

ISTITUTO SUPERIORE "Carlo Alberto Dalla Chiesa"

Istituto Tecnico Tecnologico: Costruzioni, Ambiente e Territorio Informatica - Elettronica Automazione - Grafica e Comunicazione Istituto Professionale ind. Manutenzione ed Assistenza Tecnica Via Sicilia, 60 - 80021 Afragola (NA)



Cod Fiscale: 93076680631 - Cod. Mecc. NAIS13800C - NATD13801P (tecnico) - NARI138014 (professionale) - NATD138514 (serale) www.itsdallachiesa.edu.it - nais13800c@istruzione.it - nais13800c@pec.istruzione.it Tel. 0818527616 Fax 0818527616

CURRICOLO DI ISTITUTO

Parte Seconda Programmazione per competenze

A.S. 2020/2021

DIPARTIMENTO TECNOLOGICO PER L'INDIRIZZO "GRAFICA E COMUNICAZIONI"

ISTRUZIONE TECNICA

DOCUMENTO INTEGRANTE IL PTOF PER IL TRIENNIO 2019/2022

Scienze e Tecnologie Applicate - Grafica	3
Contenuti e Obiettivi di Apprendimento Primo Biennio	3
Obiettivi Minimi disciplinari	5
Progettazione multimediale	6
Contenuti e Obiettivi di Apprendimento Secondo Biennio e Quinto anno	6
Obiettivi Minimi disciplinari	14
Tecnologia dei processi di produzione	17
Contenuti e Obiettivi di Apprendimento Secondo Biennio e Quinto anno	17
Obiettivi Minimi disciplinari	19
Laboratori Tecnici Grafici	21
Contenuti e Obiettivi di Apprendimento Secondo Biennio e Quinto anno	21 21
Obiettivi Minimi disciplinari	25
Teoria della comunicazione	26
Contenuti e Obiettivi di Apprendimento Secondo Biennio	26 26
Obiettivi Minimi disciplinari	27
Organizzazione e gestione dei processi produttivi	29
Contenuti e Obiettivi di Apprendimento Quinto anno	29
Obiettivi Minimi disciplinari	30

SCIENZE E TECNOLOGIE APPLICATE - GRAFICA

CONTENUTI E OBIETTIVI DI APPRENDIMENTO

PRIMO BIENNIO

Codice	Competenze
C ₁	Individuare le strategie appropriate per la soluzione di problemi
C2	Osservare, descrivere ed analizzare fenomeni appartenenti alla realtà naturale e artificiale e riconoscere nelle varie forme i concetti di sistema e di complessità
C ₃	Essere consapevole delle potenzialità e dei limiti delle tecnologie nel contesto culturale e sociale in cui vengono applicate

Codice*	Abilità
A1	Riconoscere le proprietà dei materiali e le funzioni dei componenti
A2	Utilizzare strumentazioni, principi scientifici, metodi elementari di progettazione, analisi e calcolo riferibili alle tecnologie di interesse.
A3	Analizzare, dimensionare e realizzare semplici dispositivi e sistemi; analizzare e applicare procedure di indagine.
A4	Riconoscere, nelle linee generali, la struttura dei processi produttivi e dei sistemi organizzativi dell'area tecnologica di riferimento.

Secondo anno del primo biennio

UD	COMPETENZE*	ABILITÀ	CONOSCENZE	PERIODO
UD.1 ELEMENTI DI PSICOLOGIA DELLA FORMA	C1 C2	A1 A2	 Relatività dei concetti di colore, dimensione, forma. Realtà fisica e realtà percettiva. Interazione oggetto-campo : l'equilibrio visivo Il campo ottico e le sue leggi Rapporto dei colori con lo spazio : la profondità fenomenica. Il fenomeno dell'induzione antagonista Il contrasto simultaneo Le "dimensioni" del colore: tonalità, chiarezza, saturazione. La sintesi sottrattiva e la sintesi additiva Il colore nelle immagini digitali Il metodo RGB Il metodo CMYK L'instabilità percettiva: il fenomeno figura-sfondo Le superfici ambigue Le figure impensabili Le regole di organizzazione visiva o del raggruppamento Gli indizi pittorici della profondità Visione monoculare e percezione della tridimensionalità 	Settembre/Ottobre

			- ESERCIZI E QUESTIONARI	
UD 2 ARGOMENTI DI VISUAL DESIGN	C2	A2	 La modularità del campo visivo Il concetto di struttura Le textures La simmetria ESERCIZI E QUESTIONARI 	Novembre
UD 3 ELEMENTI DI STORIA DELLA COMUNICAZIONE	C ₃	A3	 Comunicare/Esprimere Invenzione ed evoluzione della scrittura La stampa e la cultura tipografica La cultura dei mass-media Dal segno al simbolo Il segno come scrittura Recupero del segno come significante Ritorno al simbolo ESERCIZI E QUESTIONARI 	Dicembre/Gennaio
UD 4 LA GRAFICA COMMERCIALE: IL MARCHIO		A2 A3	 Definizioni Funzioni del marchio Classificazione tipologica e formale Requisiti L'aspetto sintattico: coerenza formale Dal metaprogetto al prodotto Classificazione del marchio per aree merceologiche ESERCIZI E QUESTIONARI 	Febbraio
UD.5 COMUNICAZIONE ATTRAVERSO LA STAMPA	C ₃ C ₄	A3 A4	 Caratteristiche dello spazio tipografico Lettura e comprensione Fattori di leggibilità e tempi di lettura di un testo Forma e funzione del carattere tipografico Leggibilità del testo sullo schermo di un monitor Il lettering: classificazione, stili e famiglie dei caratteri L'aspetto semantico: rapporto fra segno calligrafico e referente. ESERCIZI E QUESTIONARI 	Marzo/Aprile
UD.6 L'IMPAGINAZIONE TIPOGRAFICA	C2 C4	A2 A4	 La Gabbia Grafica L'impaginazione classica, modulare, libera La struttura della gabbia La griglia, le colonne. Il timone, il menabò ESERCIZI E QUESTIONARI 	Maggio

NUCLEI FONDANTI	Contenuti	COMPETENZE VERIFICABILI
ARGOMENTI DI VISUAL DESIGN	II anno Primo biennio: - La modularità del campo visivo - Il concetto di struttura - Le textures - La simmetria - ESERCIZI E QUESTIONARI	Individuare le strategie appropriate per la soluzione di problemi.
LA GRAFICA COMMERCIALE: IL MARCHIO	 Definizioni Funzioni del marchio Classificazione tipologica e formale Requisiti L'aspetto sintattico: coerenza formale Dal metaprogetto al prodotto Classificazione del marchio per aree merceologiche ESERCIZI E QUESTIONARI 	
L'IMPAGINAZIO NE TIPOGRAFICA	 La Gabbia Grafica L'impaginazione classica, modulare, libera La struttura della gabbia La griglia, le colonne. Il timone, il menabò ESERCIZI E QUESTIONARI 	Essere consapevole delle potenzialità e dei limiti delle tecnologie nel contesto culturale e sociale in cui vengono applicate

