



ISTITUTO D'ISTRUZIONE SUPERIORE

ISTITUTO TECNICO STATALE COMMERCIALE, per GEOMETRI e P.A.C.L.E. "Contardo Ferrini"
ISTITUTO PROFESSIONALE STATALE per SERVIZI COMMERCIALI, TURISTICI e della PUBBLICITA' "Leopoldo Franzosini"
VERBANIA

PIANO DI LAVORO

A.S. 2009 /10

"C. Ferrini"

- Progetto E.R.I.C.A.
- Progetto Mercurio
- Progetto Cinque

- Liceo Tecnico Attività Gestionali
- Liceo Tecnico Costruzioni

"L. Franzosini"

- Biennio Comune
- Biennio grafico pubblicitario
- Monoennio: Gestione aziendale
 Turistico
 Grafico pubblicitario
- Post qualifica:
 - Gestione aziendale
 - Turistico
 - Grafico pubblicitario

Disciplina: Disegno Grafico

Classe: 3[^]

Sezione: B

Data: 26/11/09

C. TAVOLA DI PROGRAMMAZIONE

Disciplina: Disegno grafico		Classe: 3^a Sez. B	
Modulo n°1 Titolo: Il testo e l'immagine – progettare la veste grafica di un CD musicale			
Trimestre: I		Tempi previsti: 20 h	
PREREQUISITI	<ul style="list-style-type: none"> • Conoscere i codici della comunicazione visiva. • Conoscere la metodologia esecutiva (iter progettuale) e le tecniche di realizzazione del progetto grafico. • Conoscere le parti fondamentali che compongono la lettera alfabetica, le peculiarità di un carattere e di una famiglia di caratteri. • Capacità d'ascolto e di applicazione. 		
CONTENUTI	<ul style="list-style-type: none"> • Studio di copertine di cd esistenti e del cd scelto, studio del packaging, studio del raster (gabbia impaginativa) del letterino, iter progettuale completo, dal bozzetto al finish layout. • Progettazione e realizzazione della veste grafica di un cd musicale a scelta dello studente. • Realizzare la veste definitiva (finish layout) relativa al coordinato grafico del CD musicale utilizzando i software Adobe Photoshop e Macromedia FreeHand. (mod 8) 		
OBIETTIVI			
CONOSCENZE		COMPETENZE	
<ul style="list-style-type: none"> • Conoscere le richieste espresse in un "brief" leggendole e traducendole in pratica. • Conoscere la gestione degli spazi. • Conoscere come impaginare un testo ed un'immagine in un formato dato, applicando le formule più semplici. • Conoscere come ideare un'immagine attraverso la tecnica ritenuta più idonea al fine della comunicazione dei contenuti. • Conoscere le proprie abilità grafiche e creative. • Conoscere il senso dell'originalità e dell'elaborazione personale. • Conoscere come conseguire in itinere una crescente metodologia progettuale da contesti semplici ad altri più complessi. 		<ul style="list-style-type: none"> • Saper leggere e tradurre in pratica le richieste espresse in un "brief". • Saper usare la gestione degli spazi. • Saper impaginare un testo ed un'immagine in un formato dato, applicando le formule più semplici. • Saper ideare un'immagine attraverso la tecnica ritenuta più idonea al fine della comunicazione dei contenuti. • Essere in grado di migliorare le proprie abilità grafiche e creative. • Saper sviluppare il senso dell'originalità e dell'elaborazione personale. • Saper acquisire in itinere una crescente metodologia progettuale da contesti semplici ad altri più complessi. 	
METODOLOGIE E STRUMENTI UTILIZZATI			
<input checked="" type="checkbox"/> Lezione frontale <input checked="" type="checkbox"/> Lezione interattiva Lavoro di gruppo <input checked="" type="checkbox"/> Altro Testo adottato e libri di consultazione, strumenti tradizionali del disegno, utilizzo di materiale esemplificativo, caso problem solving (progetto).		Interrogazione orale Tema o problema Prova strutturata Prova semistrutturata Questionario Relazione Esercizi <input checked="" type="checkbox"/> Valutazione degli elaborati grafici svolti in itinere e del prototipo del progetto	

