

ISTITUTO PROFESSIONALE STATALE PER I SERVIZI COMMERCIALI

INDIRIZZO
GRAFICA PUBBLICITARIA



INDIRIZZO
MODA

BERGAMO

Via Polaresco, 19 ☎ 035/250547 – 035/253492 – fax 035/4328401
Via Brembilla, 3 ☎ 035/4329780 – fax 035/264084
Cod. scuola **BGRC040009** / C.F. 80028350165
Http://www.istitutocaniana.it E-Mail caniana_ipcs@yahoo.com

PROGRAMMAZIONE DI SCIPLINARE: PROGETTAZIONE GRAFICA – classe Quarta

Classe IV	Modulo 1	RETORICA E PUBBLICITA'
Tempi: Settembre/Ottobre		
prerequisiti	Conoscenze • Conoscenza delle figure retoriche da applicare al messaggio pubblicitario	
	Competenze • Capacità di sintetizzare le figure retoriche e abilità metodologiche nella rappresentazione visiva	
Verifica dei prerequisiti: test di ingresso		
obiettivi	Conoscenze • Conoscere, classificare e distinguere le diverse figure retoriche.	
	Competenze • Individua e riconosce il significato comunicativo delle figure retoriche	
	Capacità • Applica le figure retoriche secondo criteri funzionali specifici e mirati in funzione comunicativa.	
contenuti	U.D. 1 Figure morfologiche, semantiche e sintattiche	
	U.D.2 Analisi di pubblicità che utilizzano figure retoriche	
	U.D.3 Progettazione di un manifesto con l'utilizzo di figure retoriche	
Verifica: scritto/grafico		
Recupero/approfondimento: è da svolgere in itinere o mediante attivazioni di corsi pomeridiani.		

Classe IV	Modulo 2	CREAZIONE DEL MESSAGGIO PUBBLICITARIO
Tempi: Novembre/Dicembre		
obiettivi	Conoscenze • Conoscere le diverse fasi operative e la consequenzialità di esse. • Conoscere la terminologia tecnica delle diverse fasi e fare i giusti collegamenti per riassumere e spiegare ciò che si realizzerà o si vuole realizzare.	
	Competenze • Applicare le conoscenze teoriche in situazioni reali attraverso metodologie operative corrette e specifiche.	
	Capacità • Impostare 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.	
contenuti	U.D. 1 Gli elementi costitutivi dell'annuncio pubblicitario	
	U.D.2 Analisi compositiva di un annuncio pubblicitario	
	U.D.3 Progettazione di un messaggio pubblicitario	
Verifica: scritto/grafico		

ISTITUTO PROFESSIONALE STATALE PER I SERVIZI COMMERCIALI

INDIRIZZO
GRAFICA PUBBLICITARIA



INDIRIZZO
MODA

BERGAMO

Via Polaresco, 19 ☎ 035/250547 – 035/253492 – fax 035/4328401
Via Brembilla, 3 ☎ 035/4329780 – fax 035/264084
Cod. scuola **BGRC040009** / C.F. 80028350165
Http://www.istitutocaniana.it E-Mail caniana_ipcs@yahoo.com

Recupero/approfondimento: è da svolgere in itinere o mediante attivazioni di corsi pomeridiani.

Classe IV	Modulo 3	PACKAGING
Tempi: gennaio/febbraio/marzo		
obiettivi	Conoscenze	
	<ul style="list-style-type: none"> • Conoscere le funzioni del packaging (contenere, proteggere, presentare, utilizzare) e il ruolo del designer nella sua definizione. • conoscere le problematiche e le metodologie riguardanti la struttura compositiva e la comunicazione della confezione. 	
	Competenze	
contenuti	<ul style="list-style-type: none"> • Saper sviluppare in modo coerente tutte le fasi della progettazione della grafica di una confezione a partire da un brief 	
	Capacità	
	<ul style="list-style-type: none"> • Sa produrre una soluzione progettuale di packaging, caratterizzata da pertinenza ed efficacia comunicativa 	
U.D. 1 Progettazione con visualizzazione di un packaging con bozzetti realizzati manualmente		
U.D.2 Realizzazione del layout utilizzando in modo appropriato i programmi dedicati alla rielaborazione delle immagini e alla impaginazione e realizzazione del copy		
Verifica: scritto/grafico		
Recupero/approfondimento: è da svolgere in itinere o mediante attivazioni di corsi pomeridiani.		

