: in ●**grigio** i Risultati di apprendimento del **profilo unitario**, in ●**nero** quelli del **Percorso Design**. – Traguardi intermedi in termini di:*

DISCIPLINE	COMPETENZE DISCIPLINARI	CONOSCENZE	ATTIVITA'	ABILITA'	OBIETTIVI MINIMI
ASSE CULTURALE SCIENTIFICO TECNOLOGICO E PROFESSIONALE _____ Altri Assi eventualmente coinvolti: Asse storico- sociale, Asse dei linguaggi _____ Livelli del QNQ 3/4	Collaborare nell'area della funzione commerciale contribuendo alla gestione dei rapporti con i fornitori e i clienti, anche stranieri, secondo principi di sostenibilità economico-sociale anche in considerazione del patrimonio culturale ed artistico locale e nazionale. Collaborare all'identificazione di un target mirato, relativo al prodotto da pubblicizzare, analizzando soprattutto le caratteristiche psicografiche, gli stili di vita e i comportamenti di acquisto del consumatore, appartenenza al territorio. Cogliere i cambiamenti della società e del territorio e l'influenza che essi hanno sulla evoluzione dei bisogni umani. _____ **Eventuali raccordi con le competenze di cui agli insegnamenti dell'area generale** 5) Utilizzare i linguaggi settoriali delle lingue	Caratteristiche della comunicazione e promozione commerciale, anche in lingua straniera. Strumenti tecnologici e informatici per la fidelizzazione della clientela. Customer satisfaction: promessa erogata, attesa, percepita. Customer relationship management: le indagini, il questionario, il forum, il blog, la chat. Principi di sostenibilità economica-sociale. Elementi costitutivi del patrimonio artistico culturale nazionale. I principi fondamentali che garantiscono la tutela del patrimonio artistico (art. 9 della Costituzione).	Si rimanda alle singole discipline dell'Asse Scientifico Tecnologico e Professionale (Design della Comunicazione Visiva e Pubblicitaria; Storia dell'Arte; Tecniche della Comunicazione) riportate di seguito.	Comprendere gli strumenti più utilizzati nella comunicazione adeguando la terminologia allo scopo del messaggio. Individuare le scelte più efficaci di comunicazione per la fidelizzazione del cliente. Applicare procedure e metodi per la raccolta di informazioni a supporto della customer satisfaction, anche in lingua straniera. Individuare e analizzare le esigenze dell'azienda relative all'immagine aziendale per elaborare rappresentazioni grafiche e di comunicazione con particolare riferimento alla sostenibilità e al patrimonio culturale e artistico locale. Comprendere e produrre testi scritti e orali coerenti e coesi, anche con l'ausilio di strumenti informatici, utilizzando due lingue straniere e adattandole a diverse situazioni.	Si rimanda alle singole discipline dell'Asse Scientifico Tecnologico e Professionale (Design della Comunicazione Visiva e Pubblicitaria; Storia dell'Arte; Tecniche della Comunicazione) riportate di seguito.

INDIRIZZO: SERVIZI COMMERCIALI PROMOZIONE PUBBLICITARIA

SECONDO BIENNIO – IV CLASSE

ASSE CULTURALE SCIENTIFICO TECNOLOGICO e PROFESSIONALE: Design della Comunicazione Visiva e Pubblicitaria (Grafica e Fotografia); Storia dell'Arte; Tecniche della Comunicazione

UDA TRASVERSALE: Taranto in vetrina – Periodo di attuazione: secondo quadrimestre

MACROCOMPETENZA: Individuare e utilizzare le forme e le strategie espressive della comunicazione visiva, artistica, tecnica, scientifica e multimediale per collaborare, nell'area della funzione commerciale, alla realizzazione delle azioni di fidelizzazione della clientela, anche tenendo conto delle tendenze artistiche e culturali locali, nazionali e internazionali, contribuendo alla gestione dei rapporti con i fornitori e i clienti, anche internazionali, secondo principi di sostenibilità economico-sociale legati alle relazioni commerciali.