Disciplina: Disegno grafico		Classe: 3[^] Sez. B	
Modulo n°2 Titolo: Restyling di una pagina pubblicitaria			
Trimestre: I		Tempi previsti: 15 h	
PREREQUISITI	<ul style="list-style-type: none"> • Conoscere in modo blando alcuni principi del mercato (target, prodotto) • Capacità d'ascolto e di applicazione. • Abilità grafiche e creative. 		
CONTENUTI	<ul style="list-style-type: none"> • Scegliere una pagina pubblicitaria. • Analizzare la sua impaginazione e gli elementi compositivi. • La scelta della gabbia d'impaginazione. • Successivamente cercare di destrutturare l'impostazione originale proponendo, seguendo l'iter proposto, un nuovo criterio di disposizione degli elementi grafici mantenendo però gli stessi caratteri tipografici e lo stesso visual. • L'esecutivo dovrà conservare la relazione tra l'offerta proposta e la componente grafica, informativa e allusiva già comunicata. 		
OBIETTIVI			
CONOSCENZE		COMPETENZE	
<ul style="list-style-type: none"> • Conoscere le gabbie per l'impaginazione adeguate al formato.. • Comprendere come destrutturare il messaggio originale e come proporre un nuovo criterio di disposizione mantenendo gli elementi originali (visivi e verbali). • Comprendere come questi elementi debbano comunque rispettare la strategia comunicativa del messaggio originale. • Conoscere gli equilibri e i pesi negli spazi pubblicitari. • Sviluppare competenze creative e acquisire crescenti abilità grafiche, sviluppare il senso dell'originalità e dell'elaborazione personale. • Conoscere come disporre elementi che compongono l'informazione creando giusti rapporti tra testo e immagini e tra pieni e vuoti. 		<ul style="list-style-type: none"> • Saper utilizzare con creatività ma con metodo le gabbie per l'impaginazione. • Saper destrutturare il messaggio originale e saper proporre un nuovo criterio di disposizione mantenendo gli elementi originali (visivi e verbali). • Saper usare questi elementi rispettando la strategia comunicativa del messaggio originale. • Saper usare gli equilibri e i pesi negli spazi pubblicitari. • Essere in grado di mettere in atto le proprie competenze creative, le abilità grafiche, il senso dell'originalità e dell'elaborazione personale. • Essere in grado di organizzare elementi che compongono l'informazione creando giusti rapporti tra testo e immagini e tra pieni e vuoti. 	
METODOLOGIE E STRUMENTI UTILIZZATI			
<input checked="" type="checkbox"/> Lezione frontale <input checked="" type="checkbox"/> Lezione interattiva Lavoro di gruppo <input checked="" type="checkbox"/> Altro Testo adottato e libri di consultazione, strumenti tradizionali del disegno, utilizzo di materiale esemplificativo, caso problem solving (progetto).		Interrogazione orale Tema o problema Prova strutturata <input checked="" type="checkbox"/> Prova semistrutturata Questionario Relazione Esercizi <input checked="" type="checkbox"/> Valutazione degli elaborati grafici svolti in itinere e del prototipo del progetto	

Disciplina: Disegno grafico		Classe: 3^a Sez. B	
Modulo n°3 Titolo: La pagina pubblicitaria			
Trimestre: II		Tempi previsti: 20 h	
PREREQUISITI	<ul style="list-style-type: none"> • Conoscere le regole della composizione dello stampato (gabbie/formati), lettering, visual. • Essere in grado di organizzare elementi che compongono l'informazione creando giusti rapporti tra testo e immagini e tra pieni e vuoti. • Conoscere in modo blando alcuni principi del mercato (target, prodotto). • Capacità d'ascolto e di applicazione. • Abilità grafiche e creative. 		
CONTENUTI	<ul style="list-style-type: none"> • La pagina pubblicitaria. • Data un'immagine di un'opera d'arte, si chiede di utilizzarla (anche rielaborandola) per progettare una pagina pubblicitaria e la sua comunicazione per un prodotto a scelta. • La scelta della gabbia d'impaginazione. • Realizzare il definitivo (finish layout) relativo all'annuncio pubblicitario utilizzando i software Adobe Photoshop e Macromedia FreeHand. (mod 8). 		
OBIETTIVI			
CONOSCENZE		COMPETENZE	
<ul style="list-style-type: none"> • Conoscere le problematiche tecniche e le funzioni comunicative relative alla progettazione della pagina pubblicitaria. • Comprendere come studiare, analizzare e interpretare un tema traducendolo in strategie comunicative da realizzarsi attraverso sintesi visive e verbali. • Conoscere le gabbie per l'impaginazione adeguate al formato. • Conoscere gli equilibri e i pesi negli spazi pubblicitari. • Sviluppare competenze creative e acquisire crescenti abilità grafiche, sviluppare il senso dell'originalità e dell'elaborazione personale e saper leggere e tradurre in pratica le richieste espresse in un "brief". • Capacità di enfatizzare un concetto attraverso un uso appropriato di un carattere alfabetico, di grafismi e colori. 		<ul style="list-style-type: none"> • Sapere le problematiche tecniche e le funzioni comunicative relative alla progettazione della pagina pubblicitaria. • Saper come studiare, analizzare e interpretare un tema traducendolo in strategie comunicative da realizzarsi attraverso sintesi visive e verbali. • Saper utilizzare con creatività ma con metodo le gabbie per l'impaginazione . • Saper conoscere gli equilibri e i pesi negli spazi pubblicitari. • Essere in grado di mettere in atto le proprie competenze creative, le abilità grafiche, il senso dell'originalità e dell'elaborazione personale e saper leggere e tradurre in pratica le richieste espresse in un "brief". • Essere in grado di enfatizzare un concetto attraverso un uso appropriato di un carattere, di grafismi e colori. 	
METODOLOGIE E STRUMENTI UTILIZZATI			
<input checked="" type="checkbox"/> Lezione frontale <input checked="" type="checkbox"/> Lezione interattiva Lavoro di gruppo <input checked="" type="checkbox"/> Altro Testo adottato e libri di consultazione, strumenti tradizionali del disegno, utilizzo di materiale esemplificativo, caso problem solving (progetto).		Interrogazione orale Tema o problema Prova strutturata <input checked="" type="checkbox"/> Prova semistrutturata Questionario Relazione Esercizi <input checked="" type="checkbox"/> Valutazione degli elaborati grafici svolti in itinere e del prototipo del progetto	

