

ALLEGATO AL DOCUMENTO DEL CONSIGLIO DELLA CLASSE : 5°A
Grafica e Comunicazione

ANNO SCOLASTICO: 2018/2019

DISCIPLINA: Progettazione multimediale

Prof.: Anna Roviello

Tempi previsti dai programmi ministeriali: ore settimanali 5 totale annuo 132

Ore effettivamente svolte **117**

1. ATTIVITA' DIDATTICA – TIPOLOGIA:

- Lezione frontale
- Discussione collettiva
- Ricerca guidata
- Lavori di gruppo
- Insegnamento per problemi
- Discussione di un problema, cercando di trovare insieme la soluzione

2., STRUMENTI, METODI E STRATEGIE DIDATTICHE PER IL CONSEGUIMENTO DEGLI OBIETTIVI :

- Libri di testo
- Schemi ed appunti personali
- Riviste specifiche
- Strumentazione presente in laboratorio
- Personal computer
- Software didattico
- Software multimediali
- Audiovisivi in genere
- Modelli
- Oggetti reali
- Slide

3. STRUMENTI UTILIZZATI PER LA VERIFICA DELL'APPRENDIMENTO:

- Indagine in itinere con verifiche informali
- Colloqui
- Interrogazioni orali
- Discussioni collettive
- Esercizi scritti
- Sviluppo di progetti
- Prove di laboratorio
- Relazioni
- Prove semi strutturate
- Prove strutturate
- Test di verifica variamente strutturati
- Prove di laboratorio

4. EVENTUALI FATTORI CHE HANNO OSTACOLATO IL PROCESSO DI INSEGNAMENTO-APPRENDIMENTO:

Per casi singoli le continue assenze e il mancato impegno domestico non hanno giovato all'apprendimento

5. OBIETTIVI RAGGIUNTI DALLA CLASSE:

- A. Interesse e impegno nella partecipazione al dialogo educativo, organizzazione e metodo di studio:**

La classe ha dimostrato un certo interesse al dialogo educativo. Tuttavia il metodo di studio e la poca capacità organizzativa dei singoli studenti hanno influito molto sulla qualità di studio.

Si è riscontrato un atteggiamento decisamente maturo solo in pochi casi, nel resto della classe ha dominato spesso un modus operandi superficiale e talvolta distante dalla reale situazione.

Alcuni componenti non hanno dimostrato impegno e volontà di fare, altri hanno limitato l'interesse alla riuscita delle verifiche e non all'interiorizzazione dei contenuti, influenzando, in tal modo, anche sulle modalità di mantenimento delle informazioni acquisite.

B. Attitudine alla disciplina:

Alcuni studenti hanno dimostrato di avere una naturale predisposizione alla comprensione degli argomenti trattati.

In altri casi la curiosità e la voglia di comprendere hanno agevolato molto.

Singoli episodi, invece, hanno evidenziato o un totale disinteresse/assenza o un atteggiamento presuntuoso che non agevolava e corrispondeva ad una reale comprensione degli argomenti trattati.

C. Interesse per la disciplina:

L'interesse dimostrato dagli studenti è risultato sufficiente.

Le attività di laboratorio e le esercitazioni pratiche hanno agevolato l'interessamento.

Non sono, tuttavia mancati atteggiamenti immaturi e talvolta polemici con il docente; in altri casi, invece, si è riscontrato un comportamento partecipativo e maturo, con una chiara volontà a migliorare il rendimento.

Solo in un caso, non si è potuto verificare alcun tipo di partecipazione, le continue assenze e una opportunistica presenza hanno impossibilitato qualsiasi tipo di analisi.

D. Impegno nello studio:

L'impegno risulta estremamente finalizzato al raggiungimento della sufficienza. Manca un desiderio di sfida costruttiva e ambizione personale, visibile solo in due casi.

