

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)

PROGRAMMAZIONE PREVENTIVA (con Insegnante Tecnico Pratico)

Codice Mod. **RQ 10.3** Pag. 1 / 5

A.S.	2019/2020	DOCENTI	PALMA LUCIA BARBATO PALMALETIZIA
DISCIPLINA	DISCIPLINE GRAFICHE		
CLASSE	4D 4E	INDIRIZZO	LICEO ARTISTICO INDIRIZZO GRAFICO

COMPETENZE

CONOSCERE E SAPER GESTIRE, IN MANIERA AUTONOMA, I PROCESSI CREATIVI, PROGETTUALI ED OPERATIVI INERENTI IL LINGUAGGIO GRAFICO-VISUALE, IL *GRAPHIC/VISUAL DESIGN*, INDIVIDUANDO, SIA NELL'ANALISI E NELLA PROPRIA PRODUZIONE SIA NELLA PROGETTAZIONE, GLI ASPETTI COMUNICATIVI, ESTETICI, CONCETTUALI, ESPRESSIVI, COMMERCIALI E FUNZIONALI CHE INTERAGISCONO E CARATTERIZZANO LA COMUNICAZIONE VISIVA.

N°	Titolo del modulo	Contenuti	Attività di laboratorio (se previste)	Obiettivi disciplinari	Periodo
----	-------------------	-----------	--	------------------------	---------

E-mail: MITD450009@istruzione.it PEC: MITD450009@pec.istruzione.it
Sito web: www.itcserasmo.it



1	SEGNI E SIMBOLI. MARCHI. SEGNALETICA	<p>LE COMPONENTI DEL MESSAGGIO NELLA COMUNICAZIONE VISIVA E PUBBLICITARIA: IL MITTENTE; IL MESSAGGIO; IL DESTINATARIO; I CODICI; I LINGUAGGI VERBALI E NON VERBALI; I SEGNI; LE ICONE; I SIMBOLI.</p>	/	<ul style="list-style-type: none"> • CONOSCERE E SAPER APPLICARE, IN MODO ADEGUATO, I PRINCIPI ESSENZIALI DELLA PERCEZIONE VISIVA E DELLA COMPOSIZIONE DELLA FORMA GRAFICO-ESPRESSIVA. • SAPER INDIVIDUARE LE CORRETTE PROCEDURE DI APPROCCIO NEL RAPPORTO PROGETTO-PRODOTTO- CONTESTO, NELLE FUNZIONI RELATIVE ALLA COMUNICAZIONE VISIVA E GRAFICO-PUBBLICITARIA. • LE COMPONENTI DEL MESSAGGIO NELLA COMUNICAZIONE VISIVA E PUBBLICITARIA: IL MITTENTE; IL MESSAGGIO; IL DESTINATARIO; I CODICI; I LINGUAGGI VERBALI E NON VERBALI; I SEGNI; LE ICONE; I SIMBOLI. 	SETTEMBRE
2	PRODOTTI EDITORIALI ED I LORO CORRELATI	<p>LE CARATTERISTICHE INTRINSECHE DEI DIVERSI PRODOTTI EDITORIALI ED I LORO CORRELATI: ANALISI DELLA COMMITENZA, DEI CONCORRENTI E DEI CONTENUTI AI FINI DEL PROGETTO; FORMULARE ED ARGOMENTARE UN PROGETTO GRAFICO SCEGLIENDO I FORMATI, LE GABBIE, I CARATTERI, I COLORI; INDIVIDUARE LE ICONOGRAFIE DI RIFERIMENTO.</p>	/	<ul style="list-style-type: none"> • CONOSCERE E SAPER APPLICARE, IN MODO ADEGUATO, I PRINCIPI DELLA COMPOSIZIONE DELLA FORMA GRAFICO-ESPRESSIVA. • SAPER INDIVIDUARE LE CORRETTE PROCEDURE DI APPROCCIO NEL RAPPORTO PROGETTO-PRODOTTO- CONTESTO, NELLE FUNZIONI RELATIVE ALLA COMUNICAZIONE VISIVA E GRAFICO-PUBBLICITARIA. 	OTTOBRE
3	PROGETTO EDITORIALE	<p>ESERCITAZIONI APPLICATIVE: GLI SCHIZZI PRELIMINARI; LA STESURA DEL BOZZETTO GRAFICO; LA COMPOSIZIONE DEL TESTO; LA ELABORAZIONE DEL PROGETTO GRAFICO PER L'EDITORIA.</p>	/	<ul style="list-style-type: none"> • CONOSCERE E SAPER APPLICARE, IN MODO ADEGUATO, I PRINCIPI ESSENZIALI DELLA PERCEZIONE VISIVA E DELLA COMPOSIZIONE DELLA FORMA GRAFICO-ESPRESSIVA. • SAPER INDIVIDUARE LE CORRETTE PROCEDURE DI APPROCCIO NEL RAPPORTO PROGETTO-PRODOTTO- CONTESTO, NELLE FUNZIONI RELATIVE ALLA COMUNICAZIONE VISIVA E GRAFICO-PUBBLICITARIA. 	NOVEMBRE