Disciplina: Disegno grafico		Classe: 3^a Sez. B	
Modulo n°4 Titolo: Il manifesto			
Trimestre: II		Tempi previsti: 20 h	
PREREQUISITI	<ul style="list-style-type: none"> • Conoscere le regole della composizione dello stampato (gabbie/formati), lettering, visual. • Essere in grado di organizzare elementi che compongono l'informazione creando giusti rapporti tra testo e immagini e tra pieni e vuoti. • Conoscere in modo blando alcuni principi del mercato (target, prodotto). • Capacità d'ascolto e di applicazione. • Abilità grafiche e creative. 		
CONTENUTI	<ul style="list-style-type: none"> • Breve storia della grafica e della pubblicità. • Il manifesto. • La scelta della gabbia d'impaginazione e del formato. • La realizzazione del progetto (mostra, teatro, musica, pubblicità di un prodotto o servizio, ecc.). • Realizzare il definitivo (finish layout) relativo al manifesto utilizzando i software Adobe Photoshop e Macromedia FreeHand. (mod 8). 		
OBIETTIVI			
CONOSCENZE		COMPETENZE	
<ul style="list-style-type: none"> • Conoscere i momenti storici in cui si sono manifestate le varie forme di comunicazione pubblicitaria. • Conoscere le problematiche tecniche e le funzioni comunicative relative alla progettazione del manifesto. • Conoscenza degli elementi compositivi e formali specifici dello stampato studiato. • Conoscere le gabbie per l'impaginazione adeguate per questo formato. 		<ul style="list-style-type: none"> • Saper riconoscere in un manufatto grafico il genere e il periodo storico di appartenenza. • Saper studiare, analizzare e interpretare un tema traducendolo in strategie comunicative da realizzarsi attraverso sintesi visive e verbali. • Inserire i diversi elementi formali all'interno di uno spazio formato secondo criteri progettuali precisi e determinanti. • Saper utilizzare con creatività ma con metodo le gabbie per l'impaginazione adatte per questo formato. 	
METODOLOGIE E STRUMENTI UTILIZZATI			
<input checked="" type="checkbox"/> Lezione frontale <input checked="" type="checkbox"/> Lezione interattiva Lavoro di gruppo <input checked="" type="checkbox"/> Altro Testo adottato e libri di consultazione, strumenti tradizionali del disegno, utilizzo di materiale esemplificativo, caso problem solving (progetto).		Interrogazione orale Tema o problema Prova strutturata <input checked="" type="checkbox"/> Prova semistrutturata Questionario Relazione Esercizi <input checked="" type="checkbox"/> Valutazione degli elaborati grafici svolti in itinere e del prototipo del progetto	