*Risultati di apprendimento del percorso Design della comunicazione visiva e pubblicitaria per la Competenza in uscita n° 4: in ●**grigio** i Risultati di apprendimento del **profilo unitario**, in ●**nero** quelli del **Percorso Design**. – Traguardi intermedi in termini di:*

DISCIPLINE	COMPETENZE DISCIPLINARI	CONOSCENZE	ATTIVITA'	ABILITA'	OBIETTIVI MINIMI
	straniere previste dai percorsi di studio per interagire in diversi ambiti e contesti di studio e di lavoro. 7) 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. 10) Comprendere e utilizzare i principali concetti relativi all'economia, all'organizzazione, allo svolgimento dei processi produttivi e dei servizi				
DESIGN della COM. VISIVA e PUBBLICITARIA (Grafica Pubbl.) ore settimanali: 9; ore annuali: 297 (di cui 2 di Tec. Fotog.); attuazione uda trasversale: 30 ore	Ideare e progettare il messaggio pubblicitario in modo autonomo e consapevole giustificando l'iter progettuale in maniera esauriente attraverso l'utilizzazione di un linguaggio tecnico appropriato.	**GRAFICA UDA1.** **Progetti articolati: il depliant, approccio al packaging.** Previo approfondimento di parte del prog. svolto nel III anno relativo ai progetti bidimensionali (marchio e immagine coordinata; annuncio stampa; locandina; manifesto, poster), progettazione mediante rough e layout utilizzando in modo appropriato applicazioni specifiche di realizzazioni articolate quali il depliant a più ante. Computergrafica e progettazione. Software per il disegno vettoriale, per il	Analisi e lettura/decodifica di messaggi pubblicitari. Realizzazione a scelta di un elaborato pubblicitario (pagina, manifesto, poster, o locandina) correlato alla tematica individuata per l'UDA trasversale. Analisi di depliant e packaging esistenti; riproduzione delle confezioni analizzate. Progettazione di un nuovo depliant e un nuovo packaging per un prodotto commerciale scelto. Studio degli strumenti base dei	Saper applicare le conoscenze teoriche in situazioni reali attraverso metodologie operative corrette e specifiche. Saper utilizzare un corretto iter progettuale Saper impostare tutti gli elementi comunicativi. Saper costruire la forma-volume del packaging. Saper costruire lo schema per realizzare la fustella	Opportunamente guidato, è in grado individuare le differenze fra una pagina pubblicitaria, un manifesto, un depliant. È in grado di utilizzare, in modo semplice, gli strumenti base della computer grafica per realizzare forme vettoriali semplici.

INDIRIZZO: SERVIZI COMMERCIALI PROMOZIONE PUBBLICITARIA					
SECONDO BIENNIO – IV CLASSE					
ASSE CULTURALE SCIENTIFICO TECNOLOGICO e PROFESSIONALE: Design della Comunicazione Visiva e Pubblicitaria (Grafica e Fotografia); Storia dell'Arte; Tecniche della Comunicazione					
UDA TRASVERSALE: Taranto in vetrina – Periodo di attuazione: secondo quadrimestre					
MACROCOMPETENZA: Individuare e utilizzare le forme e le strategie espressive della comunicazione visiva, artistica, tecnica, scientifica e multimediale per collaborare, nell'area della funzione commerciale, alla realizzazione delle azioni di fidelizzazione della clientela, anche tenendo conto delle tendenze artistiche e culturali locali, nazionali e internazionali, contribuendo alla gestione dei rapporti con i fornitori e i clienti, anche internazionali, secondo principi di sostenibilità economico-sociale legati alle relazioni commerciali. *Risultati di apprendimento del percorso Design della comunicazione visiva e pubblicitaria per la Competenza in uscita n° 4: in ●grigio i Risultati di apprendimento del profilo unitario, in ●**nero** quelli del **Percorso Design**. – Traguardi intermedi in termini di:*					
DISCIPLINE	**COMPETENZE DISCIPLINARI**	**CONOSCENZE**	**ATTIVITA'**	**ABILITA'**	**OBIETTIVI MINIMI**
		trattamento delle immagini, per l'impaginazione.	software grafici applicandoli alla realizzazione di impaginazioni grafico-pubblicitarie.	Saper realizzare la veste grafica del prodotto	
Tecniche Fotografiche (B22) ore settimanali: 2; ore annuali: 66; attuazione uda trasversale: 30 ore	È in grado di realizzare uno scatto fotografico e di ottimizzarlo mediante applicazioni professionali di computergrafica.	**GRAFICA UDA2.** **La ripresa** Regole della ripresa. Luce e temperatura colore. Fotoritocco e Photoshop.	Studio delle tecniche e regole di ripresa. Elaborazioni computergrafiche di fotoritocco. Attività correlate all'UDA trasversale (*).	Saper applicare le regole di ripresa ai fini dello scatto fotografico e saper utilizzare il software di fotoritocco per ottimizzare lo scatto effettuato.	Opportunamente guidato, è in grado di applicare le regole di ripresa ai fini dello scatto fotografico con un dispositivo semplice, di uso quotidiano.
TECNICHE DI COMUNICAZIONE ore settimanali: 2; ore annuali: 66; attuazione uda trasversale: 30 ore	Essere in grado di riconoscere i ruoli principali di un gruppo per inserirsi adeguatamente e come si forma e si raccoglie intorno ad un leader Essere in grado di esprimere sentimenti, desideri e pensieri in modo efficace per una comunicazione funzionale	UDA 1 Le differenze fra le varie tipologie di gruppo, il leader e la leadership. Gruppo di persone e gruppo di lavoro L'autostima, l' autoefficacia, il locus of control Gli elementi dell'analisi transazionale	-Attività dal libro di testo -Simulazioni e role playing -Problem solving -Ricerca di informazioni dal web	Saper riconoscere e interpretare le dinamiche di gruppo, la differenza fra gruppo di persone e gruppo di lavoro e saper individuarne le caratteristiche Saper riconoscere i diversi stili di leader, scegliere quello più adeguato alle circostanze	Essere in grado di definire i diversi tipi di gruppo sapere che cos'è e come si forma l'autostima l'autoefficacia il locus of control conoscere la definizione di analisi transazionale e degli stati dell'

