



ISTITUTO PROFESSIONALE STATALE PER I SERVIZI COMMERCIALI

Via Polaresco n° 19 BERGAMO
Tel.035/250547

PROGETTO TERZA AREA

PROGETTO TERZA AREA A.S. 2009/2010
CORSO DI TECNICO DELLA GRAFICA PUBBLICITARIA
Referente: Giuseppina Celi

NORMATIVA DI RIFERIMENTO

La terza area, detta professionalizzante, è parte integrante dei curricoli scolastici degli istituti professionali nelle classi quarte e quinte e concorre a costituire tempo-scuola a tutti gli effetti come da Direttiva del Ministero Progetto 92 e Circolare Ministeriale 23 giugno 1992, n. 206.

PREMESSA

Il Progetto della cosiddetta Terza Area si configura come risposta alla domanda del mercato del lavoro nel settore della grafica pubblicitaria.

Il progetto ha lo scopo di integrare il curriculum scolastico e i tradizionali percorsi offline con quelli online e di fornire agli studenti un profilo professionale integrato e soprattutto flessibile, capace di accogliere e adattarsi a contesti lavorativi e strumenti aggiornati.

Pertanto, nell'ambito della formazione del biennio post-qualifica, gli studenti del 4° e 5° anno seguono, oltre alle regolari lezioni scolastiche:

1. corsi di specializzazione professionale, realizzati in collaborazione con esperti esterni, lavoratori del settore o specializzati nella formazione aziendale
2. stages in aziende del settore

Le attività della Terza Area costituiscono a tutti gli effetti regolare attività di curriculum, obbligatoria e valutata ai fini dell'ammissione agli esami di stato. Tali corsi possono anche essere affidati in toto alla Regione Lombardia.

Quelli di cui al punto 1., gestiti dall'Istituto (che si definiscono surrogatori), prevedono un monte ore che oscilla da un minimo di 150 ore ad un massimo di 180, abitualmente suddiviso in attività svolte in uno specifico giorno della settimana.

FINALITÀ

Il progetto intende offrire le conoscenze, le competenze e le capacità di base tecniche, creative, relazionali connesse alla figura professionale di tecnico della comunicazione multimediale come sopra descritta. Inoltre fornisce le conoscenze e l'orientamento necessario ad affrontare l'esperienza degli stages aziendali sul territorio, previsti dalla formazione professionale nazionale e aperti alla frequenza degli studenti delle classi terminali. In particolare nel nostro istituto sono state individuate le classi quarte che rappresentano il momento migliore del percorso scolastico per l'espletamento di tale iter formativo.



OBIETTIVI

Conoscere le basi informatiche necessarie per la gestione della produzione multimediale

Conoscere le potenzialità applicative dei programmi inDesign, Illustrator, Photoshop, Macromedia Flash, Dreamweaver per la composizione, impaginazione, disegno vettoriale, acquisizione e gestione di immagini, montaggio; conoscere le basi del linguaggio HTML

Conoscere il ciclo di lavorazione di un prodotto multimediale

Conoscere e saper gestire caratteristiche di realizzazione, procedure e tipologie di esecuzione di un prodotto multimediale

Riconoscere anomalie, disfunzionalità e intervenire a correzione in fase di processo progettuale e/o realizzativo

Controllare e correggere i predefinitivi visivamente e funzionalmente

Conoscere le caratteristiche fondamentali delle realtà aziendali di riferimento per la figura professionale, sia dal punto di vista teorico, sia direttamente (stage)

Commisurare risorse personali e risorse esterne alla definizione del progetto e alla sua realizzazione

Valutare le esigenze e le competenze del cliente/utente in fase di progettazione

Interpretare correttamente la documentazione tecnica di settore

Comprendere e adattarsi al profilo dell'azienda in cui si attua lo stage

Conoscere il ciclo produttivo dall'affidamento alla consegna del prodotto finito nell'azienda in cui si attua lo stage