Classe IV	Modulo 4	STORY BOARD
Tempi: marzo/aprile/maggio		
obiettivi	Conoscenze	
	<ul style="list-style-type: none"> • Conosce a livello di base la struttura del messaggio pubblicitario televisivo • conosce le problematiche relative alla realizzazione di uno story board a partire da una sceneggiatura data. • conosce case history di spot pubblicitari 	
	Competenze	
contenuti	<ul style="list-style-type: none"> • Sa dedinare un semplice messaggio pubblicitario per la ideazione e realizzazione di uno spot 	
	Capacità	
	<ul style="list-style-type: none"> • Sa tradurre un soggetto in uno story board creando una comunicazione audiovisiva corretta nelle sequenze e nell'uso di immagini, suoni, parole, testi. 	
U.D. 1		
Analisi di alcuni story board		
U.D.2		
Progettazione dello story board con bozzetti realizzati manualmente		
U.D.3		
Realizzazione dei layout dello story board utilizzando i programmi di rielaborazione immagini e di impaginazione (photoshop, illustrator, flash)		
Verifica: scritto/grafico		
Recupero/approfondimento: è da svolgere in itinere o mediante attivazioni di corsi		

ISTITUTO PROFESSIONALE STATALE PER I SERVIZI COMMERCIALI

INDIRIZZO
GRAFICA PUBBLICITARIA



INDIRIZZO
MODA

BERGAMO

Via Polaresco, 19 ☎ 035/250547 – 035/253492 – fax 035/4328401
Via Brembilla, 3 ☎ 035/4329780 – fax 035/264084
Cod. scuola **BGRC040009** / C.F. 80028350165
Http://www.istitutocaniana.it E-Mail caniana_ipcs@yahoo.com

pomeridiani.

Classe IV	Modulo trasversale	TRASVERSALE
obiettivi	Conoscenze <ul style="list-style-type: none">• Conoscere la terminologia fondamentale e le funzioni base dei programmi specifici.	
	Competenze <ul style="list-style-type: none">• Utilizzare i programmi per acquisire abilità operative non solo manuali ma soprattutto logico-deduttive per ottenere prodotti validi sia a livello estetico che comunicativo.	
	Capacità <ul style="list-style-type: none">• Utilizzare il programma in maniera autonoma per creare soluzioni particolari e creative.	
contenuti	Software specifici per la progettazione : Photoshop, Illustrator, InDesign	

MODI – TEMPI - STRUMENTI

La metodologia adottata per lo svolgimento delle lezioni al fine di raggiungere gli obiettivi prefissati è la seguente:

- Comunicazione e spiegazione del tema progettuale da affrontare;
- Continua valutazione dello svolgimento del tema e comunicazione data di consegna del lavoro finito. (chiaramente a seconda della difficoltà del tema e dell'argomento trattato i tempi di consegna varieranno).

Per la parte teorica saranno utilizzati vari libri di grafica da analizzare tratti da riviste, dispense preparate personalmente e fotocopie.

Verrà costantemente usato il computer specialmente per la resa finale degli elaborati grafici.

VALUTAZIONE

(Criteri di valutazione e classificazione finale)

I criteri di valutazione adottati per una valutazione di tipo formativo sono:

- osservazione del lavoro svolto in classe;
- grado di interesse generale alla materia;
- motivazione e impegno;

Nella valutazione ai fini del voto quadrimestrale e della classificazione finale si terrà conto della valutazione delle singole verifiche e dei vari momenti di valutazione nonché della situazione di partenza, delle capacità sviluppate.

Nelle verifiche vengono adottati criteri di valutazione che vanno dalla precisione del lavoro svolto alla attendibilità del processo, alla consegna nei tempi stabiliti.

