

I.T.C.S. "ERASMO DA ROTTERDAM"

Liceo Artistico indirizzo Grafica - Liceo delle Scienze Umane opz. Economico sociale
ITI Informatica e telecomunicazioni - ITI Costruzioni, ambiente e territorio
Via Varalli, 24 - 20021 BOLLATE (MI) Tel. 023506460/75 – Fax 0233300549
MITD450009 – C.F. 97068290150



UNIONE EUROPEA

FONDI
STRUTTURALI
EUROPEI
pon
2014-2020



MIUR

Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca
Dipartimento per la Programmazione
Direzione Generale per interventi in materia di edilizia
scolistica, per la gestione dei fondi strutturali per
l'istruzione e per l'innovazione digitale
Ufficio IV

PER LA SCUOLA - COMPETENZE E AMBIENTI PER L'APPRENDIMENTO (FSE-FESR)

PROGRAMMA CONSUNTIVO

Codice Mod. **RQ 23.2** Pag.
1 / 5

A.S.	2019-2020		
DOCENTE	VINCENZA STRAZZA		
DISCIPLINA	LINGUA E CULTURA INGLESE		
CLASSE	4D	INDIRIZZO	LICEO ART. INDIR. GRAFICA

	TITOLO DEL MODULO	Contenuti Svolti
--	-------------------	------------------

1	SUMMER WORK	IN APERTURA DI ANNO SCOLASTICO SONO STATI ESAMINATI CONTENUTO, PERSONAGGI E TEMATICHE PRINCIPALI DEL TESTO ASSEGNATO COME LETTURA ESTIVA: FRANKENSTEIN DI MARY SHELLEY . VERIFICA A CONCLUSIONE.
---	--------------------	---

LANGUAGE IMPROVEMENT COMPETENZA LINGUISTICO-COMUNICATIVA

Lo sviluppo della competenza linguistico-comunicativa si è avvalsa delle attività presentate nel testo :
Performer B2 di Spiazzi, Tavella, Layton ed. Zanichelli.

2	Unit 4, The Crime scene	Funzioni linguistiche: <ul style="list-style-type: none">- esprimere opinioni in modo personale e/o neutrale- descrivere immagini in dettaglio- confrontare immagini- presentare fatti Strutture grammaticali: <ul style="list-style-type: none">- modali di abilità, possibilità, permesso- <i>could/manage to/succeed in/be able to</i>- modali di deduzione- modali di obbligo, necessità, consiglio - <i>need</i> Lessico: <ul style="list-style-type: none">- espressioni riguardanti il crimine
---	------------------------------------	--

I.T.C.S. "ERASMO DA ROTTERDAM"

Liceo Artistico indirizzo Grafica - Liceo delle Scienze Umane opz. Economico sociale
ITI Informatica e telecomunicazioni - ITI Costruzioni, ambiente e territorio
Via Varalli, 24 - 20021 BOLLATE (MI) Tel. 023506460/75 – Fax 0233300549
MITD450009 – C.F. 97068290150



UNIONE EUROPEA

FONDI
STRUTTURALI
EUROPEI
pon
2014-2020



MIUR

Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca
Dipartimento per la Programmazione
Direzione Generale per interventi in materia di edilizia
scolastica, per la gestione dei fondi strutturali per
l'istruzione e per l'innovazione digitale
Ufficio IV

PER LA SCUOLA - COMPETENZE E AMBIENTI PER L'APPRENDIMENTO (FSE-FESR)

PROGRAMMA CONSUNTIVO

Codice Mod. **RQ 23.2** Pag.
2 / 5

		<p>Key language for social competence:</p> <ul style="list-style-type: none">- descrivere immagini in dettaglio- mettere a confronto immagini- esprimere la propria opinioni- presentare fatti, opinioni neutrali o personali in un articolo <p>Competenze chiave: Competenze del 21° secolo:</p> <ul style="list-style-type: none">- iniziativa e autodeterminazione- <i>taking responsibility (Learn by doing)</i> <p>Towards Invalsi</p>
3	Unit 5, Global issues	<p>Funzioni linguistiche:</p> <ul style="list-style-type: none">- esprimere opinioni in modo personale e/o neutrale- DESCRIVERE IMMAGINI IN DETTAGLIO- CONFRONTARE IMMAGINI- presentare fatti <p>Strutture grammaticali:</p> <ul style="list-style-type: none">- <i>Conditional sentences</i>: tipo 1,2,3 e misto- esprimere desideri e dispiaceri (<i>wishes and regrets</i>) <p>Lessico:</p> <ul style="list-style-type: none">- espressioni riguardanti problematiche globali- <i>PHRASAL VERBS</i> CONCERNENTI PROBLEMATICHE GLOBALI- <i>WORD FORMATION</i>: SUFFISSI PER LA COSTRUZIONE DI PAROLE ASTRATTE <p>Key language for social competence:</p> <ul style="list-style-type: none">- mettere a confronto varie possibilità- email informale <p>Competenze chiave: Competenze del 21° secolo:</p> <ul style="list-style-type: none">- abilità sociali e interculturali- <i>creating new ideas</i>

