

RELAZIONE FINALE PER LA DISCIPLINA DI: TECNOLOGIE DEI PROCESSI DI PRODUZIONE

5°B Grafica e Comunicazione

ANNO SCOLASTICO: 2022/2023

Prof.ssa Anna Roviello

ITP prof. Max Boschin

4.1 N° di ore svolte

Numero di ore settimanali di lezione: **4** totale annuo **132** effettivamente svolte **117**

S. LEGNANI

Competenze grafiche – PERCORSI DI PROGETTAZIONE MULTIMEDIALE; CLITT.

4.2 Brevi note sul profitto

A conclusione delle attività didattiche

N° 4 allievi hanno raggiunto un profitto elevato

N° 11 allievi hanno raggiunto un profitto discreto

N° 3 allievi hanno raggiunto un profitto sufficiente

La classe ha dimostrato interesse al dialogo educativo. Tuttavia il metodo di studio e la poca capacità organizzativa dei singoli studenti hanno influito, in alcuni casi, sulla qualità dello studio domestico.

Si è riscontrato un atteggiamento maturo da parte di tutti i componenti della classe

4.3 Brevi note sulla motivazione

In merito all'apprendimento disciplinare

N° 2 allievi hanno espresso una motivazione all'apprendimento buona

N° 8 allievi hanno espresso una motivazione all'apprendimento discreta

N° 6 allievi hanno espresso una motivazione all'apprendimento sufficiente

L'interesse dimostrato dagli studenti è risultato sufficiente, con un maggior coinvolgimento in lavori pratici

4.4 Brevi note sulla partecipazione

Nell'ambito delle attività svolte

N°16 allievi hanno dimostrato una partecipazione attiva e propositiva

4.5 Obiettivi relativi ai contenuti, alle abilità e competenze

Rispetto agli obiettivi posti in sede di programmazione delle attività didattiche

N° ... allievi hanno pienamente raggiunto gli obiettivi prefissati

N° 13 allievi hanno raggiunto gli obiettivi prefissati

N° 3 allievi hanno sostanzialmente raggiunto gli obiettivi prefissati

N° ... allievi non hanno pienamente raggiunto gli obiettivi prefissati

4.6 Nodi concettuali caratterizzanti la disciplina

La comunicazione pubblicitaria
Il piano integrato di comunicazione
L'advertising offline
Le nuove frontiere della comunicazione pubblicitaria
Il montaggio. storia e tecniche di ripresa e montaggio

4.7 Metodologie didattiche utilizzate

Utilizzo dei laboratori
Coinvolgimento della disciplina nei percorsi per le competenze trasversali e l'orientamento
Utilizzo di metodologie didattiche innovative (utilizzo delle TIC, EAS, Classe rovesciata ...)
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

4.8 Verifiche e valutazione

Durante l'anno scolastico sono state effettuate
N° 2 verifiche scritte
N° 3 verifiche pratiche / di laboratorio

Sono state utilizzati le seguenti griglie e/o strumenti di valutazione (indicare in sintesi gli strumenti e le metodologie adottati)

Per la valutazione si è tenuto conto della qualità dello studio e delle conoscenze, della capacità di argomentare, collegare e discutere.

Per la valutazione pratica sono stati adottati i seguenti criteri:

Puntualità della consegna, rispetto delle fasi, conoscenze tecniche, capacità di progettazione, innovazione, estetica e comunicazione

4.9 Programma svolto

Il docente, qualora il programma svolto dopo la presentazione del presente documento, sia diverso da quello previsto, evidenzierà in un documento a parte le modifiche da apportate.

<i>Titolo del modulo</i>	<i>ore</i>	<i>Contenuti e argomenti del modulo</i>
1) LA CAMPAGNA PUBBLICITARIA	30	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.
3) IL PRODOTTO VIDEO TECNICA E PROGETTO:	18	IL MONTAGGIO: Storia e funzioni; La progettazione, L'organizzazione, La ripresa, Indicazioni operative per la ripresa, La post-produzione, Tecniche di ripresa e montaggio
3) PCTO:	12	Realizzazione e rielaborazione di manifesti cinematografici
3) ATTIVITA' DI LABORATORIO	48	I principali software di impaginazione I principali software di image editing Il layout di un prodotto stampato La struttura di un prodotto editoriale L'importanza dell'immagine in un prodotto

4.10 Esempi di materiali, problemi, progetti utilizzati in classe per simulare l'avvio del colloquio

Presentazioni mirate, produzione di video essay,, relazioni e interrogazioni dirette

Gorizia, li.....

Il docente prof.ssa Anna Roviello

L'Insegnante Tecnico Pratico prof. Max Boschin

Firma per accettazione di due rappresentanti degli studenti

Elia Maggi

Leonardo Furlan