INDIRIZZO: SERVIZI COMMERCIALI PROMOZIONE PUBBLICITARIA					
SECONDO BIENNIO – IV CLASSE					
ASSE CULTURALE SCIENTIFICO TECNOLOGICO e PROFESSIONALE: Design della Comunicazione Visiva e Pubblicitaria (Grafica e Fotografia); Storia dell'Arte; Tecniche della Comunicazione					
UDA TRASVERSALE: Taranto in vetrina – Periodo di attuazione: secondo quadrimestre					
MACROCOMPETENZA: Individuare e utilizzare le forme e le strategie espressive della comunicazione visiva, artistica, tecnica, scientifica e multimediale per collaborare, nell'area della funzione commerciale, alla realizzazione delle azioni di fidelizzazione della clientela, anche tenendo conto delle tendenze artistiche e culturali locali, nazionali e internazionali, contribuendo alla gestione dei rapporti con i fornitori e i clienti, anche internazionali, secondo principi di sostenibilità economico-sociale legati alle relazioni commerciali. *Risultati di apprendimento del percorso Design della comunicazione visiva e pubblicitaria per la Competenza in uscita n° 4: in ●**grigio** i Risultati di apprendimento del **profilo unitario**, in ●**nero** quelli del **Percorso Design**. – Traguardi intermedi in termini di:*					
DISCIPLINE	**COMPETENZE DISCIPLINARI**	**CONOSCENZE**	**ATTIVITA'**	**ABILITA'**	**OBIETTIVI MINIMI**
STORIA DELL'ARTE ore settimanali: 2; ore annuali: 66; attuazione uda trasversale: 5 ore	-Conosce il percorso storico-artistico nelle linee generali, collocando i più importanti manufatti nelle specifiche aree geografiche di produzione; -conosce in modo essenziale le tecniche artistiche più comuni nel percorso storico-artistico; -conosce la terminologia specifica essenziale dell'ambito storico-artistico considerato, utilizzandola nella descrizione dei manufatti.	**U.d.A 1: Il tardo Basso Medioevo e Il Rinascimento.** L'architettura gotica in Europa e in Italia; la pittura gotica; la scultura e l'oreficeria gotica. Il Tardogotico. Il Quattrocento, il Cinquecento e il Tardo Cinquecento nelle arti visive. **U.d.A 2: Il Seicento e il Settecento.** Il Seicento: Realismo e Barocco; il Settecento: Rococò e Neoclassicismo.	Studio dei periodi storico-artistici considerati attraverso l'analisi di una selezione di opere che ne rappresentino i tratti salienti.	**-**Conoscere la scansione cronologica del percorso storico-artistico considerato. -Riconoscere ed analizzare le caratteristiche formali di un manufatto artistico. -Riconoscere le tecniche usate nella realizzazione del manufatto e conoscere i procedimenti di esecuzione. -Conoscere le linee biografiche dell'artista ed il contesto di formazione (quando conosciuto). -Saper utilizzare consapevolmente in elaborati grafici di tipo multimediale opere o particolari delle opere d'arte studiate, coerentemente alle finalità comunicative del prodotto richiesto.	**-**Conoscere per grandi linee la scansione cronologica del percorso storico-artistico considerato. -Riconoscere ed analizzare nelle linee essenziali le caratteristiche formali di un manufatto artistico. -Riconoscere le tecniche usate nella realizzazione del manufatto.
U.D.A trasversale *Valorizzazione del patrimonio culturale, artistico, tecnico e scientifico attraverso l'azione pubblicitaria.*	È in grado promuovere cambiamenti negli atteggiamenti e nei comportamenti sia a livello individuale che collettivo.	**U.D.A. INTERDISCIPLINARE** **Taranto e il mare**	Studio/scelta dei metodi e strumenti atti a promuovere processi intenzionali di cambiamento attraverso l'azione pubblicitaria.	Saper applicare le conoscenze acquisite seguendo un giusto percorso operativo appropriato alla tematica di riferimento.	È in grado, opportunamente guidato e in modo essenziale, di adattare le conoscenze di base al tema trattato.