Disciplina: Disegno grafico		Classe: 3[^] Sez. B	
Modulo n°5 Titolo: Il packaging			
Trimestre: II		Tempi previsti: 20 h	
PREREQUISITI	<ul style="list-style-type: none"> • Essere in grado di organizzare elementi che compongono l'informazione creando giusti rapporti tra testo e immagini e tra pieni e vuoti. • Capacità d'ascolto e di applicazione. • Abilità grafiche e creative. 		
CONTENUTI	<ul style="list-style-type: none"> • Il packaging. • La scelta della gabbia d'impaginazione e del formato. • La realizzazione del progetto (confezione per dei gadget di una mostra, teatro, concerto o contenente un prodotto). • Realizzare il definitivo (finish layout) relativo al dépliant utilizzando i software Adobe Photoshop e Macromedia FreeHand. (mod 8). 		
OBIETTIVI			
CONOSCENZE		COMPETENZE	
<ul style="list-style-type: none"> • Conoscere le problematiche tecniche e le funzioni comunicative relative alla realizzazione del elaborato grafico tipico della corporate image: il packaging. • Riconoscere quali elementi grafici sono significativi per la comunicazione e come applicarli nell'elaborato grafico proposto. • Conoscere le gabbie per l'impaginazione adeguate per questo formato. 		<ul style="list-style-type: none"> • Saper individuare le problematiche tecniche e le funzioni comunicative riguardanti il packaging. • Saper interpretare le esigenze comunicative di un'azienda, di un ente o di un prodotto traducendole in strategie di comunicazione visiva. • Saper scegliere elementi grafici significativi e saperli applicare nell'elaborato grafico proposto. • Saper utilizzare con creatività ma con metodo le gabbie per l'impaginazione adatte per questo formato. • Saper scegliere le tecniche e le procedure più idonee alla realizzazione del compito da svolgere. 	
METODOLOGIE E STRUMENTI UTILIZZATI			
<input checked="" type="checkbox"/> Lezione frontale <input checked="" type="checkbox"/> Lezione interattiva Lavoro di gruppo <input checked="" type="checkbox"/> Altro Testo adottato e libri di consultazione, strumenti tradizionali del disegno, utilizzo di materiale esemplificativo, caso problem solving (progetto).		Interrogazione orale Tema o problema Prova strutturata <input checked="" type="checkbox"/> Prova semistrutturata Questionario Relazione Esercizi <input checked="" type="checkbox"/> Valutazione degli elaborati grafici svolti in itinere e del prototipo del progetto	

Disciplina: Disegno grafico		Classe: 3[^] Sez. B	
Modulo n°6 Titolo: Lo spot			
Trimestre: III		Tempi previsti: 20 h	
PREREQUISITI	<ul style="list-style-type: none"> • Abilità grafiche e creative. • Capacità d'ascolto e di applicazione. 		
CONTENUTI	<ul style="list-style-type: none"> • Progettare uno spot pubblicitario. • Lo script. • La sceneggiatura. • Lo storyboard. • L'audio: il parlato, i rumori, la musica. 		
OBIETTIVI			
CONOSCENZE		COMPETENZE	
<ul style="list-style-type: none"> • Conoscere le problematiche tecniche e le funzioni comunicative relative alla realizzazione di uno spot pubblicitario. • Conoscere i vari passaggi per una realizzazione semplice ma adeguata al tipo di prodotto e alla comunicazione che si prestabilisce. 		<ul style="list-style-type: none"> • Saper individuare le problematiche tecniche e le funzioni comunicative riguardanti lo spot pubblicitario. • Saper mettere in atto i vari passaggi per una realizzazione semplice ma adeguata al tipo di prodotto e alla comunicazione che si prefissa. 	
METODOLOGIE E STRUMENTI UTILIZZATI			
<input checked="" type="checkbox"/> Lezione frontale <input checked="" type="checkbox"/> Lezione interattiva Lavoro di gruppo <input checked="" type="checkbox"/> Altro Testo adottato e libri di consultazione, strumenti tradizionali del disegno, utilizzo di materiale esemplificativo, caso problem solving (progetto).		Interrogazione orale Tema o problema Prova strutturata <input checked="" type="checkbox"/> Prova semistrutturata Questionario Relazione Esercizi <input checked="" type="checkbox"/> Valutazione degli elaborati grafici svolti in itinere	

Disciplina: Disegno grafico		Classe: 3[^] Sez. B	
Modulo n°7 Titolo: Il portfolio			
Trimestre: III		Tempi previsti: 13 h	
PREREQUISITI	<ul style="list-style-type: none"> • Abilità grafiche e creative. • Capacità d'ascolto e di applicazione. 		
CONTENUTI	<ul style="list-style-type: none"> • Progettare un portfolio, in particolare la sua copertina e le tavole d'intestazione dei singoli moduli, che contenga la propria produzione grafica realizzata durante l'anno scolastico. • Elaborare delle idee secondo i temi proposti. • La realizzazione del prodotto rilegato di tutti i moduli, compreso il presente. 		
OBIETTIVI			
CONOSCENZE		COMPETENZE	
<ul style="list-style-type: none"> • Conoscere le tecniche e le procedure (iter progettuale) per la realizzazione del progetto. • Conoscere il senso dell'originalità e dell'elaborazione personale. 		<ul style="list-style-type: none"> • Saper scegliere le tecniche e le procedure più idonee alla realizzazione del compito da svolgere. • Saper sviluppare il senso dell'originalità e dell'elaborazione personale. 	
METODOLOGIE E STRUMENTI UTILIZZATI			
<input checked="" type="checkbox"/> Lezione frontale <input checked="" type="checkbox"/> Lezione interattiva Lavoro di gruppo <input checked="" type="checkbox"/> Altro Testo adottato e libri di consultazione, strumenti tradizionali del disegno, utilizzo di materiale esemplificativo, caso problem solving (progetto).		Interrogazione orale Tema o problema Prova strutturata <input checked="" type="checkbox"/> Prova semistrutturata Questionario Relazione Esercizi <input checked="" type="checkbox"/> Valutazione degli elaborati grafici svolti in itinere e del prototipo del progetto	