4	IMMAGINE COORDINATA DI BASE E ALLARGATA	INTRODUZIONE ALL'AMBITO DELL'IMMAGINE COORDINATA: LA VESTIZIONE GRAFICA; LE STRATEGIE COMUNICATIVE. I PRODOTTI DI BASE: MARCHIO, CARTA INTESATA, BUSTA E BIGLIETTO DA VISITA. BROCHURE, PIEGHEVOLI.		<ul style="list-style-type: none"> • CONOSCERE E SAPER APPLICARE, IN MODO ADEGUATO, I PRINCIPI ESSENZIALI DELLA PERCEZIONE VISIVA E DELLA COMPOSIZIONE DELLA FORMA GRAFICO-ESPRESSIVA. • SAPER INDIVIDUARE LE CORRETTE PROCEDURE DI APPROCCIO NEL RAPPORTO PROGETTO-PRODOTTO- CONTESTO, NELLE FUNZIONI RELATIVE ALLA COMUNICAZIONE VISIVA E GRAFICO-PUBBLICITARIA. 	DICEMBRE
5	PACKAGING E IDENTITÀ VISIVA	INTRODUZIONE ALL'AMBITO DEL <i>PACKAGING</i> : LA VESTIZIONE GRAFICA DI UN PRODOTTO; LE STRATEGIE COMUNICATIVE; DECLINARE L'ABBIGLIAMENTO DI UNA CONFEZIONE CON UNA IDENTITÀ VISIVA PRESTABILITA.	studio di confezioni ed esercitazioni sul packaging	<ul style="list-style-type: none"> • CONOSCERE E SAPER APPLICARE, IN MODO ADEGUATO, I PRINCIPI ESSENZIALI DELLA PERCEZIONE VISIVA E DELLA COMPOSIZIONE DELLA FORMA GRAFICO-ESPRESSIVA. • SAPER INDIVIDUARE LE CORRETTE PROCEDURE DI APPROCCIO NEL RAPPORTO PROGETTO-PRODOTTO- CONTESTO, NELLE FUNZIONI RELATIVE ALLA COMUNICAZIONE VISIVA E GRAFICO-PUBBLICITARIA. 	GENNAIO
6	MANIFESTO LOCANDINA POSTER	INTRODUZIONE STORICA ANALISI ICONOGRAFICA PROGETTAZIONE DI UN MANIFESTO A TEMA E LA CAPACITÀ DI CREARE SENSO CON LE IMMAGINI. ACQUISIRE LA CONSAPEVOLEZZA CHE UN MEZZO PUBBLICITARIO PUÒ DIVENTARE ANCHE UN MEZZO DI DIVULGAZIONE CULTURALE E SOCIALE	LETTURA DI MANIFESTI, POSTER	ACQUISIRE LA CONSAPEVOLEZZA CHE UN MEZZO PUBBLICITARIO PUÒ DIVENTARE ANCHE UN MEZZO DI DIVULGAZIONE CULTURALE E SOCIALE	FEBBRAIO

7	ILLUSTRAZIONI CON FINALITÀ PUBBLICITARIE E/O EDITORIALI	ANALISI DEI FONDAMENTI CULTURALI E SOCIALI NEL PROCESSO COMUNICATIVO: LE MODALITÀ DI FUNZIONAMENTO E LA CAPACITÀ DI CREARE SENSO CON LE IMMAGINI.	/	<ul style="list-style-type: none"> • CONOSCERE E SAPER APPLICARE, IN MODO ADEGUATO, I PRINCIPI ESSENZIALI DELLA PERCEZIONE VISIVA E DELLA COMPOSIZIONE DELLA FORMA GRAFICO-ESPRESSIVA. • SAPER INDIVIDUARE LE CORRETTE PROCEDURE DI APPROCCIO NEL RAPPORTO PROGETTO-PRODOTTO- CONTESTO, NELLE FUNZIONI RELATIVE ALLA COMUNICAZIONE VISIVA E GRAFICO-PUBBLICITARIA. ANALISI DEI FONDAMENTI CULTURALI E SOCIALI NEL PROCESSO COMUNICATIVO: LE MODALITÀ DI FUNZIONAMENTO E LA CAPACITÀ DI CREARE SENSO CON LE IMMAGINI. 	MARZO
8	FOTOGRAFIA	LA FOTOGRAFIA: INDAGINE LINGUISTICO-ESPRESSIVA; ANALIZZARE I CONCETTI FONDAMENTALI DEL "SAPER VEDERE" E DEL "SAPER LEGGERE" LE IMMAGINI FOTOGRAFICHE, SOPRATTUTTO IN FUNZIONE DELLA PROGETTUALITÀ GRAFICO-PUBBLICITARIA.		SAPER INDIVIDUARE LE CORRETTE PROCEDURE DI APPROCCIO NEL RAPPORTO PROGETTO-PRODOTTO- CONTESTO, NELLE FUNZIONI RELATIVE ALLA COMUNICAZIONE VISIVA E GRAFICO-PUBBLICITARIA.	APRILE
9	LA CARTA E LE TECNICHE DI STAMPA	LA CARTA QUALE SUPPORTO E VEICOLO PUBBLICITARIO, SCELTA ADEGUATA DELLA CARTA. TECNICHE DI STAMPA ARTIGIANALI ED INDUSTRIALI	/	CONOSCERE LE TECNOLOGIE E I MATERIALI DI STAMPA	MAGGIO/GIUGNO

Data 18/01/2020

Il Docente

LUCIA PALMA
PALMALETIZIA BARBATO