PROGETTAZIONE MULTIMEDIALE

CONTENUTI E OBIETTIVI DI APPRENDIMENTO

SECONDO BIENNIO E QUINTO ANNO

Codice	Competenze
C1	individuare e utilizzare gli strumenti di comunicazione e di team working più appropriati per intervenire nei contesti organizzativi e professionali di riferimento
C2	identificare e applicare le metodologie e le tecniche della gestione per progetti
С3	progettare e realizzare prodotti di comunicazione fruibili attraverso differenti canali, scegliendo strumenti e materiali in relazione ai contesti d'uso e alle tecniche di produzione
C4	utilizzare pacchetti informatici dedicati
C5	progettare e gestire la comunicazione grafica e multimediale attraverso l'uso di diversi supporti
C6	progettare, realizzare e pubblicare contenuti per il web
C 7	redigere relazioni tecniche e documentare le attività individuali e di gruppo relative a situazioni professionali
C8	programmare ed eseguire le operazioni inerenti le diverse fasi dei processi produttivi
C 9	utilizzare e produrre strumenti di comunicazione visiva e multimediale, anche con riferimento alle strategie espressive e agli strumenti tecnici della comunicazione in rete

Codice*	Abilità 2° biennio
A1.1	Sperimentare nella ricerca grafica le potenzialità espressive del segno alfabetico e del colore.
A1.2	Riconoscere gli elementi storici, tipologici ed espressivi dei caratteri tipografici ed rielaborarli per la realizzazione di composizioni grafiche.
A1.3	Scegliere le applicazioni software e i dispositivi hardware per l'acquisizione e l'elaborazione di elementi comunicativi di base.
A1.4	Individuare i media per la comunicazione più efficace
A1.5	Scegliere modalità espressive in relazione all'efficacia e all' impatto visivo del prodotto
A1.6	Progettare, realizzare e presentare prodotti grafici, fotografici e video sulla base dell'analisi dei contenuti, del tipo di interazione con l'utenza e delle finalità comunicative

Codice*	Abilità 5° anno
A2.1	Progettare i prodotti della comunicazione grafica in funzione dei processi e delle tecniche di stampa.
A2.2	Ideare e realizzare prodotti per campagne pubblicitarie e/o di promozione.
A2.3	Ideare e realizzare prodotti visivi e audiovisivi.
A2.4	Progettare un sito o un prodotto cross-media incluse le interazioni con gli utenti.
A2.5	Utilizzare piattaforme per la collaborazione e condivisione di informazioni in rete.
A2.6	Rispettare le regole di usabilità, accessibilità e leggibilità dei siti web, seguendo le indicazioni degli organismi preposti al controllo della qualità della comunicazione

UD	COMPETENZE *	ABILITÀ inserire codice*	CONOSCENZE	PERIODO
UD 1 LA MULTIMEDIALIT A': CONCETTI FONDAMENTALI.	C1 C2 C3 C4 C5	A1.1 A1.2 A2.1 A2.5	 Mass media e new media: dall'analogico al digitale La multimedialità Multimedialità e ipertestualità Multimedialità e interattività Ipermedialità Gli strumenti della multimedialità Strumenti di registrazione; le memorie di massa Prodotti multimediali Presentazioni con cd e dvd interattivi Cataloghi digitali Grafica 3D e realtà virtuale Animazioni Prodotti video Videogiochi Esercizi Progetti grafici realizzati utilizzando i software del pacchetto adobe 	SETTEMBRE OTTOBRE
UD 2 MULTIMEDIALIT A': STORIA DEI LINGUAGGI	C1 C2 C3 C4	A1.1 A1.3 A1.6 A2.1 A2.5	Dalla scrittura alla tipografia: cenni storici - Evoluzione storica del carattere - L'alfabeto fonetico - La stampa - Esercizi - Progetti grafici realizzati utilizzando i software del pacchetto adobe. Il graphic design: cenni storici - Origini e sviluppo del design grafico - Esercizi - Progetti grafici realizzati utilizzando i software del pacchetto adobe. Cinema, audiovisivi e animazione: cenni storici - La rappresentazione artistica e fotografica del movimento - La cinematografia - L'animazione - Gli audiovisivi - I dati multimediali - Video, cinema, multimedialità ed effetti speciali Esercizi Dall'ipertestualità al web: cenni storici - La storia dell'ipertesto - Storia di internet - Esercizi	NOVEMBRE DICEMBRE
UD 3 PIANIFICAZIONE E SVILUPPO DELLA COMUNICAZIONE MULTIMEDIALE	C1 C2 C3 C4 C5	A1.3 A1.4 A1.5 A1.6 A2.1 A2.5 A2.6	Le figure professionali Le strutture professionali in rete Agenzia above the line Centro media Le agenzie below the line Le strutture legate alle nuove tecnologie Strutture di supporto alle agenzie Realtà professionali indipendenti Esercizi Progetti grafici realizzati utilizzando i software del pacchetto adobe. Dal brief alla proposta creativa Il punto di partenza è il briefing L'azienda La marca Il posizionamento	GENNAIO FEBBRAIO

			 Il settore di riferimento e la concorrenza Il target Il marketing mix Gli obiettivi Le strategie Il budget pubblicitario Seconda fase: creazione del gruppo di lavoro Terza fase: l'individuazione degli obiettivi Quarta fase: lo sviluppo del piano di comunicazione e del piano media. Esercizi Progetti grafici realizzati utilizzando i software del pacchetto adobe. 	
UD 4 IL METODO PROGETTUALE	C1 C2 C3 C4 C5 C6	A1.3 A1.4 A1.5 A1.6 A2.1 A2.2 A2.3 A2.4 A2.5 A2.6	Marchio e visual identity Il marchio La progettazione :regole basilari Lo sviluppo del marchio La carta intestata La busta Il biglietto da visita o commerciale Corporate identity e corporate image Esercizi Progetti grafici realizzati utilizzando i software del pacchetto adobe. L'annuncio pubblicitario L'annuncio pubblicitario Gli elementi dell'annuncio Composizioni e funzioni comunicative La composizione del messaggio: tensioni e forze visive Le funzioni del messaggio visivo Esercizi Progetti grafici realizzati utilizzando i software del pacchetto adobe. L'affissione Il manifesto	MARZO/ APRILE
UD.5 DALLA COMPOSIZIONE ALL'IMPAGINAZI ONE GRAFICA	C1 C2 C3 C4 C5 C6	A1.3 A1.4 A1.5 A1.6 A2.1 A2.2 A2.3 A2.4 A2.5 A2.6	 La progettazione Stampa e distribuzione La locandina Esercizi Le regole compositive Fondamenti di composizione grafico-visiva L'organizzazione percettiva La forma La struttura portante La griglia modulare Lo spazio Lo spazio virtuale La composizione dello spazio Le regole compositive Composizione ed immagine Esercizi Progetti grafici realizzati utilizzando i software del pacchetto adobe. Le regole impaginative Lo spazio, formato: proporzioni e sezione aurea I formati UNI della carta La gabbia Margini e colonne La gabbia per il web L'editoria Il progetto editoriale Pre-stampa e stampa 	MAGGIO/ GIUGNO

del pacchetto adobe.