Disciplina: Disegno grafico		Classe: 3^a Sez. B	
Modulo n°8 Titolo: Uso e gestione del software (con la collaborazione del C.F.P.)			
Trimestre: I – II – III		Tempi previsti: : tutto l'anno	
PREREQUISITI	<ul style="list-style-type: none"> • Conoscenza dei software di base della computer grafica. • Capacità d'ascolto e di applicazione. 		
CONTENUTI	<p>Utilizzando i software Adobe Photoshop e Macromedia FreeHand, ricreare la veste grafica definitiva (finish layout) relativa:</p> <ul style="list-style-type: none"> • al coordinato grafico del CD musicale realizzato nel modulo 1. • all'annuncio pubblicitario realizzato nel modulo 3. • al manifesto realizzato nel modulo 4. • al packaging realizzato nel modulo 5. 		
OBIETTIVI			
CONOSCENZE		COMPETENZE	
<ul style="list-style-type: none"> • Conoscere come assemblare e impaginare immagini fotografiche rielaborate con il software Photoshop. • Conoscere come potenziare le abilità realizzative tramite l'uso appropriato delle tecniche e degli strumenti di Photoshop e FreeHand. • Conoscere come abbinare in modo personalizzato ("creativo") gli elementi realizzati con tecniche grafico – pittoriche eterogenee e con gli strumenti dei software di computer grafica. • Conoscere come acquisire le competenze tecnico-pratiche al computer. 		<ul style="list-style-type: none"> • Saper assemblare e impaginare immagini fotografiche rielaborate con il software Photoshop. • Potenziamento delle abilità realizzative tramite l'uso appropriato delle tecniche e degli strumenti di Photoshop e FreeHand. • Saper abbinare in modo personalizzato ("creativo") elementi realizzati con tecniche grafico – pittoriche eterogenee e con gli strumenti dei software di computer grafica. • Saper acquisire competenze tecnico-pratiche al computer. 	
METODOLOGIE E STRUMENTI UTILIZZATI			
<input checked="" type="checkbox"/> Lezione frontale <input checked="" type="checkbox"/> Lezione interattiva Lavoro di gruppo <input checked="" type="checkbox"/> Altro Testo adottato e libri di consultazione, strumenti tradizionali del disegno, utilizzo di materiale esemplificativo, caso problem solving (progetto).		Interrogazione orale Tema o problema Prova strutturata Prova semistrutturata <input checked="" type="checkbox"/> Questionario <input checked="" type="checkbox"/> Relazione Esercizi <input checked="" type="checkbox"/> Valutazione del prototipo del progetto i svolto in laboratorio	

Disciplina: Disegno grafico		Classe: 3^a Sez. B	
Modulo n°9 Titolo: Prove pratiche			
Trimestre: I – II – III		Tempi previsti: tutto l'anno	
PREREQUISITI	<ul style="list-style-type: none"> • Capacità d'ascolto e di applicazione. • Abilità grafiche e creative. 		
CONTENUTI	<ul style="list-style-type: none"> • Esercizio n. 0 (mod 0): seguendo il percorso stabilito in maniera creativa e corretta si richiede la progettazione di un marchio e logo del prodotto fornito. • Esercizio n. 1: seguendo un percorso creativo e corretto si richiede la progettazione di un marchio e logo a scelta fra l'elenco fornito e la sua applicazione su una borsa di tela. • Esercizio n. 2: analisi dell' impaginazione e degli elementi compositivi e restyling di un manifesto esistente. • Esercizio n. 3: analisi dell' impaginazione e degli elementi compositivi e restyling di un packaging esistente. 		
OBIETTIVI			
CONOSCENZE		COMPETENZE	
<ul style="list-style-type: none"> • Conoscere le problematiche tecniche e le funzioni comunicative relative alla progettazione del marchio e l'immagine coordinata. • Conoscere come disporre elementi che compongono l'informazione creando giusti rapporti tra testo e immagini e tra pieni e vuoti. • Conoscere le tecniche e le procedure per la realizzazione del progetto. • Conoscere l'importanza delle richieste espresse in un "brief". 		<ul style="list-style-type: none"> • Saper interpretare le esigenze comunicative di un'azienda, di un ente o di un prodotto traducendole in strategie di comunicazione visiva. • Essere in grado di organizzare elementi che compongono l'informazione creando giusti rapporti tra testo e immagini e tra pieni e vuoti. • Saper scegliere le tecniche e le procedure più idonee alla realizzazione del compito da svolgere. • Saper leggere e tradurre in pratica le richieste espresse in un "brief". 	
METODOLOGIE E STRUMENTI UTILIZZATI			
<input checked="" type="checkbox"/> Lezione frontale <input checked="" type="checkbox"/> Lezione interattiva Lavoro di gruppo <input checked="" type="checkbox"/> Altro Testo adottato e libri di consultazione, strumenti tradizionali del disegno, utilizzo di materiale esemplificativo, caso problem solving (progetto).		Interrogazione orale Tema o problema Prova strutturata Prova semistrutturata Questionario Relazione Esercizi <input checked="" type="checkbox"/> Valutazione degli elaborati grafici svolti in itinere	