INDIRIZZO: SERVIZI COMMERCIALI PROMOZIONE PUBBLICITARIA
MONOENNIO – V CLASSE
ASSE CULTURALE SCIENTIFICO TECNOLOGICO e PROFESSIONALE: Design della Comunicazione Visiva e Pubblicitaria (Grafica e Fotografia); Storia dell'Arte; Tecniche della Comunicazione
UDA TRASVERSALE: LA BELLEZZA – Periodo di attuazione: secondo quadrimestre
MACROCOMPETENZA: Individuare e utilizzare le forme e le strategie espressive della comunicazione visiva, artistica, tecnica, scientifica e multimediale per collaborare, nell'area della funzione commerciale, alla realizzazione delle azioni di fidelizzazione della clientela, anche tenendo conto delle tendenze artistiche e culturali locali, nazionali e internazionali, contribuendo alla gestione dei rapporti con i fornitori e i clienti, anche internazionali, secondo principi di sostenibilità economico-sociale legati alle relazioni commerciali. – *Risultati di apprendimento del percorso Design della comunicazione visiva e pubblicitaria per la Competenza in uscita n° 4: in ●**grigio** i Risultati di apprendimento del **profilo unitario**, in ●**nero** quelli del **Percorso Design**. – Traguardi intermedi in termini di:*

DISCIPLINE	COMPETENZE DISCIPLINARI	CONOSCENZE	ATTIVITA'	ABILITA'	OBIETTIVI MINIMI
ASSE CULTURALE SCIENTIFICO TECNOLOGICO E PROFESSIONALE _____ Altri Assi eventualmente coinvolti: Asse storico-sociale, Asse dei linguaggi _____ Livelli del QNQ 3	Collaborare alle attività della funzione commerciale comprendendo i bisogni e le richieste del cliente. Collaborare alla promozione e alla comunicazione dell'immagine aziendale anche in termini di sostenibilità economico- sociale e in considerazione del patrimonio culturale e artistico locale. Identificare la mission aziendale per un'efficace individuazione della Visual Identity aziendale. Riconoscere l'identità di un territorio dal suo patrimonio artistico, culturale e ambientale per valorizzare e la promuovere un'immagine rappresentativa. _____ **Eventuali raccordi con le competenze di cui agli insegnamenti dell'area generale** 5) Utilizzare i linguaggi settoriali delle lingue straniere previste dai percorsi di studio per interagire in diversi ambiti e contesti di studio e di lavoro 7) 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	Strategie di esposizione orale e scritta con un lessico e una fraseologia adeguata e settoriale anche in lingua straniera. Customer satisfaction: promessa erogata, attesa, percepita. Le indagini, il questionario. Elementi di base dell'immagine aziendale: Gli elementi della brand identity Le funzioni del messaggio visivo nella logica delle caratteristiche dell'impresa. Analisi del brief, formulazione degli obiettivi comunicativi e strategici della comunicazione visiva. Il questionario e il colloquio per la produzione del copy brief. Gli elementi della copy strategy. Strumenti e modalità di rappresentazione e comunicazione anche grafici: il tono di voce e i diversi format impaginativi-comunicativi. Concetti di sostenibilità. Elementi costitutivi del patrimonio artistico culturale.	Si rimanda alle singole discipline dell'Asse Scientifico Tecnologico e Professionale (Design della Comunicazione Visiva e Pubblicitaria; Storia dell'Arte; Tecniche della Comunicazione) riportate di seguito.	Comprendere gli strumenti più utilizzati nella comunicazione adeguando la terminologia allo scopo del messaggio. Individuare le scelte più efficaci di comunicazione per la fidelizzazione del cliente. Applicare procedure e metodi per la raccolta di informazioni a supporto della customer satisfaction, anche in lingua straniera. Individuare e analizzare le esigenze dell'azienda relative all'immagine aziendale per elaborare rappresentazioni grafiche e di comunicazione con particolare riferimento alla sostenibilità e al patrimonio culturale e artistico locale. Comprendere e produrre testi scritti e orali coerenti e coesi, anche con l'ausilio di strumenti informatici, utilizzando due lingue straniere e adattandole a diverse situazioni.	Si rimanda alle singole discipline dell'Asse Scientifico Tecnologico e Professionale (Design della Comunicazione Visiva e Pubblicitaria; Storia dell'Arte; Tecniche della Comunicazione) riportate di seguito.