UD	COMPETENZE*	ABILITÀ inserire codice*	CONOSCENZE	PERIODO
UD.1 PERCEZIONE ED APPLICAZIONI DEL COLORE	C3 C4 C2	A1.1 A1.2 A1.3 A1.4 A1.5 A1.6 A2.1 A2.2 A2.3 A2.4 A2.5 A2.6	 Il colore nella fisica I colori luce I colori pigmento Proprietà fisiche del colore La teoria del colore I contrasti cromatici Colore e psicologia I colori e la stampa La quadricromia La stampa offset La scala pantone Correzioni del colore Il colore nel web: la codifica esadecimale Normativa e tutela dell'ambiente e del territorio. Esercizi Progetti grafici realizzati utilizzando i software del pacchetto adobe 	SETTEMBRE
UD.2 IL LETTERING	C3 C4	A1.1 A1.2 A1.3 A1.4 A1.5 A1.6 A2.1 A2.2 A2.3 A2.4 A2.5 A2.6	 Il carattere: classificazioni. Classificazione dei caratteri da stampa La struttura del carattere Le aste Le grazie Il corpo del carattere Unità di misura dei caratteri Spessore ed inclinazione delle aste Il disegno del lettering Il contrasto Forma e controforma 	OTTOBRE NOVEMBRE
UD.3 GESTIONE DELL'IMMAGINE	C4 C5 C8 C6	A1.1 A1.2 A1.3 A1.4 A1.5 A1.6 A2.1 A2.2 A2.3 A2.4 A2.5 A2.6	La gestione dell'immagine L'immagine fotografica L'illustrazione Le immagini digitali Progettare con le immagini I formati standard dei file Formati per la stampa Formati per il web Esercizi Progetti grafici realizzati utilizzando i software del pacchetto adobe	DICEMBRE
UD.4 PROGETTAZIONE GRAFICA: - MARCHIO E VISUAL IDENTITY -L'ANNUNCIO PUBBLICITARIO	C3 C4 C5 C8 C6 C9	A1.3 A1.4 A1.5 A1.6 A2.1 A2.2 A2.3 A2.4 A2.5 A2.6	-Il marchio -La progettazione: regole basilari -Lo sviluppo del marchio -Immagine coordinata -La carta intestata -La busta -Il biglietto da visita o commerciale -Corporate identity e corporate image -Manuale di visual identity -Esercizi -Progetti grafici realizzati utilizzando i software del pacchetto adobe -L'annuncio pubblicitario -Gli elementi dell'annuncio -Composizione e funzioni comunicative	GENNAIO/ FEBBRAIO

-L'AFFISSIONE UD.5 IL	C8	A1.3 A1.4	-La composizione del messaggio: tensioni e forze visive -Le funzioni del messaggio visivo -Esercizi -Progetti grafici realizzati utilizzando i software del pacchetto adobe -Il manifesto -La progettazione -Stampa e distribuzione -La locandina -EserciziProgetti grafici realizzati utilizzando i software del pacchetto adobe - Introduzione - Movimento e percezione	MARZO/ APRILE
PRODOTTO AUDIOVISIVO		A1.5 A1.6 A2.1 A2.2 A2.3 A2.4 A2.5 A2.6	- L'audiovisivo: principi tecnici di base - La frequenza: fps - Risoluzione e dimensioni del quadro video - L'audiovisivo: il progetto - Dal brief al soggetto - Ritmo e tempi della narrazione - Sviluppo dell'audiovisivo - La pre-produzione - La sceneggiatura - Layout della sceneggiatura - La scenografia - Lo storyboard - La produzione - Le inquadrature - L'angolo di ripresa - Campo e fuori campo - Il punto di vista - La composizione - I movimenti della ripresa - La post-produzione - Il montaggio o editing - Il suono - L'animazione digitale - Il video: ambiti di applicazione - Il video curriculum - ESERCIZI PROGETTI GRAFICI REALIZZATI UTILIZZANDO I SOFTWARE DEL PACCHETTO ADOBE	
UD6. PROGETTAZIONE PER IL WEB	C6 C2	A1.3 A1.4 A1.5 A1.6 A2.1 A2.2 A2.3 A2.4 A2.5 A2.6	 Il Word Wide Web Progettare per il web Flusso di lavoro di un progetto web Mappa di un progetto web Fase pre-progettuale: brief, analisi e benchmarking Il documento guida e l'approvazione Fase progettuale Concetti di basic web design Come funziona il web I browser Introduzione al linguaggio html Il W3C Introduzione al concetto di accessibilità e usabilità Prodotti e servizi per il web Esercizi Progetti grafici realizzati utilizzando i software del pacchetto adobe 	MAGGIO/ GIUGNO

Quinto anno

UD	COMPETENZE*	ABILITÀ inserire codice*	CONOSCENZE	PERIODO
UD. 1 LA CAMPAGNA PUBBLICITARIA: LA COMUNICAZIONE PUBBLICITARIA	C2 C4	A1.3 A1.4 A1.5 A1.6 A2.1 A2.2 A2.3 A2.4 A2.5 A2.6	 La pubblicità commerciale Product advertising Corporate advertising (pubblicità istituzionale) Brand advertising La pubblicità non commerciale Comunicazione di parte Comunicazione imparziale progetti grafici realizzati utilizzando i software del pacchetto adobe. 	SETTEMBRE OTTOBRE
IL PIANO INTEGRATO DI COMUNICAZIONE			 Il piano integrato di comunicazione Copy strategy Lo sviluppo della promotion strategy Lo sviluppo del copy brief Dal copy brief al piano media progetti grafici realizzati utilizzando i software del pacchetto adobe. 	
ADVERTISING OFFLINE			 Comunicazione above the line La stampa Le affissioni Il cinema La radio La televisione Comunicazione below the line Il direct marketing Le promozioni Le sponsorizzazioni Le pubbliche relazioni progetti grafici realizzati utilizzando i software del pacchetto adobe. 	
LE NUOVE FRONTIERE DELLA COMUNICAZIONE PUBBLICITARIA			 Marketing emozionale Marketing esperienziale Marketing esperenziale nel punto vendita Marketing non convenzionale progetti grafici realizzati utilizzando i software del pacchetto adobe 	