Disciplina: Disegno grafico		Classe: 3[^] Sez. B	
Modulo n°10 (di co-docenza): Disegno grafico – Tecnica fotografica Titolo: Fotografia ed illustrazione			
Trimestre: I – II – III		Tempi previsti: 1h / settimana	
PREREQUISITI	<ul style="list-style-type: none"> • Utilizzo dei principali strumenti grafici, capacità di progettazione, utilizzo dell'apparecchio fotografico. 		
CONTENUTI	<ul style="list-style-type: none"> • L'illustrazione nella sua evoluzione. • Le varie tipologie d'illustrazione e gli strumenti per realizzarle. • Progettazione e realizzazione di alcuni elaborati. 		
OBIETTIVI			
CONOSCENZE		COMPETENZE	
<ul style="list-style-type: none"> • Gli elementi delle illustrazioni; le tecniche per realizzarle; i principali programmi grafici e d'illustrazione. 		<ul style="list-style-type: none"> • L'alunno sa realizzare vari tipi di illustrazione usando strumenti e tecniche tradizionali e digitali. 	
METODOLOGIE E STRUMENTI UTILIZZATI			
Lezione frontale <input checked="" type="checkbox"/> Lezione interattiva <input checked="" type="checkbox"/> Lavoro di gruppo Altro		Interrogazione orale <input checked="" type="checkbox"/> Tema o problema Prova strutturata Prova semistrutturata Questionario <input checked="" type="checkbox"/> Relazione <input checked="" type="checkbox"/> Esercizi	

Disciplina: Disegno grafico		Classe: 3[^] Sez. B	
Modulo n°11 (di co-docenza): Disegno grafico – Storia dell'arte e della stampa Titolo: L'arte barocca La pittura del Seicento in Europa Il Primo Settecento: Il Rococò e il Vedutismo			
Trimestre: II – III		Tempi previsti: 30 h	
PREREQUISITI	<ul style="list-style-type: none"> • Conoscere la storia italiana ed europea della seconda metà del XVI secolo e della prima metà del XVII secolo. • Conoscere l'arte italiana della Controriforma e del Manierismo. • Conoscere l'arte classica greca e romana. • Conoscere il modulo precedente. • Conoscere la storia italiana ed europea del XVIII secolo. • Conoscere l'arte barocca italiana ed europea. • Capacità d'ascolto e di applicazione. • Abilità grafiche e creative. 		
CONTENUTI	<ul style="list-style-type: none"> • Introduzione: contesto storico – culturale; area geografica e cronologia, il significato del termine barocco • I linguaggi dell'arte: caratteristiche dell'architettura (con particolare riferimento alle morfologie architettoniche), della scultura e della pittura (con particolare riferimento ai generi minori: l'Accademia dei Carracci) • G.L.BERNINI: vita e formazione; Chiesa di Sant'Andrea al Quirinale , “Apollo e Dafne” , “David” , “Estasi di Santa Teresa”, “Baldacchino di San Pietro”. • F. BORROMINI: vita e formazione, Chiesa di San Carlo alle Quattro Fontane . • CARAVAGGIO: vita e formazione, “La morte della Vergine” , “Giuditta e Oloferne” , “La Vocazione di San Matteo”, “La Conversione di San Paolo”, “Canestro di frutta”. • Introduzione: contesto storico – culturale; area geografica e cronologia • P.P.RUBENS: vita e formazione, “Ritratto di Giovan Carlo Doria a cavallo” . • D. VELAZQUEZ: vita e formazione, “Ritratto di Innocenzo X”, “Las Meninas” . • REMBRANDT: vita e formazione, “La Ronda di notte” . • VERMEER: vita e formazione, “Ragazza con il turbante”, “Soldato con ragazza sorridente”. • Introduzione: contesto storico – culturale; area geografica e cronologia, il significato del termine rococò • I linguaggi dell'arte: caratteristiche dell'architettura (con particolare riferimento alle morfologie architettoniche), della scultura (con particolare riferimento allo stucco) e della pittura (con particolare riferimento alla veduta e alle scene di genere) 		

