




<p style="text-align: center;">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</p>			
			
		<p style="font-size: small;">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</p>	
<p style="font-size: x-small;">PER LA SCUOLA - COMPETENZE E AMBIENTI PER L'APPRENDIMENTO (FSE-FESR)</p>			
Programmazione			
A.S.	2020-2021	Docente	Giuseppe Difrancesco
Disciplina	Discipline grafiche		
Classe	5°D	Indirizzo	Liceo artistico indirizzo grafica

Criteri di valutazione

Le valutazioni, che si sono svolte tramite verifiche orali e valutazione dei progetti, hanno tenuto in considerazione la crescita personale e lo sviluppo di capacità, abilità e competenze. I parametri di valutazione utilizzati, sono quelli individuati dalle griglie di valutazione dell'istituto.

	TITOLO DEL MODULO	CONTENUTI SVOLTI
1 Parte teorica	Il marchio	Cosa è un marchio, cosa possiamo registrare come marchio: parole, suoni, cifre, colori, forme, disegni, nomi e lettere. Il marchio collettivo, territorialità del marchio, requisiti di validità del marchio, novità, liceità e capacità distintiva. I diritti esclusivi del titolare del marchio. Registrazione, durata, rinnovo e decadenza. Convalidazione, marchi di fatto e domain names.
2 Parte pratica	Progettazione del logotipo Ecofè	Progettazione, studio e realizzazione del logotipo Ecofè. Realizzazione della moodboard, e palette colori, progettazione del logotipo, del packaging per una confezione di caffè, applicazione del brand su una tazza e su un piattino, mock-up dei prodotti realizzati, progettazione del manuale d'immagine con le specifiche di applicazione del logotipo, negativi e positivi, prove di leggibilità, prove colori.
3 Parte teorica	Gestione del colore	I caratteri, la nomenclatura e l'anatomia dei caratteri (cenni). Teoria del colore, sintesi additiva e sottrattiva, teoria di Newton, sistema RGB e CMYK, funzione comunicativa del colore, luci, ombre, chiaroscuro e volume. Tipi di ombre e illuminazioni. I colori sullo schermo, i monitor dei computer, come il monitor ricostruisce le immagini e caratteristiche tecniche dei monitor. Dati tecnici per la realizzazione di elaborati grafici per il monitor. Formati di lavoro, caratteristiche delle immagini a bassa risoluzione, i caratteri per lo schermo, photoshop e la pixel map per internet,

		web safe, DPI e pixel.
4 Parte pratica	Infografica	Le infografiche, importanze delle icone, pittogramma e ideogramma, comunicazione visiva e scritta. infografiche di processo, informative, linee del tempo e geografiche (cenni). Progettazione e studio della moodboard, ricerca della font e paletta colori, progettazione delle icone in base alla traccia scelta. Infografica di processo sulla produzione del vino, parmigiano o caffè. Presentazione del progetto.
5 Parte teorica	Immagine coordinata	La carta intestata, busta, biglietto da visita, segue pagina, modulo aziendale applicazione dell'immagine coordinata e il manuale di immagine. Il pieghevole, volantino, brochure, funzioni e contenuti. Invito, manifesto locandina e poster, elementi comuni: testimonial, visual, headline, pack shot, bodycopy e payoff. La pubblicità, la campagna pubblicitaria, annuncio e contenuti. Campagna pubblicitaria integrata.
6 Parte pratica	Progetto Il bel paese.	Studio, progettazione e realizzazione del logotipo Il bel paese. Progettazione della moodboard, paletta colori e ricerca font. Sviluppo e studio del marchio. Progettazione e realizzazione del manuale di immagine. Progettazione del biglietto da visita, gift card, etichetta per una bottiglia di vino e applicazione tramite mock-up, progettazione del pieghevole informativo, locandina pubblicitaria e menù.
7 Parte teorica	Packaging	Il packaging, tipologie e usi, funzioni del packaging, imballaggi primari, secondari e terziari, etichette, carte da imballo e tessili, tag, scatole, terminologia specifica (cenni). Valenza grafico comunicativa e commerciale del packaging.
8 Parte pratica	Restyling del marchio e progettazione del C.V. personale.	Progettazione del restyling di un marchio già soggetto di studio e ricerca, sviluppo delle tavole espositive dello sviluppo del marchio, progetto di restyling e prodotto finito. Impostazione di un C.V. personale. Gestione delle griglie di impaginazione sviluppo delle icone.
9 Parte teorica	La pubblicità	Definizione di pubblicità, caratteristiche, grafica e pubblicità, generi pubblicitari, campagna pubblicitaria, flusso di lavoro, il tono e il visual. La realizzazione tecnica. Progettazione dall'idea all'esecutivo, tecniche, tempo, forme, formati e contenuti. I mezzi pubblicitari: stampa, affissione, pubblicità dinamica, sul punto vendita, televisione, spot televisivo, sulla rete e pubblicità indiretta. L'agenzia, reparto account, planning, media, creativo e produzione esecutivi. Dal brief alla campagna.

10 Parte pratica	Progetto FAI	Studio, progettazione e realizzazione di una campagna pubblicitaria per le giornate di primavera del FAI. Introduzione al FAI e alla sua missione, i luoghi del FAI, individuazione di un luogo di interesse e progettazione del biglietto di ingresso al luogo di interesse, locandina e cartolina commemorativa.
11 Parte teorica	I protagonisti della grafica	Alcuni dei principali grafici e artisti attivi nel settore grafico, argomento trattato in modalità classe capovolta, con la progettazione ed esposizione di un elaborato di gruppo o individuale sui seguenti autori: Bob Noorda, Depero, Toulouse-Lautrec, Mucha, Dudovich e Munari. Per ogni autore, singolarmente, verrà realizzato un manifesto per una mostra.
12 Parte teorica	Il marketing applicato al museo	Le fasi della progettazione strategica, analisi dell'ambiente e delle risorse, formulazione delle strategie e dei traguardi, ticketing, membership, servizi aggiuntivi, il museo nell'era dei social media.
13 Parte teorica	Tecnologie e tecniche di stampa	(Cenni) Principali processi e tecnologie di stampa, evoluzione del sistema di DTP.
14 Parte teorica	Le immagini comunicano	Autoproduzione e stili visivi, il copyright, la fotografia, generi fotografici, la fotografia nella pubblicità, il grafico e la fotografia.
15 Parte pratica	Esercitazione	Esercitazione guidata in classe, grafica e composizione, impiego delle tecniche acquisite nel campo della comunicazione.

Bollate

Per la classe:

Il docente
Giuseppe Difrancesco