



A.S. 2019/2020

AL DIRIGENTE SCOLASTICO
IIS "Gadda" - Paderno Dugnano

PROFILO DELLA CLASSE: **5L** DOCENTE: **Mastorillo Gaetana Nelita**
DOCENTE ITP: **De Marco Marco** MATERIA: **Progettazione Multimediale**
PROGRAMMA SVOLTO

LA COMUNICAZIONE PUBBLICITARIA

Il marketing e le sue funzioni;
Gli elementi del marketing mix
Conoscere il sistema della comunicazione pubblicitaria:
Le tecniche di persuasione e loro applicazione
L'agenzia pubblicitaria e le figure professionali (RIPASSO)

LA CAMPAGNA PUBBLICITARIA

La pubblicità commerciale: Product, Corporate e Brand advertising.
La pubblicità non commerciale: Comunicazione di parte (Advocacy e propaganda politica).
Comunicazione imparziale (Pubblicità pubblica e di utilità sociale).
I media e la pubblicità:
Campagna mono e multimediale;
Campagna mono o multi-soggetto;
Media mix;
Communication mix.

IL PIANO INTEGRATO DI COMUNICAZIONE

La copy strategy;
Promotion strategy;
Copy brief;
Il piano media.

ELEMENTI DI BASIC GRAPHIC DESIGN (RIPASSO)

Elementi di impaginazione, la gabbia e la pagina al vivo.
Nuclei di composizione grafica, disposizione degli elementi, accenni alla percezione visiva: simmetria, peso, figura, sfondo, composizione dinamica o statica (esercizi di analisi);
Il colore in pubblicità e le sue applicazioni alla comunicazione del tono di voce e del brand character.

LE IMMAGINI (FOTOGRAFICHE E VIDEO)

Le immagini comunicano: Il visual nella pubblicità. (RIPASSO)
Il prodotto audiovisivo: Il ritmo e i tempi della narrazione, le inquadrature e i movimenti di macchina.(RIPASSO)
Visione e analisi di SPOT commercial.

LA PUBBLICITA' OFFLINE

Comunicazione above the line
La struttura e il formato dell'oggetto pubblicitario:
L'annuncio pubblicitario a mezzo stampa (quotidiano, periodico);





Le affissioni pubblicitarie (pubblicità esterna, dinamica, affissione interna);
Gli spot cinematografici e televisivi;
Il comunicato radio.
Comunicazione below the line
Comunicazione non convenzionale:
Marketing emozionale;
Lo storytelling;
Marketing esperienziale sul punto vendita;
Guerriglia marketing.

LE FIGURE RETORICHE IN PUBBLICITÀ

Figure retoriche di significato (allegoria, iperbole, ironia, metafora, ossimoro, sinestesia, etc.)

Figure retoriche di suono (rima, allitterazione, onomatopoea, etc.)

LA PUBBLICITÀ ONLINE (CENNI)

Introduzione alla comunicazione below the line online:

Le forme della web advertising: banner; video; e-mail, newsletter; i social (concetto di contenuto "virale").

IL METODO PROGETTUALE (RIPASSO) APPLICATO ALLA CAMPAGNA PUBBLICITARIA E AD OGNI ESERCITAZIONE SVOLTA NELL'A.S.

Il design grafico, il metodo progettuale (schema di Bruno Munari). Il trend grafico.

Flusso di lavoro per l'allestimento di una comunicazione pubblicitaria:

- Fase conoscitiva e raccolta delle informazioni;
- Identificazione del problema e degli obiettivi;
- Formulazione di ipotesi strategiche;
- Creazione del concept;
- Il tono di voce;
- Il visual;
- Progettazione e produzione del messaggio pubblicitario;
- Verifica dei risultati.

Esercitazioni:

- **Esperienze sui metodi creativi:** brainstorming, mappa mentale, moodboard.
- **La campagna pubblicitaria:** (Simulazione d'esame) Progettazione della grafica della comunicazione promozionale per il prodotto YOGORÌ (pagina pubblicitaria e depliant).
- Studio di una Campagna di Prodotto da un brief assegnato: progettazione di marchio e manifesto per la campagna di lancio Animal Gum.
- **La campagna pubblicitaria multimediale:** Lo spot commerciale (visione e analisi) e confronto con gli altri veicoli pubblicitari mediante la copy strategy.
- Esperienze sull'uso del colore in comunicazione visiva a partire dall'analisi di case studies.
- **La pubblicità online:** Sviluppo di un banner animato con finalità No profit "Bullout".
- Simulazione di Seconda Prova dell'Esame di Stato.
- Ricerche e case study personali.
- Elaborazione di presentazioni interattive e esposizione partecipata (anche DAD).





ISTITUTO DI ISTRUZIONE SUPERIORE "C. E. GADDA"
Istruzione tecnica: Amministrazione, Finanza e Marketing - Grafica e Comunicazione
Istruzione Liceale: Liceo Linguistico - Liceo Scientifico



- Analisi di campagne pubblicitarie integrate e stesura di concept e copy strategy.

| METODI | STRUMENTI |
|------------------------------------|---|
| Lezione partecipata | Interrogazione |
| Uso di aule attrezzate | Risoluzione problema |
| Lavoro di gruppo | Prove a risposta chiusa e aperta |
| Discussione guidata | Esercizi e relazioni |
| Lezione multimediale | Prova di laboratorio |
| Lezione pratica | Prova pratica |
| Problem solving | Interrogazioni in remoto |
| Laboratori e aule attrezzate | Correzione e restituzione degli elaborati |
| Discussione guidata | Monitoraggio della partecipazione alle attività di DAD |
| Ricerche in rete e analisi di siti | Monitoraggio delle consegne e della puntualità delle consegne |
| Videolezioni asincrone | Condivisione materiali creati dal docente e link |
| Videolezioni sincrone | |
| Audiod lezioni asincrone | |

LA DOCENTE
Mastrorillo Gaetana Nelita

IL DOCENTE ITP
De Marco Marco

Paderno Dugnano__25/05/2020__