6. PERCORSO FORMATIVO: Moduli o argomenti svolti nella disciplina con i relativi contenuti

<i>Titolo del modulo</i>	<i>ore</i>	<i>Contenuti e argomenti del modulo</i>
1) LA CAMPAGNA PUBBLICITARIA	40	LA COMUNICAZIONE PUBBLICITARIA: La pubblicità commerciale: Product advertising, Pubblicità istituzionale e Brand advertising, La pubblicità non commerciale: Advocacy advertising, Propaganda politica, Pubblicità pubblica, Pubblicità sociale con riferimento alla Pubblicità Progresso, La campagna multimedia e monomedia, la campagna Monosoggetto, Il piano integrato di Comunicazione e la Copy Strategy, Lo sviluppo della promotion strategy e lo sviluppo del copy brief, Lo sviluppo del Piano media. IL PIANO INTEGRATO DI COMUNICAZIONE: Il piano integrato di Comunicazione e la Copy Strategy, Lo sviluppo della promotion strategy e lo sviluppo del copy brief, Lo sviluppo del Piano media. L'ADVERTISING OFFLINE: Comunicazione above the line: La stampa: quotidiani, periodici e magazine, le affissioni: statiche e dinamiche, il cinema, la radio, la televisione e il product placement, Comunicazione below the line: Il direct marketing, le promozioni, le sponsorizzazioni, le pubbliche relazioni. Media mix e Communication mix. LE NUOVE FRONTIERE DELLA COMUNICAZIONE PUBBLICITARIA: il marketing emozionale, il guerrilla marketing.
2) PRINCIPI DI PACKAGING DESIGN	45	PACKAGING: DALLA TECNOLOGIA AL PROGETTO: Le funzioni del packaging: contenimento, protezione, trasporto, uso e comunicazione, Packaging e Marketing: le 4P del marketing mix e la 5° P del Packaging, Immagine di marca e di prodotto: studio del brand e Packaging come venditore silenzioso, Tipologie: imballaggio primario, secondario e terziario, I materiali; il vetro, la plastica, i metalli, la carta e i cartoni, i poliaccoppiati e la fustellatura, Analisi e studio di case history: Tetra Pak Packaging ecosostenibile: le linee guida per la progettazione di un packaging ecosostenibile. PACKAGING DESIGN: Le variabili del marketing e il posizionamento, Le fasi del progetto: brief, ricerche di mercato, analisi dei competitor, progettazione, studio del concept, sviluppo esecutivo e mock-up, Il progetto: Packaging tra forma e design: forme, colore e grafica.
3) IL PRODOTTO VIDEO: TECNICA E PROGETTO	32	TECNICHE DI BASE: Gli strumenti: macchina da presa o videocamera?, Ottiche e Inquadrature, L'esposizione, Tecniche di illuminazione, La normativa, La licenza Creative Commons. TECNICHE DI RIPRESA E MONTAGGI: La progettazione, L'organizzazione, La ripresa, Indicazioni operative per la ripresa, La post-produzione, Tecniche di ripresa e montaggio VIDEOEDITING E PROGETTAZIONE: Video editing digitale, Video marketing e video advertising, Realizzazione di un prodotto multimediale, Progettare un video Infografica.

7. LIVELLI SPECIFICI DI APPRENDIMENTO MEDIAMENTE RAGGIUNTI NELLA DISCIPLINA:

Descrizione degli obiettivi in termini di conoscenze, competenze, capacità disciplinari

CONOSCENZE

Gli studenti conoscono:

- Tecniche di progettazione per prodotti per l'industria grafica ed audiovisiva.
- Tipologie usabilità, accessibilità e leggibilità dei siti web.
- Tipologie di prodotti per la comunicazione in campagne pubblicitarie.
- Composizione grafica bidimensionale, tridimensionale e animazione finalizzata alla promozione pubblicitaria multi-soggetto, multimediale e alla realizzazione della veste grafica del prodotto.

COMPETENZE

Gli studenti sono in grado di:

- Utilizzare pacchetti informatici dedicati.
- Progettare, realizzare e pubblicare contenuti per il web.

ABILITA'

Gli studenti sono in grado di:

- Ideare e realizzare prodotti per campagne pubblicitarie e/o di promozione. Ideare e realizzare prodotti visivi e audiovisivi.
- Rispettare le regole di usabilità, accessibilità e leggibilità dei siti web, seguendo le indicazioni degli organismi preposti al controllo della qualità della comunicazione.
- Progettare i prodotti della comunicazione grafica in funzione dei processi e delle tecniche di stampa. Progettare un sito o un prodotto cross-media incluse le interazioni con gli utenti.

Si indicano inoltre il numero di alunni che ha raggiunto un determinato livello rispetto all'indicatore a fianco indicato.

CONOSCENZE	G.I.	I	S	D	B	O
2					X	
1		X				
3			X			
6				X		

COMPETENZE		I	S	D	B	O
2					X	
1		X				
3			X			
6				X		

ABILITA'		I	S	D	B	O
2					X	
2		X				
8			X			

Legenda

G.I.= gravemente insufficiente	I= insufficiente	S= sufficiente
--------------------------------	------------------	----------------

D= discreto	B= buono	O= ottimo
-------------	----------	-----------

Libro di Testo utilizzato :

S. LEGNANI

Competenze grafiche – PERCORSI DI PROGETTAZIONE MULTIMEDIALE; CLITT.

Gorizia, lì 10/05/2019

Il docente prof.ssa Anna Roviello

.....

Firma per accettazione di due rappresentanti degli studenti

Max Boschini

Noel Capezza