

**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.	2020/2021	DOCENTI	BARBATO PALMALETIZIA, GIUSEPPINA LATORRE, GIUSEPPE DI FRANCESCO
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
----	-------------------	-----------	------------------------------------------	------------------------	---------

1	<b>SEGNI E SIMBOLI. MARCHI. SEGNALETICA</b>	IL SEGNO GRAFICO, PITTOGRAMMA E ICONA, ISOTYPE, IL MARCHIO, FUNZIONE COMUNICATIVA E COMMERCIALE, PITTOGRAMMA E LOGOTIPO, CONTENUTI ESPRESSIVI DEL MARCHIO E TECNICHE DI PRODUZIONE COMPONENTI DEL MESSAGGIO NELLA COMUNICAZIONE VISIVA: IL MITTENTE; IL MESSAGGIO; IL DESTINATARIO; I CODICI; I LINGUAGGI VERBALI E NON VERBALI	ESERCITAZIONI ED ESEMPI	<ul style="list-style-type: none"> <li>• CONOSCERE E SAPER APPLICARE, IN MODO ADEGUATO, I PRINCIPI ESSENZIALI DELLA PERCEZIONE VISIVA E DELLA COMPOSIZIONE DELLA FORMA GRAFICO-ESPRESSIVA.</li> <li>• SAPER INDIVIDUARE LE CORRETTE PROCEDURE DI APPROCCIO NEL RAPPORTO PROGETTO-PRODOTTO- CONTESTO, NELLE FUNZIONI RELATIVE ALLA COMUNICAZIONE VISIVA E GRAFICO-PUBBLICITARIA.</li> <li>• 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.</li> </ul>	<p>I MESI CITATI NON SONO VINCOLANTI, OGNI DOCENTE PROVEDE NEL PROPRIO PIANO DI LAVORO AD INSERIRE I DIVERSI ARGOMENTI CITATI NELLA PROGRAMMAZIONE SCEGLIENDO I PROPRI TEMPI E LA PROPRIA SCALETТА</p> <p>SETTEMBRE</p>
2	<b>PRODOTTI EDITORIALI E I LORO CORRELATI</b>	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>IL DOCENTE SCEGLIE TRA LE DIVERSE TIPOLOGIE DI PRODOTTO EDITORIALE</p> <p>ESEMPI ESERCITAZIONI</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• CONOSCERE E SAPER APPLICARE, IN MODO ADEGUATO, I PRINCIPI DELLA COMPOSIZIONE DELLA FORMA GRAFICO-ESPRESSIVA.</li> <li>• SAPER INDIVIDUARE LE CORRETTE PROCEDURE DI APPROCCIO NEL RAPPORTO PROGETTO-PRODOTTO- CONTESTO, NELLE FUNZIONI RELATIVE ALLA COMUNICAZIONE VISIVA E GRAFICO-PUBBLICITARIA.</li> </ul>	OTTOBRE
3	<b>PROGETTO EDITORIALE</b>	ESERCITAZIONI APPLICATIVE: GLI SCHIZZI PRELIMINARI; LA STESURA DEL BOZZETTO GRAFICO; LA COMPOSIZIONE DEL TESTO; LA ELABORAZIONE DEL PROGETTO GRAFICO PER L'EDITORIA.	SVILUPPO DI UN PROGETTO FINO AL MANUALE DI PRESENTAZIONE SIA CARTACEO CHE DIGITALE	<ul style="list-style-type: none"> <li>• CONOSCERE E SAPER APPLICARE, IN MODO ADEGUATO, I PRINCIPI ESSENZIALI DELLA PERCEZIONE VISIVA E DELLA COMPOSIZIONE DELLA FORMA GRAFICO-ESPRESSIVA.</li> <li>• SAPER INDIVIDUARE LE CORRETTE PROCEDURE DI APPROCCIO NEL RAPPORTO PROGETTO-PRODOTTO- CONTESTO, NELLE FUNZIONI RELATIVE ALLA COMUNICAZIONE VISIVA E GRAFICO-PUBBLICITARIA.</li> </ul>	NOVEMBRE