INDIRIZZO: SERVIZI COMMERCIALI PROMOZIONE PUBBLICITARIA
MONOENNIO – V CLASSE
ASSE CULTURALE SCIENTIFICO TECNOLOGICO e PROFESSIONALE: Design della Comunicazione Visiva e Pubblicitaria (Grafica e Fotografia); Storia dell'Arte; Tecniche della Comunicazione
UDA TRASVERSALE: LA BELLEZZA – Periodo di attuazione: secondo quadrimestre
MACROCOMPETENZA: Individuare e utilizzare le forme e le strategie espressive della comunicazione visiva, artistica, tecnica, scientifica e multimediale per collaborare, nell'area della funzione commerciale, alla realizzazione delle azioni di fidelizzazione della clientela, anche tenendo conto delle tendenze artistiche e culturali locali, nazionali e internazionali, contribuendo alla gestione dei rapporti con i fornitori e i clienti, anche internazionali, secondo principi di sostenibilità economico-sociale legati alle relazioni commerciali. – *Risultati di apprendimento del percorso Design della comunicazione visiva e pubblicitaria per la Competenza in uscita n° 4: in ●grigio i Risultati di apprendimento del profilo unitario, in ●**nero** quelli del **Percorso Design**. – Traguardi intermedi in termini di:*

DISCIPLINE	COMPETENZE DISCIPLINARI	CONOSCENZE	ATTIVITA'	ABILITA'	OBIETTIVI MINIMI
	10) Comprendere e utilizzare i principali concetti relativi all'economia, all'organizzazione, allo svolgimento dei processi produttivi e dei servizi				
DESIGN della COM. VISIVA e PUBBLICITARIA (Grafica Pubbl.) ore settimanali: 9; ore annuali: 297 (di cui 2 di Tec. Fotog.); attuazione uda trasversale: 30 ore	Analizza il tema comunicazionale richiesto; progetta e visualizza il messaggio pubblicitario mediante bozzetti eseguiti manualmente; realizza il layout utilizzando in modo appropriato i programmi specifici; coordina le fasi di lavoro in un iter progettuale intelligibile. Sa valutare l'impatto visivo e comunicativo per l'immissione dello stesso sul mercato. Analizza i rough realizzati nella fase preparatoria e li declina e traduce in progetti vettoriali, trattamenti delle immagini a base raster e impaginazioni mediante adeguate applicazioni grafiche.	**U.D.A. 1.** **Il packaging.** In itinere, approfondimenti relativi a pubblicità esterna statica e pubblicità esterna dinamica; flyer e brochure. **Analisi del brief, formulazione degli obiettivi comunicativi e strategici della comunicazione visiva.** Il questionario e il colloquio per la produzione del copy brief. **Gli elementi della copy strategy.** Strumenti e modalità di rappresentazione e comunicazione anche grafici: il tono di voce e i diversi format impaginativi-comunicativi. Progettazione e visualizzazione con bozzetti realizzati manualmente; realizzazione del layout utilizzando in modo appropriato i programmi specifici.	Progettazione e visualizzazione di un messaggio pubblicitario; realizzazione di bozzetti eseguiti manualmente e successiva esecuzione del layout utilizzando in modo appropriato i programmi specifici. Realizzazione dei finish layout e dell'iter progettuale dei vari temi proposti utilizzando in modo appropriato i programmi specifici.	Sapere riconoscere le caratteristiche tecniche dell'affissione statica, le tipologie, i formati, le caratteristiche comunicative della produzione di messaggi per le campagne pubblicitarie di tipo commerciale e sociale. Sapere riconoscere le caratteristiche tecniche del depliant e della brochure: pagine, pieghe, struttura, formato, impaginazione e relazione tra testi, illustrazioni e fotografie. Sapere applicare le conoscenze acquisite seguendo un giusto percorso operativo. Utilizzare il software più adatto in maniera appropriata per la realizzazione dei progetti.	Opportunamente guidato, analizza i rough realizzati nella fase preparatoria e li declina e traduce – in modo semplice – in progetti realizzati al computer, finalizzati alla comunicazione pubblicitaria.