Conoscere e saper utilizzare con criteri di economicità le risorse tecniche e tecnologiche messe a disposizione dall'azienda in cui si attua lo stage

DEFINIZIONE DELLA FIGURA PROFESSIONALE

Alla figura professionale del tradizionale tecnico della grafica pubblicitaria è oggi richiesta una grande flessibilità, poiché spesso le aziende richiedono l'interpretazione di ruoli diversi, dal semplice operativo, al creativo, al comunicativo, all'organizzativo e sempre più all'incrocio tra questi differenti ruoli. Pertanto è necessario che la figura professionale possieda, oltre a una ricca e consolidata cultura grafica:

1. una cultura informatica capace di adattarsi a diversi sistemi operativi (OS, Windows)
2. conoscenza della lingua inglese tale da muoversi con agilità nel linguaggio tecnico del settore della comunicazione grafica e in quello della comunicazione pubblicitaria
3. conoscenza delle nuove tendenze dell'arte oggi



4. abilità di innovazione e adattamento alle richieste dell'azienda
5. capacità di lavorare in team per obiettivi
6. abilità di autopromozione e autoaggiornamento nelle proprie competenze
7. abilità di inserimento nel mondo aziendale

Queste abilità possono essere riassunte nel profilo professionale di tecnico della comunicazione multimediale.

Tale figura professionale opera all'incrocio tra le fasi di creazione-progettazione e quella di realizzazione del prodotto multimediale sia esso realizzato su supporto, sia su web.

Tale figura è capace di:

1. ideare soluzioni creative in grado di massimizzare il risultato in termini di efficacia, economicità, valore estetico
2. scegliere materiali e tecniche e ricorrere a tecnologie utili e funzionali alla realizzazione del progetto creativo
2. pianificare le fasi del ciclo di produzione, i criteri e gli standard da seguire
3. eseguire le fasi del ciclo di produzione
4. coordinare il lavoro e lavorare in team
4. predisporre e utilizzare strumenti e modalità specifiche per la realizzazione di uno specifico prodotto allo scopo di sveltire il flusso di lavoro
5. adattarsi alle risorse di cui dispone utilizzandole al meglio delle loro possibilità
6. controllare e valutare il prodotto predefinitivo
7. verificare il prodotto finito

Il tecnico della comunicazione multimediale conosce:

1. i sistemi software e hardware più diffusi nel settore grafico, web e della comunicazione
2. metodologie di progettazione, impaginazione e layout
3. tecniche di pianificazione
4. tecniche di acquisizione e gestione di dati e immagini
5. tecniche di produzione multimediale
6. tecniche e strategie di comunicazione
7. tipologie e caratteristiche aziendali di riferimento (studi di progettazione grafica, agenzie pubblicitarie, agenzie di comunicazione, editoria medio-piccola, agenzie di progettazione e gestione siti web)



RISORSE UMANE

L'Istituto coinvolge nella realizzazione del progetto le seguenti risorse interne:

1. Il Dirigente Scolastico (Responsabile di progetto), il DSGA, la Referente e Coordinatrice di Pro-getto (prof.ssa Giuseppina Celi), il personale ATA, i consigli di classe 4A, 4B, 4C, 4D, 5A, 5B, 5C, 5D, gli studenti;

le seguenti risorse esterne:

gli esperti di settore (uno ogni classe) probabilmente l'agenzia Adecco Grow-In (la sua collaborazione non è ancora certa) ed esperti di varie specializzazioni che effettueranno dei seminari su argomenti come, comunicazione visiva, grafica editoriale etc. una esperta madrelingua inglese.