UD. 2 PRINCIPI DI PACKAGING DESIGN: PACKAGING DALLA TECNOLOGIA AL PROGETTO	C2 C3 C4	A1.3 A1.4 A1.5 A1.6 A2.1 A2.2 A2.3 A2.4 A2.5 A2.6	 Le funzioni del packaging Packaging e marketing Immagini di marca e di prodotto Tipologie e materiali I materiali Case history: Tetra Pak Le informazioni obbligatorie Principi compositivi Packaging ecosostenibile:principi di ecodesign Case history:P.E.T. Engineering Progetti grafici realizzati utilizzando i software del pacchetto adobe. 	NOVEMBRE DICEMBRE
PACKAGING DESIGN			 Considerazioni preliminari Le fasi del progetto Il progetto 	
			 Packaging tra forma e design Il progetto del packaging cartotecnico L'etichetta Pack e nuove frontiere della comunicazione progetti grafici realizzati utilizzando i software del pacchetto adobe 	
UD. 3 IL PRODOTTO VIDEO TECNICHE DI BASE IL PRODOTTO VIDEO: TECNICHE DI RIPRESA E MONTAGGIO	C3 C4 C5	A1.3 A1.4 A1.5 A1.6 A2.1 A2.2 A2.3 A2.4 A2.5 A2.6	 Gli strumenti: macchina da presa o videocamera? Ottiche e inquadrature L'esposizione Illuminare la scena Tecniche di illuminazione La normativa Le licenze Creative Commons progetti grafici realizzati utilizzando i software del pacchetto adobe. 	GENNAIO/FE BBRAIO
VIDEOEDITING E PROGETTAZIONE			 La progettazione L'organizzazione La ripresa Indicazioni operative per le riprese La post-produzione Tecniche di ripresa e montaggio progetti grafici realizzati utilizzando i software del pacchetto adobe 	
			 Videoediting digitale Gli effetti La colonna sonora I titoli La finalizzazione Video marketing e video advertising Realizzazione di un prodotto multimediale Progettare un video infografica progetti video realizzati utilizzando i software del pacchetto adobe. 	

	1	T		1
UD. 4 PRINCIPI DI ANIMAZIONE DIGITALE: IL PRODOTTO DI ANIMAZIONE TECNICHE DI BASE IL PRODOTTO DI ANIMAZIONE: TUTORIAL E PROGETTAZIONE	C2 C4	A1.3 A1.4 A1.5 A1.6 A2.1 A2.2 A2.3 A2.4 A2.5 A2.6	 L'animazione: caratteristiche generali I fotogrammi Il ritmo Tecniche di animazione tradizionali L'animazione digitale L'animazione 2D L'animazione 3D Le fasi progettuali La pre-produzione La pre-produzione La post-produzione La post-produzione esercitazioni realizzate utilizzando il software adobe flash. Tutorial Esercitazione guidata1: creazione di un personaggio Esercitazione guidata 2: creazione di uno sprite Esercitazione guidata 3: sviluppo di un motion graphics 3D Progettazione Progettazione di uno spot: applicazione della tecnica di spot motion Progettazione di un banner animato. Animazione in formato gif con Adobe Photoshop esercitazione per la realizzazione di gif animate con i software del pacchetto adobe. 	MARZO/ APRILE
UD.5 ADVERTISING ONLINE IL WEB: TECNICHE E LINGUAGGI	C4 C5 C6	A1.3 A1.4 A1.5 A1.6 A2.1 A2.2 A2.3 A2.4 A2.5 A2.6	 Il nuovo consumatore postmoderno La cyber society Il sito Lo sviluppo della tribù: le azioni previste dalla classificazione GKS Le forme della web advertising Il banner Il video E-mail, newsletter, SMS e MMS Classified/Videodirectories Keywords/Search advertising Social media marketing progetti grafici realizzati utilizzando i software del pacchetto adobe il web 2.0 sito statico e sito dinamico il w3c il linguaggio html html e browser introduzione all'html progettazione della mappa concettuale interattiva per l'esame di stato. progetti grafici realizzati utilizzando i software adobe illustrator, indesign, adobe flash. 	MAGGIO/ GIUGNO

NUCLEI FONDANTI	CONTENUTI	COMPETENZE VERIFICABILI
	I anno Secondo biennio:	
	Dalla scrittura alla tipografia: cenni storici	
MULTIMEDIALITA': STORIA DEI LINGUAGGI	 Evoluzione storica del carattere L'alfabeto fonetico La stampa Esercizi Progetti grafici realizzati utilizzando i software del pacchetto adobe. Il graphic design: cenni storici 	
LINGUAGGI	 Origini e sviluppo del design grafico Esercizi Progetti grafici realizzati utilizzando i software del pacchetto adobe. 	Identificare e applicare le metodologie e le tecniche della gestione per progetti.
	Cinema, audiovisivi e animazione: cenni storici	
	 La rappresentazione artistica e fotografica del movimento La cinematografia L'animazione Gli audiovisivi I dati multimediali Video, cinema, multimedialità ed effetti speciali. Esercizi Dall'ipertestualità al web: cenni storici La storia dell'ipertesto Storia di internet Esercizi 	Utilizzare pacchetti informatici dedicati.
IL METODO PROGETTUALE	Marchio e visual identity - Il marchio - La progettazione :regole basilari - Lo sviluppo del marchio - La carta intestata - La busta - Il biglietto da visita o commerciale - Corporate identity e corporate image - Esercizi - Progetti grafici realizzati utilizzando i software del pacchetto adobe. L'annuncio pubblicitario - L'annuncio pubblicitario - Gli elementi dell'annuncio - Composizioni e funzioni comunicative - La composizione del messaggio: tensioni e forze visive - Le funzioni del messaggio visivo - Esercizi - Progetti grafici realizzati utilizzando i software del pacchetto adobe.	Progettare e gestire la comunicazione grafica e multimediale attraverso l'uso di diversi supporti
	L'affissione	

	1	
	- Il manifesto - La progettazione	
	- Stampa e distribuzione	
	- La locandina	
	Esercizi	
	II anno Secondo biennio	
IL LETTERING	 Il carattere: classificazioni. Classificazione dei caratteri da stampa La struttura del carattere Le aste Le grazie Il corpo del carattere Unità di misura dei caratteri Spessore ed inclinazione delle aste 	Identificare e applicare le metodologie e le tecniche della gestione per progetti.
	 Il disegno del lettering Il contrasto Forma e controforma 	Utilizzare pacchetti informatici dedicati.
	La gestione dell'immagine	
LA GESTIONE	 L'immagine fotografica L'illustrazione Le immagini digitali 	
DELL'IMMAGINE	 Progettare con le immagini I formati standard dei file Formati per la stampa Formati per il web Esercizi Progetti grafici realizzati utilizzando i software del pacchetto adobe 	Progettare e gestire la comunicazione grafica e multimediale attraverso l'uso di diversi supporti
LA CAMPAGNA		
PUBBLICITARIA:	V anno:	Identificare e applicare le
LA COMUNICAZIONE PUBBLICITARIA	 La pubblicità commerciale Product advertising Corporate advertising (pubblicità istituzionale) Brand advertising La pubblicità non commerciale Comunicazione di parte Comunicazione imparziale progetti grafici realizzati utilizzando i 	metodologie e le tecniche della gestione per progetti.
ADVERTISING OFFLINE	software del pacchetto adobe. - Comunicazione above the line - La stampa - Le affissioni - Il cinema - La radio	Progettare e realizzare prodotti di comunicazione fruibili attraverso differenti canali.
OTTENE	 La televisione Comunicazione below the line Il direct marketing Le promozioni 	Utilizzare pacchetti informatici dedicati.
	- Le sponsorizzazioni	Progettare e gestire la
	 Le pubbliche relazioni progetti grafici realizzati utilizzando i software del pacchetto adobe. 	comunicazione grafica e multimediale attraverso l'uso di diversi supporti.
	 Le funzioni del packaging Packaging e marketing Immagini di marca e di prodotto Tipologie e materiali I materiali Case history: Tetra Pak Le informazioni obbligatorie Principi compositivi 	Redigere relazioni tecniche e documentare le attività individuali e di gruppo relative a situazioni professionali