INDIRIZZO: SERVIZI COMMERCIALI PROMOZIONE PUBBLICITARIA
MONOENNIO – V CLASSE
ASSE CULTURALE SCIENTIFICO TECNOLOGICO e PROFESSIONALE: Design della Comunicazione Visiva e Pubblicitaria (Grafica e Fotografia); Storia dell'Arte; Tecniche della Comunicazione
UDA TRASVERSALE: LA BELLEZZA – Periodo di attuazione: secondo quadrimestre
MACROCOMPETENZA: Individuare e utilizzare le forme e le strategie espressive della comunicazione visiva, artistica, tecnica, scientifica e multimediale per collaborare, nell'area della funzione commerciale, alla realizzazione delle azioni di fidelizzazione della clientela, anche tenendo conto delle tendenze artistiche e culturali locali, nazionali e internazionali, contribuendo alla gestione dei rapporti con i fornitori e i clienti, anche internazionali, secondo principi di sostenibilità economico-sociale legati alle relazioni commerciali. – *Risultati di apprendimento del percorso Design della comunicazione visiva e pubblicitaria per la Competenza in uscita n° 4: in ●grigio i Risultati di apprendimento del profilo unitario, in ●**nero** quelli del **Percorso Design**. – Traguardi intermedi in termini di:*

DISCIPLINE	COMPETENZE DISCIPLINARI	CONOSCENZE	ATTIVITA'	ABILITA'	OBIETTIVI MINIMI
Tecniche Fotografiche (B22) ore settimanali: 2; ore annuali: 66; attuazione uda trasversale: 30 ore	Analizza e programma in sory board i rapporti d'aspetto preliminarmente all'attività fotografica. Analizza il lavoro dei grandi fotografi del Novecento. Analizza il lavoro dei fotografi nell'ambito pubblicitario.	**U.D.A. 2** **Tecnica fotografica.** Rapporto d'aspetto, piani e campi. Story board del lavoro fotografico e di produzione di semplici filmati. Analisi del lavoro dei grandi fotografi del Novecento. La fotografia pubblicitaria in Italia: Oliviero Toscani.	Progettazione dello story board e realizzazione dello scatto/filmato in funzione degli studi preliminari.	Sapere applicare le conoscenze acquisite seguendo un giusto percorso operativo.	Opportunamente guidato, e in maniera essenziale, realizza i rough/story board in funzione dell'attività fotografica (e/o di ripresa) successiva.
È in grado promuovere cambiamenti negli atteggiamenti e nei comportamenti sia a livello individuale che collettivo.	**U.D.A interdisciplinare** **La bellezza**	Studio/scelta dei metodi e strumenti atti a promuovere processi intenzionali di cambiamento attraverso l'azione pubblicitaria.	Saper applicare le conoscenze acquisite seguendo un giusto percorso operativo appropriato alla tematica di riferimento.	È in grado, opportunamente guidato e in modo essenziale, di adattare le conoscenze di base al tema trattato.	È in grado promuovere cambiamenti negli atteggiamenti e nei comportamenti sia a livello individuale che collettivo.

PERCORSO SERVIZI PUBBLICITARI • DESIGN DELLA COM. VISIVA E PUBBLICITARIA

(con riferimento alle linee guida 2012)

Disciplina:

• STORIA DELL'ARTE E ESPRESSIONI GRAFICO ARTISTICHE

PROGRAMMAZIONE DISCIPLINARE

a.s. 2022-2023

Disciplina: **Storia dell'Arte ed espressioni grafico-artistiche.** Coordinatore: **Francesco Riccobelli**

MONOENNIO (ind.Grafico)