RISORSE MATERIALI

Hardware

N.4 laboratori con piattaforme Mac/OS; n.1 laboratorio con piattaforma Windows; collegamento ADSL, collegamento in rete, Cd, DVD, server, scanner, stampanti, videoproiettore, materiale di facile consumo presente e da acquistare

Software

Adobe Photoshop CS, Adobe Illustrator CS, Adobe InDesign, Dreamweaver 8, Flash

DESTINATARI

Gli studenti delle classi 4A, 4B, 4C, 4D, 5A, 5B, 5C, 5D del corso di Tecnica della Grafica Pubblicitaria nell'a.s. 2009/2010

TEMPI

Dal mese di Ottobre 2009 al mese di maggio 2010 per un totale di 150 ore

SPAZI

Gli interventi degli esperti sono da tenersi nei laboratori di informatica; gli interventi della madrelingua e i seminari in aula magna

RISORSE FINANZIARIE

Euro 5400 per classe(ancora da accertare)

PERCORSO CLASSI QUARTE

Approfondimento Photoshop, InDesign, Illustrator (120 ore con esperto)
Seminari con trattazioni di comunicazione visiva, la comunicazione e la legge, fotografia (15 ore) Advertising and image (15 ore con madrelingua)

PERCORSO CLASSI QUINTE

Web (120 ore con esperto), seminari con trattazioni di comunicazione visiva, (15 ore) Advertising and image (15 ore con madrelingua) **MO-**

NITORAGGIO, VERIFICA, VALIDAZIONE

A partire dallo scorso a. s. 2008/2009 e continuando per il presente a.s.



2009/2010, i processi di verifica e validazione del processo saranno documentati da tracce scritte semplici, uniformi.

Il monitoraggio prevede almeno un controllo in forma di assistenza diretta agli interventi degli esperti e delle agenzie incaricate nelle classi di riferimento da parte dei Referenti di Progetto.

Tali figure devono relazionare verbalmente durante l'anno, e incontrare il Responsabile di Progetto (DS) onde riferire circa l'adeguamento delle attese finalità e obiettivi da parte degli interventi formativi effettuati.

La verifica si compone di questi momenti:

1. Esperti ed agenzie devono disporre oltre che di un Registro di Terza Area, già istituito, di una scheda di valutazione precompilata da predisporre a cura dell'Referente-Coordiatore, ove vengano indicati i gradi di raggiungimento degli obiettivi previsti in cui si articola il progetto, misurati sulla base n.allievi del corso / grado di raggiungimento degli obiettivi
2. La SCHEDE deve servire al Dirigente Scolastico che è Responsabile di Progetto (e al Referente-Coordiatore di Progetto) per valutare l'efficacia dell'intervento delle agenzie e degli esperti, al fine di confermarne o meno il contratto per il successivo A.S.
3. La SCHEDE , compilata, deve essere messa a disposizione dei docenti di Progettazione Grafica a cura del Coordinatore di Progetto e deve essere esposta in specifico punto all'OdG in sede di CdC dai docenti di Progettazione Grafica i quali in subordine se ne serviranno per verificare il raggiungimento degli obiettivi attesi nelle loro ore curricolari
4. Deve essere infine predisposta una semplice scheda di valutazione complessiva per allievo sia per le classi quarte che per le classi quinte che non tenga conto solo del tasso di frequenza (obbligatoria per il 70%) ma anche del profitto complessivo in termini di conoscenze, competenze, capacità: raggiunte, parzialmente raggiunte, non raggiunte da compilarsi a cura dell'esperto coinvolto, il cui intervento consta di 120 ore in corso d'anno.
5. Il CdC, in sede di valutazione finale dell'allievo terrà conto della SCHEDE e della partecipazione dello studente agli stage estivi in una misura da concordare per la definizione del profitto complessivo dello studente
6. Infine è necessario predisporre un colloquio di soddisfazione degli studenti in merito all'efficacia dell'intervento formativo di Terza Area

La validazione del processo avviene in riunione formale nel mese di giugno, a conclusione del per-corso formativo (esclusi gli stages).



ISTITUTO PROFESSIONALE STATALE PER I SERVIZI COMMERCIALI

Via Polaresco n° 19 BERGAMO
Tel.035/250547

PROGETTO TERZA AREA