



ISTITUTO DI ISTRUZIONE SUPERIORE STATALE "C.E.GADDA"

Istruzione tecnica: Amministrazione, Finanza e Marketing - Grafica e Comunicazione,
Istruzione Liceale: Liceo Linguistico - Liceo Scientifico
Via Leonardo da Vinci, 18 - 20037 Paderno Dugnano (MI) - Tel. 029183246 - Fax 029101806
Email: MIIS04100T@istruzione.it - Sito web: <http://www.iisgadda.mi.it/> - PEC: MIIS04100T@pec.istruzione.it
C.F.: 83010560155 Cod. scuola: MIIS04100T - Istr. Tecnica: MITD041014 - Istr. Liceale: MIPS041018



INDIRIZZO GRAFICO

DISCIPLINA PROGETTAZIONE MULTIMEDIALE

CLASSE QUINTA

COMPETENZE	ABILITA'	CONOSCENZE
<p>Acquisire un metodo progettuale corretto Saper leggere, analizzare, interpretare il brief allo scopo di definire un problema Pianificare le sequenze di sviluppo del proprio lavoro con metodo e creatività considerando le scelte tecniche e i tempi di realizzazione Trarre elementi dall'esperienza per aumentare le proprie capacità di problem solving Saper usare le principali tecniche creative per al creazione del concept</p>	<p>Applicare il ciclo progettuale a situazioni varie di vita quotidiana</p> <p>Analisi di un brief strutturato per definire il problema</p> <p>Fare ricerca, raccogliere informazioni utilizzando fonti diverse e formulando ipotesi</p> <p>Applicare in contesti diversi diverse tecniche creative</p>	<p>PROGETTO E METODO Il metodo progettuale - Fase di ricerca: La definizione del problema e la stesura del brief - Fase creativa: La creazione del concept, primi layout - Fase di sviluppo: layout definitivi, verifica del prodotto finale - Fase di implementazione: esecutivi, stampa Dal brief alla creatività: tecniche creative adeguate a diverse soluzioni. Brainstorming, mappa mentale, se fosse.....</p> <p>PROGETTO DI MATURITA': dall'ideazione alla presentazione</p>
<p>Comprendere le basi del marketing Comprendere le tecniche di persuasione Conoscere i ruoli operativi, la struttura professionale e i compiti di chi opera nella comunicazione visiva stampata Conoscere l'organizzazione, le componenti e le fasi di sviluppo di una campagna pubblicitaria Collegare in modo appropriato ricerca e dati informativi in risposta al brief Generare una gamma di idee in risposta al brief, sviluppare e produrre soluzioni</p>	<p>Analisi della struttura di campagne pubblicitarie esistenti</p> <p>Analisi di format pubblicitari esistenti mettendo in relazione significati e significanti, concetti e loro soluzioni visive</p> <p>Studi di esempi di retorica e proposta di varianti</p> <p>Utilizzare la metodologia di ricerca, analisi e sviluppo per un progetto di pubblicità semplice</p> <p>Leggere un brief strutturato per costruire una strategia di comunicazione</p> <p>Individuare ed analizzare profili di target</p> <p>Individuare il tono di voce in head-line esistenti, ideare varianti cambiando categoria</p>	<p>LA CAMPAGNA PUBBLICITARIA ovvero la pubblicità offline</p> <p>- Le funzioni del marketing: prodotto, prezzo, distribuzione, comunicazione - Conoscere il sistema della comunicazione pubblicitaria: Le tecniche di persuasione e loro applicazione L'agenzia pubblicitaria e le figure professionali La coppia creativa: art director e copywright Il piano integrato di comunicazione: copy strategy promotion strategy copy brief</p> <p>- La struttura dell'oggetto pubblicitario Studio del formato e tipologie di pubblicità</p> <p>- L'iter progettuale di una comunicazione pubblicitaria: definizione del problema, l'azienda/prodotto/marketing il brief e la costruzione della strategia il target, il tono di voce il format L'annuncio, le parole e l'immagine L'head-line e il visual</p>



ISTITUTO DI ISTRUZIONE SUPERIORE STATALE "C.E.GADDA"

Istruzione tecnica: Amministrazione, Finanza e Marketing - Grafica e Comunicazione,
Istruzione Liceale: Liceo Linguistico - Liceo Scientifico
Via Leonardo da Vinci, 18 - 20037 Paderno Dugnano (MI) - Tel. 029183246 - Fax 029101806
Email: MIIS04100T@istruzione.it - Sito web: <http://www.iisgadda.mi.it/> - PEC: MIIS04100T@pec.istruzione.it
C.F.: 83010560155 Cod. scuola: MIIS04100T - Istr. Tecnica: MITD041014 - Istr. Liceale: MIPS041018



		Le campagne pubblicitarie: la campagna istituzionale o di marchio la campagna di prodotto, promozionali la comunicazione pubblica e le campagne di utilità sociale
Cogliere la complessità di fattori che entrano in gioco nello sviluppo della campagna pubblicitaria Cogliere le potenzialità comunicative delle diverse forme di comunicazione Conoscere le diverse forme di comunicazioni offline Conoscere le diverse forme di comunicazioni online	Analisi di campagne pubblicitarie per cogliere la complessità di fattori che intervengono Individuare le differenze e le caratteristiche peculiari di ogni forma di comunicazione Analisi di un brief per determinare i mezzi di diffusione più efficaci	LA PUBBLICITA' OFFLINE Le forme pubblicitarie di comunicazione tradizionale (offline) La stampa, affissione, radio, cinema, televisione La pubblicità dinamica e sul punto vendita LA PUBBLICITA' ONLINE Le forme pubblicitarie di comunicazioni che necessitano della rete e web (online) I banner, finestre pop-up, video, e-mail, newsletter....
Cogliere la complessità di fattori che entrano in gioco nella progettazione di un sito Sviluppare la capacità di elaborare mappe concettuali Ideare proposte grafiche per la progettazione di un prodotto di comunicazione sul web	Analisi delle tipologie di siti web Analisi di siti web per cogliere la complessità di fattori che intervengono nella progettazione Realizzare mappe concettuali di diverse tipologie, utilizzare la metodologia di ricerca, analisi e progettazione per un prodotto di comunicazione sul web	IL SITO Conoscere le tipologie di siti web: siti commerciali, siti istituzionali, siti di informazione, blog, forum, social network, community, ecc. Progettare un sito web rispettando le regole di usabilità, accessibilità e leggibilità.

METODOLOGIE	STRUMENTI
Scoperta guidata del percorso grafico in esame mediante analisi di materiale visivo raccolto Esercitazioni pratiche relative all'argomento preso in esame Esposizione dei lavori e del processo di progettazione circa i diversi temi proposti	<ul style="list-style-type: none">• libro di testo adottato• fotocopie da altri testi,• materiale multimediale e siti web• uso dell'aula attrezzata con tavoli luminosi• uso dei laboratori tecnologici e informatici.• riviste

TIPOLOGIA PROVE DI VERIFICA	SCANSIONE TEMPORALE DELLE VERIFICHE
- Elaborazione di esercitazioni grafiche inerenti all'argomento - verifiche scritte - discussione in classe	TRIMESTRE - n.2 esercitazioni pratiche, - n.1 verifiche scritte, - discussioni orali al termine dell'unità o parte dello stesso PENTAMESTRE - n.3 esercitazioni pratiche, - n.2 verifiche scritte, - discussioni orali al termine dell'unità o parte dello stesso