Criteri e modalità di verifica

Le verifiche saranno almeno due a quadrimestre. Le consegne delle tavole grafiche realizzate in classe sono considerate un ottimo strumento di valutazione nonché di verifica.

ISTITUTO PROFESSIONALE STATALE PER I SERVIZI COMMERCIALI

INDIRIZZO
GRAFICA PUBBLICITARIA



INDIRIZZO
MODA

BERGAMO

Via Polaresco, 19 ☎ 035/250547 – 035/253492 – fax 035/4328401
Via Brembilla, 3 ☎ 035/4329780 – fax 035/264084
Cod. scuola **BGRC040009** / C.F. 80028350165
Http://www.istitutocaniana.it E-Mail caniana_ipcs@yahoo.com

PROGRAMMAZIONE DI SCIPLINARE: PROGETTAZIONE GRAFICA – classe Quinta

Classe V	Modulo 1	NAMING
TEMPI: settembre, novembre		
prerequisiti	Conoscenze <ul style="list-style-type: none"> tecniche e strategie della denominazione industriale; le possibilità comunicative del nome e del marchio. Conosce il valore semiologico del marchio (significato, significante, referente, denotazione, connotazione) Conosce i vincoli legislativi e di copywrite del marchio Conosce le procedure di stilizzazione e astrazione segnica nella definizione di un marchio Conosce le regole grafiche per la progettazione di un marchio/ (caratteristiche del codice formale – percettivo e leggibilità) Applicazioni del logotipo e del marchio Effetti retorici nella comunicazione pubblicitaria 	
	Competenze <ul style="list-style-type: none"> Riconoscere e applicare le figure retoriche sia a livello verbale che visivo Progettare un logotipo e realizzarlo al computer con programma di disegno vettoriale 	
obiettivi	Conoscenze <ul style="list-style-type: none"> Definizione e tipologie di naming L'onomasiologia Case history 	
	Competenze <ul style="list-style-type: none"> Sa declinare un semplice messaggio pubblicitario per la ideazione e realizzazione di naming appropriato alla tipologia di messaggio/azienda Sa utilizzare le tecniche di visualizzazione manuali e informatiche per realizzare le fasi progettuali necessarie all'elaborato finale 	
	Capacità <ul style="list-style-type: none"> saper interpretare, rielaborare e collegare i messaggi della comunicazione pubblicitaria ed essere in grado di produrne di nuovi attraverso le conoscenze acquisite. 	
contenuti	<ul style="list-style-type: none"> U.D. 1 teoria: tecniche e strategie della denominazione industriale; le possibilità comunicative del nome e del marchio; il valore iconico del logotipo; analisi di case histories. U.D. 2 ideazione del naming per una brand image e/o una product image U.D. 3 applicazione del naming (logotipo, stampati coordinati interni ed esterni all'azienda, packaging – a scelta) 	
Verifica: scritto/grafico Valutazione del progetto grafico a partire da un brief fino al layout, compreso di relazione scritta		
Recupero/approfondimento: da svolgere in itinere o mediante attivazioni di corsi pomeridiani.		

ISTITUTO PROFESSIONALE STATALE PER I SERVIZI COMMERCIALI

INDIRIZZO
GRAFICA PUBBLICITARIA



INDIRIZZO
MODA

BERGAMO

Via Polaresco, 19 ☎ 035/250547 – 035/253492 – fax 035/4328401
Via Brembilla, 3 ☎ 035/4329780 – fax 035/264084
Cod. scuola **BGRC040009** / C.F. 80028350165
Http://www.istitutocaniana.it E-Mail caniana_ipcs@yahoo.com