4	<p>Unit 6 Meet the arts</p>	<p>Funzioni linguistiche:</p> <ul style="list-style-type: none"> - coinvolgere un interlocutore nella discussione - ESPRIMERE IL PROPRIO PUNTO DI VISTA - - ESPRIMERE OPINIONI POSITIVE E/O NEGATIV - esprimere un'opinione a conclusione di un discorso <p>Strutture grammaticali: - comparativi / SUPERLATIVI - ESPRESSIONI CON ICOMPARATIVI - MODIFICATORI DI COMPARATIVI - LINKERS DI MODO: <i>LIKE/AS</i></p> <p>Lessico</p> <ul style="list-style-type: none"> - espressioni riguardanti l'arte - <i>PHRASAL VERBS</i> USATI NELL'AMBITO ARTISTICO - <i>word formation</i>: compound words <p>Key language for social competence:</p> <ul style="list-style-type: none"> - coinvolgere qualcun altro nella conversazione - esprimere il proprio punto di vista - esprimere opinioni positive/negative/per concludere <p>Competenze chiave: Competenze del 21° secolo: - creatività e innovazione - <i>thinking creatively</i> (<i>Learn by doing</i>)</p> <p>Towards Invalsi</p>
5	<p>ATTIVITÀ AGGIUNTIVE</p>	<ul style="list-style-type: none"> • GROUP WORK: STREET ART, GRAFFITI AND LAND ART • WEB SEARCH AND MAPPING: <ul style="list-style-type: none"> - THE THE UNITED NATIONS - GRETA THUNBERG AND CLIMATE CHANGE

SPECIFIC TARGET SUBJECT AREAS

DAL TESTO: **"ART TODAY. ENGLISH FOR VISUAL AND MULTIMEDIA ART. CLIL FOR ENGLISH. SECOND EDITION"** DI CLEGG E ORLANDI, EDIZ. CLITT

6	DESIGN AND ADVERTISING UNIT 4 FAMOUS LOGOS	<ul style="list-style-type: none"> - 5 PRINCIPLES OF EFFECTIVE LOGO DESIGN - COCA COLA VS PEPSI COLA - FOUR FAMOUS LOGOS (NBC / BMW / THE WHITE HOUSE/ KELLOG'S) = DESCRIZIONE E COMMENTO - L'IMPORTANZA DEI COLORI - EVOLUTION OF THE IKEA LOGO
7	DESIGN AND ADVERTISING UNIT 5 ADVERTISING, ITS VOCABULARY AND SLOGANS	<ul style="list-style-type: none"> - LESSICO
8	DESIGN AND ADVERTISING UNIT 6 THE LANGUAGE OF ADVERTISING	<ul style="list-style-type: none"> - THE TOP TEN WORDS IN ADVERTISING
9	DESIGN AND ADVERTISING UNIT 7 COLOURS IN ADVERTISING	<ul style="list-style-type: none"> - ASSOCIATIONS OF COLOURS AND MEANING IN DIFFERENT CULTURES
10	DESIGN AND ADVERTISING THE PSYCHOLOGY OF ADVERTISING	<p>(FOTOCOPIE FORNITE DALL'INSEGNANTE)</p> <ul style="list-style-type: none"> - COMMENTO DI MESSAGGI PUBBLICITARI E COMMERCIALS (DESCRIPTION/PSYCHOLOGICAL APPEAL/ APPROPRIATENESS/TARGET AUDIENCE/GINGLE ETC).

STRUMENTI / SUSSIDI DIDATTICI

LIBRI DI TESTO IN ADOZIONE:

- PERFORMER B2, SPIAZZI, TAVELLA, LYTON, EDIZ. ZANICHELLI
- ART TODAY, CLEGG, ORLANDI, REGAZZI, EDIZ. CLITT

FOTOCOPIE, LIM, LABORATORIO LINGUISTICO, MATERIALE E ATTIVITA' ON LINE, PIATTAFORMA MOODLE

VERIFICHE E VALUTAZIONI

E' STATO ASSEGNATO UN CONGRUO NUMERO DI VERIFICHE SCRITTE E ORALI.
PER LA VALUTAZIONE FINALE DEL TRIMESTRE SI È TENUTO CONTO ANCHE DELLE ATTIVITÀ SVILUPPATE COME LAVORO A CASA.

IN MODALITÀ DAD LE VERIFICHE SCRITTE SONO STATE SOMMINISTRATE ATTRAVERSO LA PIATTAFORMA MOODLE; PER QUANTO CONCERNE LE ABILITÀ ORALI GLI STUDENTI SONO STATI MONITORATI DURANTE LE LEZIONI A DISTANZA E ATTRAVERSO UNA VERIFICA ORALE, SEMPRE A DISTANZA. LE VALUTAZIONI HANNO TENUTO CONTO ANCHE DELLA FREQUENZA ALLE LEZIONI, DELLA PARTECIPAZIONE E DEL COMPLETAMENTO DELLE ATTIVITÀ ASSEGNATE DI VOLTA IN VOLTA.

ATTIVITÀ DI RECUPERO

SONO STATE PROPOSTE ATTIVITÀ DI RECUPERO IN ITINERE PER COLMARE LE CARENZE EMERSE.
IN DAD SONO STATE RICHIESTE ATTIVITÀ SUPPLEMENTARI.

NOTE

DURANTE IL PERIODO DI DAD IL PROGRAMMA È STATO SVOLTO IN REMOTO ATTRAVERSO LA PIATTAFORMA ZOOM CON DUE ORE DI LEZIONE ALLA SETTIMANA E COMPLETATO ATTRAVERSO ATTIVITÀ SULLA PIATTAFORMA MOODLE.

Data

12/06/2020

LA DOCENTE

V. STRAZZA