 Packaging ecosostenibile:principi di ecodesign Case history:P.E.T. Engineering Considerazioni preliminari Le fasi del progetto Il progetto Packaging tra forma e design Il progetto del packaging cartotecnico L'etichetta Pack e nuove frontiere della comunicazione progetti grafici realizzati utilizzando i software 	
--	--

TECNOLOGIA DEI PROCESSI DI PRODUZIONE

CONTENUTI E OBIETTIVI DI APPRENDIMENTO

SECONDO BIENNIO E QUINTO ANNO

Codice	Competenze
C ₁	Programmare ed eseguire le operazioni inerenti le diverse fasi dei processi produttivi
C2	Gestire progetti e processi secondo le procedure e gli standard previsti dai sistemi aziendali di gestione della qualità e della sicurezza
С3	Analizzare il valore, i limiti e i rischi delle varie soluzioni tecniche per la vita sociale e culturale con particolare riferimento alla sicurezza dei luoghi di vita e di lavoro, alla tutela della persona, dell'ambiente e del territorio
C4	Utilizzare i principali concetti relativi all'economia e all'organizzazione dei processi produttivi e dei servizi
C5	Redigere relazioni tecniche e documentare le attività individuali e di gruppo relative a situazioni professionali

Codice*	Abilità 2º biennio
A1.1	Scegliere il processo in funzione del prodotto da realizzare.
A1.2	Selezionare i materiali idonei alla realizzazione del prodotto.
A1.3	Stabilire il corretto flusso operativo di prestampa, stampa e poststampa.
A1.4	Applicare le nozioni di fisica necessarie alla selezione e gestione del colore
A1.5	Ottimizzare la riproduzione del suono.
A1.6	Individuare i parametri e gli standard di qualità del prodotto

Codice*	Abilità 5° anno
A2.1	Valutare la qualità e la conformità del prodotto finale.
A2.2	Individuare e risolvere problematiche di produzione relative ad un impianto o ad un prodotto.
A2.3	Analizzare i fabbisogni di materiali, servizi, attrezzature ed impianti necessari per la produzione
A2.4	Applicare le norme nazionali e comunitarie in relazione ai contesti e ai prodotti specifici.
A2.5	Utilizzare piattaforme per la collaborazione e condivisione di informazioni in rete
A2.6	Applicare la normativa sulla sicurezza negli ambienti di lavoro

UD	COMPETENZE*	ABILITÀ inserire codice*	CONOSCENZE	PERIODO
FONDAMENTI DI GEOMETRIA	c4 C1	A1.1 A1.3	L'isocaedro Il tetraedro Il tricondaedro Il frattale semplice La texture L'assonometria cavaliera	PRIMO

Curricolo di Istituto – Istruzione Tecnica	PARTE II	17

			L'assonometria monometrica	
U.D Creare un marchio e brand identity	c 4		Realizzazione di un marchio e relative versioni di leggibilità	PRIMO
La stampa offset PRIMA PARTE	C2	A1.1 A1.6	La litografia La stampa a immerione Il mettifoglio Il corpo macchina con basamento Il gruppo di cilindri I fianchi e le spalle	PRIMO
IL MONTAGGIO VIDEO PARTE PRIMA	C3	A1.1 A1.5	Il concetto di campo Le inquadrature e la luce Il triangolo di inquadratura fondamentale Il posizionamento delle luci Il concetto di scena Il concetto di controcampo Il concetto di piano sequnza Le attrezzature fondamentali Il carrello e la stadey cam Le macchine da presa nella storia del cinema	SECONDO
LA TECNICA DELLO STOP MOTION	C1 C3 C4	A.1.1 A1.2 A1.6	Introduzione alla tecnica Lo story board La scenotecnica Il concetto di scena Sceneggiatura Scenografia Il montaggio video Realizzazione di un book contententi i passaggi salienti Applicazione di un lavoro di gruppo	SECONDO

UD	COMPETENZE*	ABILITÀ inserire codice*	CONOSCENZE	PERIODO
IL PREVENTIVO DI STAMPA	C1 C2 C4	A1.1 A1.3 A1.6	I costi di produzione Le voci di spesa Le lastre tipografiche Le tecniche di stampa I costi delle lastre I costi dell'inchiostro I costi del taglio I costi della piegatura I costi del grafico I costi della carta e dei diversi formati	PRIMO
IL MONTAGGIO VIDEO PARTE SECONDA	C3	A 1.1 A1.5	Il concetto di campo Le inquadrature e la luce Il triangolo di inquadratura fondamentale Il posizionamento delle luci Il concetto di scena Il concetto di controcampo Il concetto di piano sequnza Le attrezzature fondamentali Il carrello e la stadey cam Le macchine da presa nella storia del cinema	PRIMO
BRAND IDENTITY	C1 C3 C4	A1.1 A1.2 A1.3	Ideazione di un marchio su traccia assegnata Biglietto da visita Brochure 15x30 cm a due cordonature	SECONDO

A1.6	Ripresa Fotografica immagini aziendali Realizzazione Stand 3d	
	Simulazione Evento	

^{*}Riportare il "Codice" della tabella superiore

Quinto anno

UD	COMPETENZE*	ABILITÀ inserire codice*	CONOSCENZE	PERIODO
La stampa digitale	C2	A2.1 A2.6	Il piano Gli inchiostri L'impatto sull'ambiente Il codice etico aziendale Le diverse procedure di riciclo	PRIMO
I flussi di lavoro	C2	A2.2 A2.6	L'ideazione Il catalogo di una mostra Layout La copertina Il workflow	PRIMO
Condivisione attraverso il web	C4	A2.4 A2.5	Introduzione Metaprogetto I servizi web Il cloud Le piattaforme condivise Internet e la pirateria Tutelarsi in rete	Secondo
La stampa offset PRIMA PARTE	C2	A2.2 A2.3 A2.6	La litografia La stampa a immersione Il mettifoglio Il corpo macchina con basamento Il gruppo di cilindri I fianchi e le spalle	Secondo