Classe V	Modulo 2	L'IDENTITA' VISIVA DELL'AZIENDA
TEMPI: dicembre, marzo		
prerequisiti	Conoscenze <ul style="list-style-type: none"> • Applicazioni del logotipo e del marchio • Teorie di base del colore • Immagine coordinata di base • Tecniche e strategie della denominazione industriale • Effetti retorici nella comunicazione pubblicitaria • Nozioni del modulo 1 	
	Competenze <ul style="list-style-type: none"> • Saper applicare il colore secondo i contrasti di complementarità, ... • Progettare un logotipo e realizzarlo al computer con programma di disegno vettoriale • Realizzare un'immagine coordinata di base • Saper applicare gli effetti retorici nella comunicazione pubblicitaria 	
obiettivi	Conoscenze <ul style="list-style-type: none"> • Conosce i concetti generali della visual identity • applicazione delle strategie della denominazione industriale a casi pratici attraverso la produzione di elaborati grafici e scritti. • Case history 	
	Competenze <ul style="list-style-type: none"> • applicazione delle strategie della denominazione industriale a casi pratici attraverso la produzione di elaborati grafici e scritti. • Saper articolare il progetto di un marchio e lo sviluppo della visual identità, in modo coerente con il brief e con gli elementi caratterizzanti la marca • Saper produrre una soluzione grafica progettuale caratterizzata da pertinenza comunicativa e impatto visivo • Saper realizzare il progetto grafico di un marchio e dello sviluppo della identità visiva utilizzando correttamente ed efficacemente i codici visivi • Saper scegliere e utilizzare le tecniche tradizionali e i software dedicati per la realizzazione del progetto 	
	Capacità <ul style="list-style-type: none"> • applicare il concetto di visual identity a casi pratici • riconoscere corporate image, brand image e product image • applicare il colore da un punto di vista psicologico e percettivo • saper interpretare e rielaborare i messaggi della comunicazione pubblicitaria ed essere in grado di produrre di nuovi attraverso le conoscenze acquisite. 	
contenuti	<ul style="list-style-type: none"> • U.D.1 <ol style="list-style-type: none"> 1. approfondimento sul colore come forma di comunicazione e distintiva di un'azienda o prodotto; il colore da un punto di vista psicologico e della relazione con il prodotto. 2. concetto di visual identity; differenze tra corporate image, brand image e product image; case histories. • U.D.2 Progettazione naming, marchio e/o logotipo • U.D.3 ideazione e realizzazione grafica dell'identità visiva di un'azienda attraverso una campagna di comunicazione coordinata (interna ed esterna), utilizzando diverse tipologie di stampati tra cui una brochure, la pubblicità esterna e la progettazione del sito internet.) 	

ISTITUTO PROFESSIONALE STATALE PER I SERVIZI COMMERCIALI

INDIRIZZO
GRAFICA PUBBLICITARIA



INDIRIZZO
MODA

BERGAMO

Via Polaresco, 19 ☎ 035/250547 – 035/253492 – fax 035/4328401
Via Brembilla, 3 ☎ 035/4329780 – fax 035/264084
Cod. scuola **BGRC040009** / C.F. 80028350165
Http://www.istitutocaniana.it E-Mail caniana_ipcs@yahoo.com

<p>Verifica: scritto/grafico Valutazione del progetto grafico a partire da un brief fino al layout, compreso di relazione scritta</p>
<p>Recupero/approfondimento: da svolgere in itinere o mediante attivazioni di corsi pomeridiani.</p>