	<ul style="list-style-type: none"> • F. JUVARRA: vita e formazione, “Palazzina di caccia di Stupinigi” . • L. VANVITELLI: Reggia di Caserta. • G.B. TIEPOLO: vita e formazione, “Rinaldo abbandona Armida” . • J.H. FRAGONARD: “L’altalena”. • W. HOGARTH: “La mattina”; le “conversation piece” e le “tele in progress”. • P. LONGHI: “La modista” . • CANALETTO: “Il Bacino di San Marco il giorno dell’Ascensione” . • F. GUARDI: “Il Canale della Giudecca con Santa Marta”. <p>• Utilizzare le opere, o la sua scena essenziale , proposte dagli insegnanti come oggetto – contesto per progettare e creare delle comunicazioni pubblicitarie (pagina pubblicitaria riferita alla vendita di un prodotto o servizio, manifesto riferito ad una mostra – evento d’arte..)</p>
OBIETTIVI	
CONOSCENZE	COMPETENZE
<ul style="list-style-type: none"> • Conoscere la produzione artistica dei Carracci e di Caravaggio in pittura. • Conoscere la produzione artistica di Bernini e Borromini in architettura. • Conoscere i generi della pittura del Seicento: natura morta, pittura di genere, paesaggio e ritratto. • Conoscere e approfondire le trasformazioni urbanistiche e architettoniche. • Conoscere i generi della pittura del Seicento europeo: natura morta, pittura di genere, paesaggio e ritratto • Conoscere i principali esponenti della pittura europea del Seicento, in particolare la vita e le opere di Rubens, Rembrandt, Vermeer, Velazquez • Conoscere i caratteri specifici della produzione artistica rococò • Conoscere la produzione artistica di Tiepolo, Canaletto, Guardi, Juvarra, Vanvitelli, Hogarth, Longhi, Fragonard (con accenni a Watteau e Boucher). • Conoscere le problematiche tecniche e le funzioni comunicative relative alla progettazione della pagina pubblicitaria. • Comprendere come studiare, analizzare e interpretare un tema traducendolo in strategie comunicative da realizzarsi attraverso sintesi visive e verbali. 	<ul style="list-style-type: none"> • Riconoscer le diverse componenti stilistiche del Barocco: spettacolarità, stupore, dinamismo, prospettiva illusionistica. • Comprendere il significato di barocco come resoconto artistico del malessere conoscitivo del Seicento. • Acquisire termini ed espressioni specifiche. • Riconoscere le caratteristiche della pittura del Barocco in Spagna, in Olanda e nelle Fiandre • Comprendere le relazioni tra l'Italia e gli altri paesi europei • Acquisire termini ed espressioni specifiche • Comprendere il fenomeno della diffusione dell’arte italiana tramite l’attività di Tiepolo, Canaletto e Guardi • Comprendere la relazione di continuità tra Barocco, tardo Barocco e Rococò • Acquisire termini ed espressioni specifiche • Sapere le problematiche tecniche e le funzioni comunicative relative alla progettazione della pagina pubblicitaria. • Saper come studiare, analizzare e interpretare un tema traducendolo in strategie comunicative da realizzarsi attraverso sintesi visive e verbali.
METODOLOGIE E STRUMENTI UTILIZZATI	

<input checked="" type="checkbox"/> Lezione frontale <input checked="" type="checkbox"/> Lezione interattiva Lavoro di gruppo <input checked="" type="checkbox"/> Altro materiale fotografico, diapositive, supporti multimediali (cd e dvd), articoli tratti da riviste di settore.	<input checked="" type="checkbox"/> Interrogazione orale Tema o problema Prova strutturata <input checked="" type="checkbox"/> Prova semistrutturata Questionario Relazione <input checked="" type="checkbox"/> Esercizi
--	--

D. DESCRITTORI PREVISTI PER LA CERTIFICAZIONE FINALE DELLE COMPETENZE ACQUISITE NELL'ANNO SCOLASTICO

Modulo n° 1 Titolo: Il testo e l'immagine – progettare la veste grafica di un CD musicale
DESCRITTORI
<ul style="list-style-type: none"> • Saper leggere e tradurre in pratica le richieste espresse in un "brief". • Saper usare la gestione degli spazi. • Saper impaginare un testo ed un'immagine in un formato dato, applicando le formule più semplici. • Saper ideare un'immagine attraverso la tecnica ritenuta più idonea al fine della comunicazione dei contenuti. • Essere in grado di migliorare le proprie abilità grafiche e creative. • Saper sviluppare il senso dell'originalità e dell'elaborazione personale. • Saper acquisire in itinere una crescente metodologia progettuale da contesti semplici ad altri più complessi.

Modulo n°2 Titolo: Restyling di una pagina pubblicitaria
DESCRITTORI
<ul style="list-style-type: none"> • Saper utilizzare con creatività ma con metodo le gabbie per l'impaginazione. • Saper destrutturare il messaggio originale e saper proporre un nuovo criterio di disposizione mantenendo gli elementi originali (visivi e verbali). • Saper usare questi elementi rispettando la strategia comunicativa del messaggio originale. • Saper usare gli equilibri e i pesi negli spazi pubblicitari. • Essere in grado di mettere in atto le proprie competenze creative, le abilità grafiche, il senso dell'originalità e dell'elaborazione personale. • Essere in grado di organizzare elementi che compongono l'informazione creando giusti rapporti tra testo e immagini e tra pieni e vuoti.