NUCLEI FONDANTI	CONTENUTI	COMPETENZE VERIFICABILI
Fondamenti della Geometria; La stampa Ofset; Il montaggio video.	I Anno Secondo biennio: La Texture; L'Assonimetria cavaliera; Le Tecniche di Stampa e i processi principali; I principali passaggi del montaggio video.	 C 1 Programmare ed eseguire le operazioni inerenti le diverse fasi dei processi produttivi C 3 Analizzare il valore, i limiti e i rischi delle varie soluzioni tecniche per la vita sociale e culturale con particolare riferimento alla sicurezza dei luoghi di vita e di lavoro, alla tutela della persona, dell'ambiente e del territorio
Il preventivo di stampa; Il montaggio video seconda parte; Brand Identity	II anno Secondo biennio: I Costi di produzione ; Le voci di spesa; Il concetto di campo; Le inquadrature ; La luce; Le attrezzature fondamentali	C4 Utilizzare i principali concetti relativi all'economia e all'organizzazione dei processi produttivi e dei servizi

Curricolo di Istituto – Istruzione Tecnica	PARTE II	19

La stampa digitale ; I flussi di lavoro; Condivisione Attraverso il web;	V anno: Gli inchiostri; L'Impatto sull'ambiente; Le diverse procedure di riciclo; Il catalogo di una mostra; I servizi web , internet e la pirateria.	A2.1 Valutare la qualità e la conformità del prodotto finale A2.5 Valutare la qualità e la conformità del prodotto finale.
--	---	--

LABORATORI TECNICI GRAFICI

CONTENUTI E OBIETTIVI DI APPRENDIMENTO

SECONDO BIENNIO E QUINTO ANNO

Codice	Competenze
C1	Progettare e realizzare prodotti di comunicazione fruibili attraverso differenti canali, scegliendo strumenti e materiali in relazione ai contesti d'uso e alle tecniche di produzione
C2	Utilizzare pacchetti informatici dedicati
C3	Progettare e gestire la comunicazione grafica e multimediale attraverso l'uso di diversi supporti
C4	Programmare ed eseguire le operazioni inerenti le diverse fasi dei processi produttivi
C5	Progettare, realizzare e pubblicare contenuti per il web
C6	Utilizzare e produrre strumenti di comunicazione visiva e multimediale, anche con riferimento alle strategie espressive e agli strumenti tecnici della comunicazione in rete
C 7	Identificare e applicare le metodologie e le tecniche della gestione per progetti

Codice*	Abilità 2° biennio
A1.1	Produrre file per i processi di stampa secondo le specifiche tecniche.
A1.2	Verificare e ottimizzare i file forniti per la stampa
A1.3	Stampare su supporti e materiali diversi.
A1.4	Verificare e ottimizzare i flussi per la produzione grafica e audiovisiva.
A1.5	Utilizzare i sistemi di comunicazione on-line
A1.6	Individuare e risolvere problematiche relative ai vari processi di stampa.
A1.7	Utilizzare simulatori e/o macchine da stampa.
A1.8	Effettuare ripresa e montaggio audio-video
A1.9	Utilizzare le sorgenti luminose in uso sui set di ripresa, nei teatri di posa e negli studi di produzione multimediale
A1.10	Valutare la qualità di uno prodotto su dati oggettivi strumentali.
A1.11	Applicare le norme per la sicurezza nei luoghi di lavoro

Codice*	Abilità 5° anno
A2.1	Realizzare siti web con l'integrazione di codici e linguaggi specifici.
A2.2	Effettuare riprese audiovisive.
A2.3	Creare animazioni 2D e 3D con software dedicati
A2.4	Utilizzare correttamente le attrezzature e software di input, archiviazione e output
A2.5	Realizzare autonomamente o in team un prodotto multimediale

UD	COMPETENZE*	ABILITÀ inserire codice*	CONOSCENZE	PERIODO
UD 1 FONDAMENTI DI GRAFICA VETTORIALE AL COREL DRAW		A1.10	introduzione: barra degli strumenti Menù a tendina, menu a comparsa I pittogrammi fondamentali La tavolozza dei colori e relativi pantoni il sistema relativo il sistema assoluto La griglia e la parametrizzazione La campitura La maschera e utilizzo del mouse La settorializzazione basilare Manifesto 1, 2, 3 e tavole tecniche (pantoni, font e griglie tecniche) Manifesto 4,5,6 e tavole tecniche (pantoni, font e griglie tecniche) Il volantino Il manifesto Il biglietto da visita Primi progetti editoriali multi pagine	PRIMO TRIMESTRE
UD 2 linguaggi GRAFICI BRAND IDENTITY		A1.5	Creazione di un marchio Versione positiva colore Versione negativa colore Prove di riduzione Il biglietto da visita La carta intestata L'editoria I gadget aziendali	SECONDO
UD 3 GLI ESPOSIMETRI	C4	A1.4	Leggere l'esposizione Criteri di sovra e sotto esposizione La profondità di campo Il mosso Lo sfocato La scia del movimento La regola dei terzi La scala dei diaframma La scala dei tempi	PRIMO TRIMESTRE
UD 4 GLI OBIETTIVI	C4	A1.4 A1.9	Obiettivi normali, grandangolari, a lunga focale e zoom. Luminosità o apertura massima relativa. Utilizzo degli obiettivi a seconda delle caratteristiche. La prospettiva	SECONDO
UD.5 Prime esercitazioni di ripresa fotografica		A1.9 A1.10	Tema: la mappa tipografica nella citta' Tema 1.2 impaginazione su pdf rispetto al tema di riferimento Tema: il concetto di autunno Tema 2.2 realizzazione di un video rispetto al tema di riferimento Tema: ambiente e identita' Tema 3.3 prodotto editoriale con le foto del tema di riferimento (calendario)	PRIMO E SECONDO QUADRIMEST RE
UD.1 L'INVENZIONE DELLA FOTOGRAFIA Dalla "camera obscura" alle moderne attrezzature	C4	A1.2	dagherrotipo, il calotipo, il collodio umido e l'evoluzione degli apparecchi fotografici fino alla tecnologia digitale. NIEPCE DAGUERRE TALBOT SCOTT	PRIMO