4	<b>IMMAGINE COORDINATA DI BASE E ALLARGATA</b>	INTRODUZIONE ALL'AMBITO DELL'IMMAGINE COORDINATA: LA VESTIZIONE GRAFICA; LE STRATEGIE COMUNICATIVE. I PRODOTTI DI BASE: MARCHIO, CARTA INTESTATA, BUSTA E BIGLIETTO DA VISITA. BROCHURE, PIEGHEVOLI.	ESERCITAZIONI ATTRAVERSO PROGETTI	<ul style="list-style-type: none"> <li>• CONOSCERE E SAPER APPLICARE, IN MODO ADEGUATO, I PRINCIPI ESSENZIALI DELLA PERCEZIONE VISIVA E DELLA COMPOSIZIONE DELLA FORMA GRAFICO-ESPRESSIVA.</li> <li>• SAPER INDIVIDUARE LE CORRETTE PROCEDURE DI APPROCCIO NEL RAPPORTO PROGETTO-PRODOTTO- CONTESTO, NELLE FUNZIONI RELATIVE ALLA COMUNICAZIONE VISIVA E GRAFICO-PUBBLICITARIA.</li> </ul>	DICEMBRE
5	<b>PACKAGING IDENTITÀ VISIVA</b>	INTRODUZIONE ALL'AMBITO DEL <i>PACKAGING</i> : LA VESTIZIONE GRAFICA DI UN PRODOTTO; LE STRATEGIE COMUNICATIVE; <b>DECLINARE L'ABBIGLIAMENTO</b> DI UNA CONFEZIONE CON UNA IDENTITÀ VISIVA PRESTABILITA.	STUDIO PER UNA CONFEZIONE  ESERCITAZIONI SU DIVERSI MODELLI DI PACKAGING  PROGETTAZIONE DI UN PACKAGING	<ul style="list-style-type: none"> <li>• CONOSCERE E SAPER APPLICARE, IN MODO ADEGUATO, I PRINCIPI ESSENZIALI DELLA PERCEZIONE VISIVA E DELLA COMPOSIZIONE DELLA FORMA GRAFICO-ESPRESSIVA.</li> <li>• SAPER INDIVIDUARE LE CORRETTE PROCEDURE DI APPROCCIO NEL RAPPORTO PROGETTO-PRODOTTO- CONTESTO, NELLE FUNZIONI RELATIVE ALLA COMUNICAZIONE VISIVA E GRAFICO-PUBBLICITARIA.</li> </ul>	GENNAIO
6	<b>MANIFESTO LOCANDINA POSTER</b>	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 ESERCITAZIONI	ACQUISIRE LA CONSAPEVOLEZZA CHE UN MEZZO PUBBLICITARIO PUÒ DIVENTARE ANCHE UN MEZZO DI DIVULGAZIONE CULTURALE E SOCIALE	FEBBRAIO

7	<b>ILLUSTRAZIONI CON FINALITÀ PUBBLICITARIE E/O EDITORIALI</b>	ANALISI DEI FONDAMENTI CULTURALI E SOCIALI NEL PROCESSO COMUNICATIVO: LE MODALITÀ DI FUNZIONAMENTO E LA CAPACITÀ DI CREARE SENSO CON LE IMMAGINI. AMPLIAMENTO DELLE TECNICHE GRAFICHE MANUALI DI RAPPRESENTAZIONE CONOSCENZA E STUDIO DEI PRINCIPALI ILLUSTRATORI DEL PASSATO E CONTEMPORANEI. APPROFONDIMENTI GRAFICI E STILISTICI	ESEMPI, ESERCITAZIONI SU TECNICHE DI RAPPRESENTAZIONE PER STIMOLARE CREATIVITÀ E ORIGINALITÀ ESPRESSIVA.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• CONOSCERE E SAPER APPLICARE, IN MODO ADEGUATO, I PRINCIPI ESSENZIALI DELLA PERCEZIONE VISIVA E DELLA COMPOSIZIONE DELLA FORMA GRAFICO-ESPRESSIVA.</li> <li>• 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</li> <li>• PRENDERE AD ESEMPIO IL PASSATO E CONOSCERE LO STILE CONTEMPORANEO</li> </ul>	MARZO
9	<b>LA CARTA</b>	CARTA COME SUPPORTO E SCELTA ADEGUATA ALLE DIVERSE TIPOLOGIE, LA PRODUZIONE FORMATI UNIFICATI.	ESEMPI	CONOSCERE IL PROCESSO DI FABBRICAZIONE DELLA CARTA, GESTIRE LA CARTA DURANTE I PROCESSI DI STAMPA SCEGLIERE I FORMATI ADEGUATI PER UNO SPECIFICO PROGETTO	MAGGIO/GIUGNO

Data 16/01/2021

Il Docente

PALMALETIZIA BARBATO  
GIUSEPPINA LATORRE  
GIUSEPPE DI FRANCESCO