--

Modulo n°3 Titolo: La pagina pubblicitaria

DESCRITTORI

- Sapere le problematiche tecniche e le funzioni comunicative relative alla progettazione della pagina pubblicitaria.
- Saper come studiare, analizzare e interpretare un tema traducendolo in strategie comunicative da realizzarsi attraverso sintesi visive e verbali.
- Saper utilizzare con creatività ma con metodo le gabbie per l'impaginazione .
- Saper conoscere gli equilibri e i pesi negli spazi pubblicitari.
- Essere in grado di mettere in atto le proprie competenze creative, le abilità grafiche, il senso dell'originalità e dell'elaborazione personale e saper leggere e tradurre in pratica le richieste espresse in un "brief".
- Essere in grado di enfatizzare un concetto attraverso un uso appropriato di un carattere, di grafismi e colori.

Modulo n°4 Titolo: Il manifesto

DESCRITTORI

- Saper riconoscere in un manufatto grafico il genere e il periodo storico di appartenenza.
- Saper studiare, analizzare e interpretare un tema traducendolo in strategie comunicative da realizzarsi attraverso sintesi visive e verbali.
- Inserire i diversi elementi formali all'interno di uno spazio formato secondo criteri progettuali precisi e determinanti.
- Saper utilizzare con creatività ma con metodo le gabbie per l'impaginazione adatte per questo formato.

Modulo n°5 Titolo: Il packaging

DESCRITTORI

- Saper individuare le problematiche tecniche e le funzioni comunicative riguardanti il packaging.
- Saper interpretare le esigenze comunicative di un'azienda, di un ente o di un prodotto traducendole in strategie di comunicazione visiva.
- Saper scegliere elementi grafici significativi e saperli applicare nell'elaborato grafico proposto.
- Saper utilizzare con creatività ma con metodo le gabbie per l'impaginazione adatte per questo formato.
- Saper scegliere le tecniche e le procedure più idonee alla realizzazione del compito da svolgere.

Modulo n°6 Titolo: Lo spot

DESCRITTORI

- Saper individuare le problematiche tecniche e le funzioni comunicative riguardanti lo spot pubblicitario.
- Saper mettere in atto i vari passaggi per una realizzazione semplice ma adeguata al tipo di prodotto e alla comunicazione che si determina.

Modulo n°7 Titolo: Il portfolio

DESCRITTORI

- Saper scegliere le tecniche e le procedure più idonee alla realizzazione del compito da svolgere.
- Saper sviluppare il senso dell'originalità e dell'elaborazione personale.

**Modulo n°8 Titolo: Uso e gestione del software
(con la collaborazione del C.F.P.)**

DESCRITTORI

- Saper assemblare e impaginare immagini fotografiche rielaborate con il software Photoshop.
- Potenziamento delle abilità realizzative tramite l'uso appropriato delle tecniche e degli strumenti di Photoshop e FreeHand.
- Saper abbinare in modo personalizzato ("creativo") elementi realizzati con tecniche grafico – pittoriche eterogenee e con gli strumenti dei software di computer grafica.
- Saper acquisire competenze tecnico-pratiche al computer.

Modulo n°9 Titolo: Prove pratiche

DESCRITTORI

- Saper interpretare le esigenze comunicative di un'azienda, di un ente o di un prodotto traducendole in strategie di comunicazione visiva.
- Essere in grado di organizzare elementi che compongono l'informazione creando giusti rapporti tra testo e immagini e tra pieni e vuoti.
- Saper scegliere le tecniche e le procedure più idonee alla realizzazione del compito da svolgere.
- Saper leggere e tradurre in pratica le richieste espresse in un "brief".

**Modulo n°10 (di co-docenza): Disegno grafico – Tecnica fotografica
Titolo: : Fotografia ed illustrazione**

DESCRITTORI

- L'alunno sa realizzare vari tipi di illustrazione usando strumenti e tecniche tradizionali e digitali.

Modulo n°11 (di co-docenza): Disegno grafico – Storia dell'arte e della stampa

Titolo: L'arte barocca

La pittura del Seicento in Europa

Il Primo Settecento: Il Rococò e il Vedutismo

DESCRITTORI

- Impiega correttamente i termini del lessico tecnico – specifico della disciplina.
- Ambienta storicamente la produzione artistica considerata.
- Conosce le caratteristiche materiali e formali delle opere considerate.
- Effettua una lettura completa delle opere studiate.
- Sapere le problematiche tecniche e le funzioni comunicative relative alla progettazione della pagina pubblicitaria.
- Saper come studiare, analizzare e interpretare un tema traducendolo in strategie comunicative da realizzarsi attraverso sintesi visive e verbali.