UD	COMPETENZE*	ABILITÀ inserire codice*	CONOSCENZE	PERIODO
UD.1 LE PELLICOLE	C4	A1.2 A1.9	Struttura e caratteristiche principali delle pellicole: sensibilità cromatica: le pancromatiche sensibilità alla luce: scala ASA, DIN e ISO grana fotografica e gli elementi che la modificano potere risolutivo, acutanza	PRIMO
Ud.2 FILTRI PER IL BIANCO E NERO	C4	A1.9	Natura ottica dei filtri Scelta del filtro per pellicole in bianco e nero: filtri contrasto e filtri speciali (anti UV, ND, polarizzatori) Il fattore filtro	
Ud.3 IL FLASH A SLITTA	C4	A1.9 A1.2	Il fattore filtro I diversi tipi di filtro Schemi di utilizzo di un flash: a pioggia, a taglio, a raso e frontale. Ripresa in laboratorio di un controluce Ripresa a luce solare con flash a controluce Ripresa a luce naturale con flash a pioggia Ripresa a luce naturale con pannello riflettente e flash a pioggia	
UD.4 esercitazioni di ripresa fotografica	C4	A1.9 A1.8	tema: ombre e riflessi Realizzazione di cartoline con le foto oggetto del tema tema: punto linea e superficie Realizzazione di una mostra fotografica per l'openday tema: il video per il concorso giffoni Tematica sociale /ironica/ personale di 5 minuti	PRIMO E SECONDO QUADRIMESTRE
UD.5 IL DIRITTO DI IMMAGINE	C5 C7	A1.11	La liberatoria Il diritto costituzionale art 14 e 117 Il diritto della trasparenza Il diritto della privacy Il copywrite Il diritto di immagine su minori Il contratto di cessione per crediti Il fotogiornalismo per pubblica utilità	SECONDO QUADRIMESTRE

Quinto anno

UD	COMPETENZE*	ABILITÀ inserire codice*	CONOSCENZE	PERIODO
UD.1 Realizzazione di un sistema pittogrammatico di 8 personaggi	C5 C7	A1.5	Saper sintetizzare con forme visive il contenuto di un messaggio. Saper produrre immagini che siano coerenti dal punto di vista dello sviluppo e del contenuto. Capacità di riconoscere i nuclei tematici e gli elementi formali di un messaggio.	PRIMO QUADRIMESTRE

UD. 2 linguaggi multimediali modulo 1 Adobe/macromedi a Flash		A1.5 A1.10	Introduzione: barra degli strumenti Menù a tendina, menu a comparsa Le icone fondamentali L'Ipertesto clip by clip Realizzazione di una presentazione multimediale Realizzazione di una galleria fotografica Fondamenti di action script Realizzazione di un piccolo sito web Pubblicazione in rete delle esercitazioni prodotte Esercitazioni in laboratorio su traccia assegnata	PRIMO QUADRIMESTRE
UD 3 STORIA DELLA FOTOGRAFIA parte 1 UD 4 STORIA DELLA FOTOGRAFIA parte 2	C3	A1.9 A1.2	NIEPCE-DAGUERRE-TALBOT- MUYBRIDGE- NADAR-CAMERON- MAN RAY TEMI: IL PAESAGGIO IL RITRATTO LO SVILUPPO DELLA FOTOGRAFIA COME SERIE E. Weston Tina Modotti Mapperthope Still-life;	PRIMO
UD 5 STORIA DELLA FOTOGRAFIA parte 3 UD 6 STORIA DELLA FOTOGRAFIA parte 4	C3	A1.9 A1.2	E. Weston: Still-life; Nudo; Gruppo f/64. A. Adams: Il paesaggio. Il sistema zonale; Bibliografia di A. A. H. Cartier-Bresson: Il Report e il reportage; A. G Bragaglia Edgartone e la cinescopia Lo studio ermeneutico dei Mass Media Lewis hine August Sander Diane Arbus Doisneau Mario Giacomelli e il linguaggio del bianco e nero	SECONDO
UD 7 LA SICUREZZA SUI LUOGHI DI LAVORO	C5 C7	A1.11	I soggetti della sicurezza Il datore di lavoro Il responsabile della sicurezza Il progettista Il medico L'addetto alla sicurezza Gli eni preposti al controllo : ispesl, asl, vvf Il ruolo dell'inail La segnaletica informativa La segnaletica formativa	SECONDO

NUCLEI FONDANTI	CONTENUTI	COMPETENZE VERIFICABILI
	I anno Secondo biennio:	-
	II anno Secondo biennio:	-
	V anno:	-

TEORIA DELLA COMUNICAZIONE

CONTENUTI E OBIETTIVI DI APPRENDIMENTO

SECONDO BIENNIO

Codice	Competenze
C1	Utilizzare il patrimonio lessicale ed espressivo della lingua italiana secondo le esigenze comunicative nei vari contesti: sociali, culturali, scientifici, economici, tecnologici
C2	Utilizzare e produrre strumenti di comunicazione visiva e multimediale, anche con riferimento alle strategie espressive e agli strumenti tecnici della comunicazione in rete
C3	Individuare e utilizzare gli strumenti di comunicazione e di team working più appropriati per intervenire nei contesti organizzativi e professionali di riferimento
C4	Analizzare e monitorare le esigenze del mercato dei settori di riferimento

Codice*	Abilità 2º biennio
A1.1	Utilizzare i mezzi della comunicazione in funzione degli obiettivi della committenza e del target
A1.2	Analizzare le campagne di comunicazione e pubblicitarie nazionali e internazionali.
A1.3	Scegliere prodotti di comunicazione in base a criteri di coerenza, efficacia comunicativa, interattività e fattibilità tecnica
A1.4	Valutare le scelte comunicative dei progetti pubblicitari in rapporto agli obiettivi.
A1.5	Utilizzare il lessico e fraseologia di settore anche in lingua inglese.

UD	COMPETENZE*	ABILITÀ	CONOSCENZE	PERIODO
UD.o: Conoscenza della classe con autopresentazione orale Presentazione del Programma Somm.ne Test ingresso		A1.1	Test d'ingresso La Comunicazione: gli elementi della comunicazione e i linguaggi della comunicazione verbale e non verbale. Le funzioni linguistiche.	Settembre- Ottobre
UD.1. La dinamica del processo di comunicazione	-	A1.1 A1.2	I fondamenti della comunicazione umana Il modello cibernetico di spiegazione del processo comunicativo Il processo di codifica e decodifica del messaggio	Novembre- Dicembre-
UD.2: La pragmatica della comunicazione e il linguaggio corporeo		A1.1 A1.2	La pragmatica della comunicazione Il linguaggio non verbale corporeo Comunicare se stessi agli altri	Gennaio Febbraio-
UD.3: Percezione e comunicazione	C1 C2- C3	A1.1 A2	La percezione soggettiva della realtà La comunicazione visiva	Marzo- Aprile-

UD.4: La retorica dei linguaggi	C1 -C2 C4	A1.1 A1.2 A1.3	Il linguaggio verbale persuasivo La retorica del linguaggio visivo e multimediale Standard minimi	Maggio- Giugno
			Conoscenza essenziale dei nuclei tematici trattati	