COMPETENZE	CONOSCENZE	ATTIVITÁ	ABILITÁ	OB. MINIMI
-Analizzare, comprendere e valutare una selezione delle opere più rappresentative dell'ambito storico artistico, considerate nella loro complessità e nella diversità delle tecniche di realizzazione; -acquisizione di competenze culturali storico-artistiche essenziali nelle specifiche aree professionali; -riconoscere ed analizzare le caratteristiche tecniche (materiali, procedimenti, etc.) e formali di un'opera d'arte, individuandone i significati. -stabilire adeguati collegamenti multidisciplinari, in particolare con discipline di area affine. -utilizzare in modo appropriato la terminologia specifica essenziale dell'ambito storico-artistico; -individuare e comprendere nelle linee generali i più significativi movimenti artistici locali, nazionali ed internazionali nei diversi ambiti storico-geografici; -applicare le metodologie e le tecniche di base nella gestione di progetti per ogni specifico ambito professionale.	-Conosce il percorso storico-artistico nelle linee generali, collocando i più importanti manufatti nelle specifiche aree geografiche di produzione; -conosce in modo essenziale le tecniche artistiche più comuni nel percorso storico-artistico; -conosce la terminologia specifica essenziale dell'ambito storico-artistico considerato, utilizzandola nella descrizione dei manufatti.	**U.d.A I: l'Ottocento.** il Romanticismo e il Realismo; l'Impressionismo: il Postimpressionismo; Simbolismo **e** Art Nouveau. **U.d.A II: Il Novecento.** Le avanguardie storiche: Il Cubismo, l'Espressionismo e i Fauves, Il Futurismo, Il Dada, L'Astrattismo, La Metafisica., Il Surrealismo**.** **Il secondo dopoguerra e le nuove frontiere dell'arte.** L'arte contemporanea dal secondo dopoguerra ai nostri giorni, le nuove frontiere dell'arte. **U.D.A. X trasversale La bellezza**	**-**Conoscere la scansione cronologica del percorso storico-artistico considerato. -Riconoscere ed analizzare le caratteristiche formali di un manufatto artistico. -Riconoscere le tecniche usate nella realizzazione del manufatto e conoscere i procedimenti di esecuzione. -Conoscere le linee biografiche dell'artista ed il contesto di formazione (quando conosciuto). -Saper utilizzare consapevolmente in elaborati grafici di tipo multimediale opere o particolari delle opere d'arte studiate, coerentemente alle finalità comunicative del prodotto richiesto.	**-**Conoscere per grandi linee la scansione cronologica del percorso storico-artistico considerato. -Riconoscere ed analizzare nelle linee essenziali le caratteristiche formali di un manufatto artistico. -Riconoscere le tecniche usate nella realizzazione del manufatto. -Conoscere in maniera generica le linee biografiche dell'artista ed il contesto di formazione (quando conosciuto. -Saper utilizzare consapevolmente in elaborati grafici di tipo multimediale opere o particolari delle più importanti opere d'arte studiate, coerentemente alle finalità comunicative del prodotto richiesto.

PERCORSO SERVIZI PUBBLICITARI • DESIGN DELLA COM. VISIVA E PUBBLICITARIA

(con riferimento alle linee guida 2012)

Disciplina:

• TECNICHE DI COMUNICAZIO

MONOENNIO 5 CLASSE DEI SERVIZI GRAFICO PUBLICITARI

MATERIA TECNICHE DI COMUNICAZIONE (MONTE ORE 69H)

COMPETENZE	CONOSCENZE	ATTIVITA'	ABILITA'	OBIETTIVI MINIMI
E' in grado di essere consapevole dei propri pensieri, emozioni e comportamenti e verbalizzali	1. Atteggiamenti, motivazioni , bisogni e come agiscono sul comportamento	-Attività dal libro di testo -Simulazioni e role playing -Problem solving -Ricerca di informazioni dal web anche in riferimento al progetto didattico-educativodi istituto sull'educazione -Utilizzo laddove è possibile del laboratorio multimediale	• Sa individuare come e quali bisogni soddisfare per potermigliorare la qualitàdella vita	• sa definire l'atteggiamento, le motivazioni, i bisogni • sa individuare le componenti degli atteggiamenti • sa individuare i bisogni della scala di Maslow • sa definire che cos e lamotivazione al lavoro
E' in grado di capire con quali comportamenti gli esseri umani si distinguono esi differenziano gli uni dagli altri	1. la PNL per comunicare meglio con gli altri 2. I metaprogrammi percomprendere i meccanismi che	-Attività dal libro di testo -Simulazioni e role playing -Problem solving -Ricerca di informazioni dal web anche in riferimento al	• Sa modificare il proprio comportamento aseconda della situazione e della tipologia dell'	• sa definire la PNL • sa definire i filtri della PNL • sa che cosa si intendeper sistema rappresentazionale

	regolano il comportament o	progetto didattico-educativodi istituto sull'educazione -Utilizzo laddove è possibile del laboratorio multimediale	interlocutore	• sa definire i clienti secondo i sistemi rappresentazional i • sa definire i metaprogramm i
E'in grado esprimere in modo costruttivo, riconosceree gestire le proprie emozioni	1. La differenza tra il comportamento aggressivo, passivo e assertivo	-Attività dal libro di testo -Simulazioni e role playing -Problem solving -Ricerca di informazioni dal web anche in riferimento al progetto didattico-educativodi istituto sull'educazione -Utilizzo laddove è possibile del laboratorio multimediale	• Sa individuare come instaurare relazioni interpersonali in modo collaborativo in cui il successo di uno corrisponde al successo dell'altro	• Sa definire che cosa si intende per comportamento assertivo, qual è la differenza fra stile aggressivo ,assertivo, passivo, quali sono le tecniche della comunicazione assertiva
E' in grado di comprendere come facilitare il processo di persuasione degli interlocutori	1. La differenza fra comunicazione diadica e comunicazione di gruppo 2. Le caratteristiche dellacomunicazione di gruppo	-Attività dal libro di testo -Simulazioni e role playing -Problem solving -Ricerca di informazioni dal web anche in riferimento al progetto didattico-educativodi istituto sull'educazione -Utilizzo laddove è possibile del laboratorio multimediale	• Sa che cosa fare e che cosa evitare quando si comunicain gruppo • sa che esistono tecniche per affrontare qualsiasi uditorio senza paura	• sa che esiste differenza fra comunicare in due e comunicare in gruppo • sa definire le regoledel comunicare in gruppo • sa definire la fase delrompighiaccio • sa capire che esistonostili da evitare e sa definirli • sa definire la tecnicadel possesso dello spazio fisico • sa definire la tecnicadel contatto visivo • sa definire la tecnicadell uso del