Classe V	Modulo 3	PUBBLICITA' ESTERNA: STATICA E DINAMICA
TEMPI: dicembre, marzo		
prerequisiti	<p>Conoscenze</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conosce le principali nozioni inerenti alle diverse tipologie pubblicitarie 	
	<p>Competenze</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sa riconoscere le differenze geometriche e comunicative inerenti alle diverse tipologie pubblicitarie • Essere in grado di realizzare comunicazioni visive attraverso la progettazione di manifesti e stampati 	
obiettivi	<p>Conoscenze</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conosce le caratteristiche tecniche dell'affissione statica e di quella dinamica, le tipologie, i formati, le concessionarie. I tempi ed i costi di esposizione • Conosce le peculiarità comunicative della produzione di messaggi per campagne di tipo commerciale e sociale. • Conosce le tipologie e le particolarità comunicative e compositive dei diversi mezzi e veicoli (esterni) • Conosce le problematiche e le metodologie riguardanti la declinazione comunicativa della campagna pubblicitaria con i diversi mezzi e veicoli (esterni) 	
	<p>Competenze</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sa interpretare gli obiettivi pubblicitari e le scelte strategiche • Definisce il format comunicativo a partire da un copy strategy • Comprendere il brief, individuando le caratteristiche dell'azione comunicativa richiesta e sui mezzi richiesti, articolando un percorso progettuale completo e coerente • progettazione di una campagna di comunicazione attraverso impianti esterni e pubblicità dinamiche. 	
	<p>Capacità</p> <ul style="list-style-type: none"> • Saper applicare gli elementi compositivi e comunicativi legati ai diversi mezzi/veicoli (esterni) • Saper utilizzare i codici e i linguaggi visivi (visual) e scritti (copy) della comunicazione, applicando i codici percettivi e compositivi • Saper produrre in tempi brevi una soluzione progettuale caratterizzata da pertinenza ed efficacia comunicativa (pertinenza agli obiettivi comunicativi ed impatto comunicativo) 	
contenuti	<ul style="list-style-type: none"> • U.D. 1 pubblicità esterna (affissioni comunali, impianti speciali — panchine, trespoli, manifesti, ecc-); pubblicità dinamica (vetture). • U.D. 2 realizzazione di una comunicazione pubblicitaria su un mezzo di trasporto pubblico. Verifica: scritta sulla parte teorica, grafica e pratica di laboratorio sulla parte grafica. Recupero/approfondimento in itinere al termine dell' U.D.. 	

ISTITUTO PROFESSIONALE STATALE PER I SERVIZI COMMERCIALI

INDIRIZZO
GRAFICA PUBBLICITARIA



INDIRIZZO
MODA

BERGAMO

Via Polaresco, 19 ☎ 035/250547 – 035/253492 – fax 035/4328401
Via Brembilla, 3 ☎ 035/4329780 – fax 035/264084
Cod. scuola **BGRC040009** / C.F. 80028350165
Http://www.istitutocaniana.it E-Mail caniana_ipcs@yahoo.com

Verifica: scritto/grafico

Valutazione del progetto grafico a partire da un brief fino al layout, compreso di relazione scritta

Recupero/approfondimento: da svolgere in itinere o mediante attivazioni di corsi pomeridiani.

Classe V	Modulo trasversale	TRASVERSALE
obiettivi	Conoscenze <ul style="list-style-type: none">• Conoscere la terminologia fondamentale e le funzioni base dei programmi specifici.	
	Competenze <ul style="list-style-type: none">• Utilizzare i programmi per acquisire abilità operative non solo manuali ma soprattutto logico-deduttive per ottenere prodotti validi sia a livello estetico che comunicativo.	
	Capacità <ul style="list-style-type: none">• Utilizzare il programma in maniera autonoma per creare soluzioni particolari e creative.	
contenuti	Software specifici per la progettazione : Photoshop, Illustrator, InDesign	

MODI – TEMPI - STRUMENTI

La metodologia adottata per lo svolgimento delle lezioni al fine di raggiungere gli obiettivi prefissati è la seguente:

- Comunicazione e spiegazione del tema progettuale da affrontare;
- Continua valutazione dello svolgimento del tema e comunicazione data di consegna del lavoro finito. (chiaramente a seconda della difficoltà del tema e dell'argomento trattato i tempi di consegna varieranno).

Per la parte teorica saranno utilizzati vari libri di grafica da analizzare tratti da riviste, dispense preparate personalmente e fotocopie.

Verrà costantemente usato il computer specialmente per la resa finale degli elaborati grafici.

VALUTAZIONE

I criteri di valutazione adottati per una valutazione di tipo formativo sono:

- osservazione del lavoro svolto in classe;
- grado di interesse generale alla materia;
- motivazione e impegno;

Nella valutazione ai fini del voto quadrimestrale e della classificazione finale si terrà conto della valutazione delle singole verifiche e dei vari momenti di valutazione nonché della situazione di partenza, delle capacità sviluppate.

Nelle verifiche vengono adottati criteri di valutazione che vanno dalla precisione del lavoro svolto alla attendibilità del processo, alla consegna nei tempi stabiliti.