U.D	COMPETENZE	ABILITA'	Conoscenze	Periodo	
U.D.1	C1-	A1.1	Ripasso del programma di terza e verifica	a Sett/Ott.	
Presentazione del	C2	A1.2	delle conoscenze		
Programma	C3	A1.3			
Somm.ne Test	C4	A1.4			
ingresso					
U.D.2	C1	A1.1	Il gruppo e le sue dinamiche	Ottobre/Novembre	
La capacità di	-C2	A1.2	Il gruppo efficace		
lavorare in gruppo	-C3	A1.3	La comunicazione efficace come " Life Skill"		
La comunicazione		A1.4	Il modello ecologico di comunicazione		
efficace a livello		A1.5	Gli errori comuni nell'ascolto e i		
interpersonale			suggerimenti per ben ascoltare		
			Il feedback		
U.D.3	C1	A1.1	Società e comunicazioni di massa	Dicembre/Gennaio	
Le comunicazioni	C2	A1.2	La storia e i linguaggi dei media		
di massa	C3	A1.3	Il cinema e il linguaggio cinematografico		
		A1.4	La televisione e il linguaggio televisivo		
77.0			Storia e funzione di internet	T111 ' /3 f	
U.D.4 Le	C1	A1.1	La comunicazione d'impresa e le sue finalità		
comunicazioni	C2	A1.2	Come relazionarsi sul lavoro con i tipi		
aziendali	C3	A1.3	difficili		
		A1.4	L'immagine aziendale		
U.D.5	C1	A1.5 A1.1	Il linguaggio del marketing L'agenzia pubblicitaria.	Aprile /Maggio	
La comunicazione	C1 C2	A1.1 A1.2	L' efficacia comunicativa di un messaggio	Aprile /Maggio Giugno	
pubblicitaria	C2 C3	A1.2 A1.3	pubblicitario	.o Giugiio	
pubblicitaria	C3 C4	A1.3 A1.4	L'evoluzione della comunicazione		
	V 4	A1.4 A1.5	Le fasi di una campagna pubblicitaria		
		111.5	Il briefing e la ricerca delle informazioni		
			La verifica dei risultati	ic informazioni	
			Le ultime tendenze pubblicitarie		
			Le ditine tendenze pubblicitaire		

Nuclei fondanti	Contenuti	COMPETENZE VERIFICABILI
La dinamica del processo di comunicazione. La pragmatica della comunicazione e il linguaggio corporeo	I anno Secondo biennio: La Comunicazione: gli elementi della comunicazione e i linguaggi della comunicazione verbale e non verbale. Le funzioni linguistiche	C1 C2 C3
La comunicazione efficace a livello interpersonale Le comunicazioni di massa	II anno Secondo biennio: Il gruppo e le sue dinamiche Il gruppo efficace Come relazionarsi sul lavoro con i tipi difficili	C1 C2 C3

Curricolo di Istituto – Istruzione Tecnica
--

	L'immagine aziendale	
La comunicazione	Il linguaggio del marketing	
pubblicitaria	L'agenzia pubblicitaria	
	L'evoluzione della comunicazione	

CONTENUTI E OBIETTIVI DI APPRENDIMENTO

QUINTO ANNO

Codice	Competenze
C1	Gestire progetti e processi secondo le procedure e gli standard previsti dai sistemi aziendali digestione della qualità e della sicurezza
C2	Analizzare e monitorare le esigenze del mercato dei settori di riferimento
C3	Identificare e applicare le metodologie e le tecniche della gestione per progetti
C4	Individuare e utilizzare gli strumenti di comunicazione e di team working più appropriati per intervenire nei contesti organizzativi e professionali di riferimento
C5	Utilizzare pacchetti informatici dedicati

Codice*	Abilità 5° anno					
A2.1	Individuare le caratteristiche fondamentali dell'organizzazione di un'azienda grafica o audiovisiva.					
A2.2	Documentare gli aspetti organizzativi ed economici di un'attività produttiva					
A2.3	Interpretare e risolvere le problematiche produttive, gestionali e commerciali.					
A2.4	Elaborare il flussogramma operativo relativo alla realizzazione di un prodotto grafico o audiovisivo.					
A2.5	Coordinare le diverse fasi di produzione in coerenza con la pianificazione e programmazione della commessa.					
A2.6	Interagire con le figure professionali operanti nelle diverse fasi di realizzazione del prodotto.					
A2.7	Gestire tempi, metodi e costi di segmenti produttivi nell'ambito di una struttura industriale o di una impresa artigiana.					
A2.8	Elaborare un preventivo di spesa in base ai costi aziendali.					
A2.9	Applicare i principi e le norme di igiene e sicurezza nei luoghi di lavoro.					

Quinto anno

UD	COMPETENZE*	ABILITÀ inserire codice*	CONOSCENZE	PERIODO
UD 1 L'AZIENDA	C1 C2 C5	A2.1 A2.2 A2.3	 Nascita delle aziende. Tipi di aziende: secondo il fine a cui tendono secondo i gradi di sviluppo e secondo la natura del soggetto secondo la forma giuridica società di persone società di capitale Funzioni d'Impresa-Alta Definizione. 	PRIMO BIMESTRE
UD 2 ORGANIZZAZIONE DELL'AZIENDA	C1 C2 C3 C5	A2.4 A2.5 A2.6	 Organigramma. Classificazione delle Aziende Grafiche - su commessa -editoriali - per modelli non editoriali -per processo continuo 	SECONDO BIMESTRE

UD 3 ORGANIZZAZIO NE DEI PROCESSI PRODUTTIVI	C2 C3 C4 C5	A2.7 A2.8 A2.9	 Il capitale e i fattori produttivi - capitale sociale, capitale di cessione, capitale di liquidazione e funzionamento. Finanziamento -con vincoli di credito e vincoli di capitale leasing. I Costiammortamento -interesse di computo -costi costanti, costi variabili, costo a copiaCosto ora Nucleo Produttivo I Ricavibolla d'accompagnamento DDT 	TERZO BIMESTRE
UD 4 L'AZIENDA E IL MERCATO GRAFICO	C1 C2 C3 C4 C5	A2.7 A2.8 A2.9	 Entipologia dello stampato - classificazione degli stampati - domanda, offerta e prezzo di vendita L'Amministrazione l'inventario. GESTIONE DEI PROCESSI PRODUTTIVI 	QUARTO BIMESTRE

NUCLEI FONDANTI	CONTENUTI	COMPETENZE VERIFICABILI
L'AZIENDA	V anno - Nascita delle aziende.	Gestire progetti e processi secondo le procedure e gli standard previsti
	- Tipi di aziende: -secondo il fine a cui tendono -secondo i gradi di sviluppo e secondo la natura del soggetto -secondo la forma giuridica -società di	dai sistemi aziendali di gestione della qualità e della sicurezza.
ORGANIZZAZIONE	persone -società di capitale - Funzioni d'Impresa - Alta Definizione Organigramma.	Utilizzare pacchetti informatici dedicati.
DELL'AZIENDA	Classificazione delle Aziende Grafiche -su commessa - editoriali -per modelli non editoriali -per processo continuo	