				LNV • sa che esiste la tecnicadel controllo dell‘ansia
E' in grado di capire l’importanza dell’aspetto	1. Il fattore umano inazienda	-Attività dal libro di testo -Simulazioni e role playing	• Sa capire che il personale si	• Sa definire quando unlavoratore dipendente

comunicazionale nell'organizzazione di impresa e di applicare le basidella comunicazione efficace		-Problem solving -Ricerca di informazioni dal web anche in riferimento al progetto didattico-educativodi istituto sull'educazione -Utilizzo laddove è possibile del laboratorio multimediale	trasforma in"risorsa"	diventa risorsa umana • sa individuare gli organigrammi di un'azienda • sa definire che cos'è il clima umano in un'azienda e come migliorarlo
E' in grado di capire che alla base della comunicazione aziendale ci deve essere la conoscenza dell'interlocutore	1. Il marketing e la comunicazione aziendale	-Attività dal libro di testo -Simulazioni e role playing -Problem solving -Ricerca di informazioni dal web anche in riferimento al progetto didattico-educativodi istituto sull'educazione -Utilizzo laddove è possibile del laboratorio multimediale	• Sa utilizzare metodologie appropriate per laconoscenza dei mercati	• sa definire che cos e il marketing e le tipologie di marketing • sa individuare nello studio dell'ambiente gli elementi previsti • sa definire le strategiedi marketing
E' in grado utilizzare i linguaggi e le strategie di un buon venditore	1. La tipologia del venditore	-Attività dal libro di testo -Simulazioni e role playing -Problem solving -Ricerca di informazioni dal web anche in riferimento al progetto didattico-educativodi istituto sull'educazione -Utilizzo laddove è possibile del laboratorio multimediale	• Sa individuare le caratteristiche delvenditore	• sa individuare le caratteristiche di unbuon venditore • sa quali sono le fasi della vendita

E’ in grado di utilizzare linguaggi e strategie per levarie tipologie di cliente	1. La tipologia del cliente	-Attività dal libro di testo -Simulazioni e role playing -Problem solving -Ricerca di informazioni dal web anche in riferimento al progetto didattico-educativodi istituto sull’educazione -Utilizzo laddove è possibile del laboratorio multimediale	• Sa individuare le caratteristiche delcliente	• sa individuare le tipologie di cliente • sa quali sono le motivazioni che inducono all’acquisto
E’ in grado di capire come si imposta e come si diffondeun messaggio pubblicitario	1. La comunicazione pubblicitaria e la sua efficacia	-Attività dal libro di testo -Simulazioni e role playing -Problem solving -Ricerca di informazioni dal web anche in riferimento al progetto didattico-educativodi istituto sull’educazione -Utilizzo laddove è possibile del laboratorio multimediale	• Sa impostare un messaggio pubblicitario e distinguere gli approcci richiesti daidiversi media	• sa che cosa si intende per pubblicità e quali sono gli elementi di base • sa come si costruisce una campagna pubblicitaria

E’ in grado di scrivere un curriculum vitae e una letteradi presentazione efficace	1. Le caratteristiche necessarie per inserirsinel mondo del lavoro	-Attività dal libro di testo -Simulazioni e role playing -Problem solving -Ricerca di informazioni dal web anche in riferimento al progetto didattico-educativodi istituto sull’educazione -Utilizzo laddove è possibile del laboratorio multimediale	• Sa riconoscere i diversi canali di ricerca del personale	• E’ in grado di scrivere un curriculum vitae e una lettera di presentazione
E’ in grado di rispondere correttamente alle domandedel selezionatore	1. I meccanismi psicologici che possono influenzare il colloquio di lavoro	-Attività dal libro di testo -Simulazioni e role playing -Problem solving -Ricerca di informazioni dal web anche in riferimento al progetto didattico-educativodi istituto sull’educazione -Utilizzo laddove è possibile del laboratorio multimediale	• Sa individuare le differenze fra le varie fasi del colloquio	• E’ in grado di rispondere alledomande del selezionatore