



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 TERZA

COMPETENZE	ABILITA'	CONOSCENZE
<p>Conoscere le figure professionali e i compiti di chi opera nella comunicazione visiva Conoscere le competenze richieste dal mondo del lavoro Conoscere la responsabilità sociale del grafico Comprendere l'interazione tra creatività e tecnica</p>	<ul style="list-style-type: none">- Analisi di prodotti visivi per individuare le competenze- Tradurre il linguaggio verbale in linguaggio visivo in più forme e situazioni	<p>IL MESTIERE DEL GRAFICO Il design grafico, il grafico</p> <p>Le competenze del grafico:</p> <ul style="list-style-type: none">- Differenza tra comunicazione visiva e arte visiva- Capire il messaggio visivo, rapporto tra parola e visual in base al contesto e situazione
<p>Acquisire un metodo progettuale corretto Saper leggere, analizzare, interpretare il brief allo scopo di definire un problema Pianificare le sequenze di sviluppo 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>	<ul style="list-style-type: none">- Applicare il ciclo progettuale a situazioni varie di vita quotidiana- Analisi di un brief strutturato per definire il problema- Fare ricerca, raccogliere informazioni utilizzando fonti diverse e formulando ipotesi- Applicare in contesti diversi diverse tecniche creative	<p>PROGETTO E METODO Il metodo progettuale</p> <ul style="list-style-type: none">- 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 <p>Dal brief alla creatività:</p> <ul style="list-style-type: none">- tecniche creative diverse adeguate a diverse soluzioni. Brainstorming, mappa mentale, se fosse.....
<p>Saper fornire il prodotto grafico in relazione alle finalità progettuali definite dalla domanda Elaborare e strutturare il segno e la forma seguendo schemi logici funzionali ed espressivi Confrontare e classificare tipologie per trarre differenze e analogie Rendere operativi i concetti teorici della progettazione riferiti allo specifico per produrre conclusioni significative, lineari e convincenti</p>	<ul style="list-style-type: none">- Analisi di marchi storici per classificazione stilistica e funzionale- Applicare e utilizzare le regole geometriche compositive e gestaltiche per la definizione della forma- Individuare aspetti e collegamenti espliciti e impliciti tra segno ideato e azienda- Dal marchio organizzare l'immagine comunicativa dell'azienda nei diversi stampati	<p>PROGETTAZIONE GRAFICA, I PROGETTI COMMERCIALI ED EDITORIALI</p> <p>IL MARCHIO</p> <ul style="list-style-type: none">- Gli elementi della visual identity, la marca e il marchio, definizione, differenze e caratteristiche- Il linguaggio visivo del marchio, tipologie del marchio- il metodo progettuale applicato alla progettazione del marchio: dal brief alla costruzione geometrica e gestaltica dell'oggetto grafico- il marchio applicato al coordinato d'azienda, l'immagine coordinata



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



<p>Operare correttamente scelte progettuali funzionanti ad una comunicazione efficace Elaborare e strutturare il segno e la forma seguendo schemi logici funzionali ed espressivi Sviluppare la capacità di analizzare gli elementi che compongono la comunicazione, di organizzarli secondo un ordine gerarchico e all'interno di uno spazio-formato secondo metodologie operative corrette Evadere dalla rigidità delle regole compositive per sperimentare nuove emozioni visive che rispettano comunque scelte consapevoli, motivate e finalizzare</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Analisi dei diversi generi dei prodotti editoriali e loro caratteristiche - Individuare le regole compositive di una pagina - Applicare le regole di impaginazione ad un prodotto editoriale semplice secondo un percorso operativo coerente funzionale e logico mostrando buona flessibilità ideativa e compositiva 	<p>IL PRODOTTO EDITORIALE CARTACEO, lo stampato grafico</p> <ul style="list-style-type: none"> - Differenza e caratteristiche del significato espressivo e formale tra i diversi generi grafici - Gli elementi e loro funzioni delle parti che compongono la pagina editoriale - I diversi formati in funzione al tipo di comunicazione - Le regole compositive e di impaginazione i formati e l'impaginato timone e menabò strategia compositiva, tono di voce
<p>Operare correttamente scelte progettuali funzionanti ad una comunicazione efficace Elaborare e strutturare il segno e la forma seguendo schemi logici funzionali ed espressivi</p>	<ul style="list-style-type: none"> - analisi di esempi comunicativi diversi - attraverso il percorso progettuale sviluppa la comunicazione aziendale scegliendo il canale idoneo - sviluppare un annuncio tenendo conto della composizione e delle tensioni comunicative 	<p>L'ANNUNCIO PUBBLICITARIO L'ANNUNCIO SU STAMPA:</p> <ul style="list-style-type: none"> - gli elementi dell'annuncio - la composizione e le funzioni comunicative: tensioni e forze visive - le funzioni del messaggio visivo <p>L'AFFISSIONE:</p> <ul style="list-style-type: none"> - pubblicità esterna: mezzi e veicoli pubblicitari - pubblicità interna: il manifesto, la sua progettazione, la locandina

METODOLOGIE	STRUMENTI
<ul style="list-style-type: none"> • 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
<ul style="list-style-type: none"> - Elaborazione di esercitazioni grafiche inerenti all'argomento - verifiche scritte - discussione in classe 	<p>TRIMESTRE</p> <ul style="list-style-type: none"> - n.2 esercitazioni pratiche, - n.1 verifiche scritte, - discussioni orali al termine dell'unità o parte dello stesso <p>PENTAMESTRE</p> <ul style="list-style-type: none"> - n.3 esercitazioni pratiche, - n.2 verifiche scritte, - discussioni orali al termine dell'unità o parte dello stesso