

Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca



I.I.S. "CATERINA CANIANA"

Via Polaresco 19 – 24129 Bergamo

Tel: 035 250547 – 035 253492 Fax: 035 4328401



<http://www.istitutocaniana.it> email: canianaipssc@istitutocaniana.it

Cod. scuola BGIS02900L C.F. 80028350165

PROGRAMMAZIONE ANNUALE

Materia: **Tecnica pubblicitaria**

Classe: **3[^]** Settore: Operatore della **Grafica pubblicitaria**

OBIETTIVI DISCIPLINARI (generali)

Lo studente, al termine del terzo anno deve:

- Saper decodificare in modo semplice i fenomeni connessi con la realtà socio-economica
- Saper ordinare gli strumenti della comunicazione e produrre i messaggi visivi che la diffondono attraverso conoscenze scientifiche ed artistiche
- Saper organizzare il proprio lavoro individuando le fasi di un processo
- Conoscere i contenuti essenziali della disciplina e saperli mettere in relazione con le altre discipline di settore
- Saper lavorare in gruppo apportando significativi contributi personali e valorizzando quelli altrui

ARTICOLAZIONE DELL'AZIONE DIDATTICA:

Modulo 1		L'AZIENDA
Tempi: Settembre/Ottobre		
Obiettivi	Conoscenze <ul style="list-style-type: none">• Conoscere il sistema di produzione• Conoscere l'azienda e la sua organizzazione Competenze <ul style="list-style-type: none">• Saper analizzare i protagonisti del mercato Capacità <ul style="list-style-type: none">• Riconoscere le caratteristiche funzionali dei protagonisti del mercato	
Contenuti	<i>U.D. 1</i> Il sistema aziendale <i>U.D. 2</i> L'impresa <i>U.D. 3</i> La produzione <i>U.D. 4</i> L'organizzazione aziendale	
Verifica:	<ul style="list-style-type: none">• <i>Formativa:</i> Esercitazioni estemporanee a seguito di spiegazione, svolte in gruppo, seguite da esposizione in classe e confronto sugli esiti.• <i>Sommativa:</i> prova orale e scritta (semistrutturata)	
Recupero/approfondimento In itinere, al termine dell'U.D.		

Modulo 2		IL MARKETING
Tempi: Novembre/Dicembre/Gennaio/Febbraio		
Prerequisiti	<p>Conoscenze</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conoscere il concetto d'impresa e il processo di trasformazione dei prodotti <p>Competenze</p> <ul style="list-style-type: none"> • Saper analizzare i protagonisti del mercato 	
	Verifica dei prerequisiti: esito prove di verifica del modulo precedente	
Obiettivi	<p>Conoscenze</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conoscere il Marketing inteso come strategia che coinvolge tutto il ciclo di vita di un prodotto • Conoscere le problematiche specifiche, dalla ricerca di mercato alla distribuzione <p>Competenze</p> <ul style="list-style-type: none"> • Saper progettare un nuovo prodotto <p>Capacità</p> <ul style="list-style-type: none"> • Far nascere un nuovo prodotto e farlo muovere sul mercato 	
Contenuti	<p><i>U.D. 1</i> Gli elementi del Marketing</p> <p><i>U.D. 2</i> Il sistema distributivo e la vendita</p> <p><i>U.D. 3</i> Le ricerche di mercato</p>	
<p>Verifica:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Formativa:</i> Esercitazioni estemporanee a seguito di spiegazione, svolte in gruppo, seguite da esposizione in classe e confronto sugli esiti. • <i>Sommativa:</i> prova orale e scritta (semistrutturata) 		
<p>Recupero/approfondimento In itinere, al termine dell'U.D.</p>		

Modulo 3		LA PUBBLICITA'
Tempi: Febbraio/Marzo/Aprile/Maggio		
Prerequisiti	<p>Conoscenze</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conoscere le strategie che coinvolgono tutto il ciclo di vita di un prodotto <p>Competenze</p> <ul style="list-style-type: none"> • Saper progettare un nuovo prodotto 	
Obiettivi	<p>Conoscenze</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conoscere l'evoluzione della comunicazione pubblicitaria e i suoi metodi <p>Competenze</p> <ul style="list-style-type: none"> • Acquisire una competenza strategico-creativa <p>Capacità</p> <ul style="list-style-type: none"> • Acquisire una capacità di applicazione 	
Contenuti	<p><i>U.D. 1</i> Storia e definizioni</p> <p><i>U.D. 2</i> I mezzi pubblicitari</p> <p><i>U.D. 3</i> L'agenzia pubblicitaria</p>	
<p>Verifica:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Formativa:</i> Esercitazioni estemporanee a seguito di spiegazione, svolte in gruppo, seguite da esposizione in classe e confronto sugli esiti. • <i>Sommativa:</i> prova scritta (semistrutturata) Gli studenti dovranno inoltre presentare il frutto di eventuali ricerche e/o approfondimenti alla classe, attraverso esposizioni orali supportate da materiale stampato e/o multimediale. 		
<p>Recupero/approfondimento In itinere, al termine dell'U.D.</p>		

STANDARD MINIMI PER IL RAGGIUNGIMENTO DELLA SUFFICIENZA

- Conoscere gli argomenti trattati in maniera essenziale
- Conoscere il linguaggio specifico in modo sufficiente per poter esprimere i contenuti
- Applicare autonomamente le minime conoscenze in un contesto dato
- Dimostrare capacità di comprensione del significato di analisi e sintesi
- Rielaborare in modo personale (in maniera essenziale)

MODALITA'

- Lezione frontale e partecipata per l'introduzione degli argomenti o la loro sistematizzazione
- Esercitazioni in classe da affrontare singolarmente o a coppie
- Visione di documenti multimediali e video
- Attività di ricerca svolta prevalentemente a scuola attraverso la consultazione di materiale stampato e, se possibile, l'accesso alla rete internet. Il lavoro prodotto sarà presentato alla classe.

STRUMENTI

- Libro di testo: Ballardini, Colli, Pietroni – *Dalla strategia allo spot* – ed. CLITT
- Riviste e pubblicazioni varie
- Laboratorio di informatica (occasionalmente e compatibilmente alle esigenze delle altre classi): navigazione in internet, uso software di videoscrittura e/o presentazione slide
- Portatile/videoproiettore: visione di materiale multimediale

VERIFICHE IN ITINERE E CRITERI DI VALUTAZIONE

Per quanto concerne la verifica formativa: esercitazioni estemporanee a seguito di spiegazione, svolte in gruppo, seguite da esposizione in classe e confronto sugli esiti (indicativamente senza assegnazione di voto).

Per la verifica sommativa saranno somministrate verifiche semi-strutturate, oltre a verifiche orali su una porzione significativa del programma.

La valutazione di fine periodo terrà conto dei seguenti fattori:

- Percorso di apprendimento e progressione rispetto ai livelli di partenza
- Conoscenza degli argomenti (conosce i contenuti in modo approfondito, completo, superficiale, incompleto)
- Partecipazione al dialogo educativo
- Impegno (notevole, continuo, modesto, saltuario, inesistente...)
- Metodo di studio (sistematico, organizzato, efficace, mnemonico, dispersivo...)
- Capacità (es. analisi, sintesi, rielaborazione critica, capacità organizzative...)
- Abilità espressive
- Altri elementi (da Collegio docenti – C.d.c.)

Bergamo,

Firma