CONFALONIERIDECHIRICO
ISTITUTO DI ISTRUZIONE SUPERIORE

Ministero dell'Istruzione dell'Università e della Ricerca

Istituto d'Istruzione Superiore "Confalonieri De Chirico"

Istituto **P**rofessionale di Stato per i **S**ervizi **C**ommerciali - **L**iceo **A**rtistico - **I**stituto **T**ecnico **T**ecnologico **G**rafica e **C**omunicazione

Via B.M. de Mattias, 5 - 00183 Roma - Tel. 06121122085/86 – CF 80200610584

e-mail: rmis09700a @istruzione.it PEC: rmis09700a@pec.istruzione.it

PROGETTAZIONE DEL DIPARTIMENTO DI GRAFICA

ISTITUTO PROFESSIONALE

"DESIGN DELLA COMUNICAZIONE VISIVA E DELLA PUBBLICITA'"

A.S. 2024 / 25

AI

DIRETTORE DI DIPARTIMENTO DI GRAFICA	Santori Irene	
DOCENTI DEL DIPARTIMENTO		
Tiziana Carta	Alessandro Giuliani	Laura Passetti
Antonio Roccaldo	Marco Sortino	Sabina Urbinati
Marco Tosti	Veronica Di Sabatino	
Davide Tomaselli	Giuseppina Piccolo	

QUADRO ORARIO ANNUALE ISTITUTO PROFESSIONALE

TECNICHE PROFESSIONALI DEI SERVIZI COMMERCIALI PUBBLICITARI ***Laboratorio di tecniche della comunicazione multimediale (in compresenza)***	ULTIMO BIENNIO	
	4^ ANNO	5^ ANNO
	264 ORE *di cui 66 ore in compresenza*	264 ORE *di cui 66 ore in compresenza*

FINALITÀ EDUCATIVE DELL'INSEGNAMENTO, ARTICOLAZIONE DEL CURRICOLO VERTICALE

La progettazione di dipartimento è un riferimento di base per le programmazioni dei singoli docenti, dai quali può essere ampliata e adattata alla classe. Il Dipartimento stabilisce l'articolazione del curricolo verticale comprensivo delle competenze generali e degli obiettivi minimi in cui sono articolate competenze, abilità e conoscenze. Le due discipline d'indirizzo lavorano in sinergia per una formazione completa dello studente. La scansione temporale delle unità potrebbe essere diversa in base alle esigenze interne della classe o a causa di fattori esterni (partecipazioni a concorsi, PCTO, etc…)

COMPETENZE CHIAVE DI CITTADINANZA	**CLASSE**				
Da acquisire trasversalmente	**1^**	**2^**	**3^**	**4^**	**5^**
Competenza alfabetica funzionale;	**x**	**x**	**x**	**x**	**X**
Competenza multilinguistica;	**x**	**x**	**x**	**x**	**x**
Competenza matematica e competenza in scienze, tecnologie e ingegneria;	**x**	**x**	**x**	**x**	**x**
Competenza digitale;	**x**	**x**	**x**	**x**	**x**

Competenza personale, sociale e -capacità di imparare ad imparare;	x	x	x	x	x
Competenza in materia di cittadinanza;	x	x	x	x	x
Competenza imprenditoriale;			x	x	x
Competenza in materia di consapevolezza ed espressione culturali.				x	x

CLASSE	CLASSE QUARTA - SECONDO BIENNIO
	COMPETENZE DISCIPLINARI
L'alunno sa:	1. Saper analizzare e interpretare un brief; 2. Individuare nella campagna pubblicitaria gli obiettivi e il target di riferimento; 3. Distinguere gli elementi principali di una copy strategy; 4. Ricercare informazioni e immagini valutando l'attendibilità delle fonti; 5. Tradurre la propria idea in progetto grafico; 6. Principi e regole della comunicazione pubblicitaria; 7. Applicare le tecniche grafiche per l'elaborazione di semplici progetti pubblicitari ed editoriali; 8. Elaborare semplici strategie di comunicazione pubblicitaria conoscendo il linguaggio fotografico, la percezione visiva e le leggi relative alla pregnanza visiva e all'uso dei colori; 9. Produrre un annuncio pubblicitario per la stampa e per il web. 10. Realizzare progetti grafici utilizzando software di settore vettoriali e raster.

UDA 1	Le campagne pubblicitarie			
	COMPETENZE	**ABILITÀ**	**CONOSCENZE**	**TEMPI**
	Da 1 a 10	• Rappresentare graficamente la propria idea finalizzandola alla comunicazione visiva. • Utilizzare software specifici di settore; • Il manifesto: gli elementi dell'annuncio e loro composizione; • La campagna istituzionale; • La campagna sociale; • Il linguaggio pubblicitario.	• Elaborare un iter progettuale in base alla propria idea; • Realizzare un annuncio pubblicitario a mezzo stampa/web; • Realizzare un progetto grafico al graphic computer.	Settembre-Ottobre Novembre

UDA 2	Dal brief al progetto grafico			
	COMPETENZE	**ABILITÀ**	**CONOSCENZE**	**TEMPI**
	Da 1 a 10	• Ricercare informazioni esaurienti, ampie e articolate, pianificando i contenuti secondo un percorso coerente e funzionale; • Analizzare i punti di forza del prodotto\servizio; • Studiare il segmento di mercato inerente alla campagna e i suoi competitor; • Analizzare i mezzi di comunicazione.	• Riconoscere gli obiettivi, target e focus target di riferimento per l'attività di promozione e della comunicazione pubblicitaria; • Avvalersi della rappresentazione grafica finalizzandola alla comunicazione visiva; • Utilizzare tecniche di progettazione per la realizzazione di stampati pubblicitari/editoriali: Brochure- Cataloghi-Pieghevoli; • Utilizzare strumenti tecnologici e software applicativi di settore.	Dicembre Gennaio

UDA 3	I software di settore			
	COMPETENZE	ABILITÀ	CONOSCENZE	TEMPI
	Da 8 a 10	● Realizzare un progetto di comunicazione seguendo una progressione logica nella metodologia progettuale. ● Utilizza software specifici di settore.	● Rappresentare graficamente la propria idea finalizzandola alla comunicazione visiva; ● Utilizzare strumenti tecnologici e software applicativi di settore.	Febbraio
UDA 4	**La strategia creativa**			
	COMPETENZE	ABILITÀ	CONOSCENZE	TEMPI
	Da 1 a 10	● Valutare le proprie risorse in relazione al compito assegnato; ● Utilizzare i software di grafica vettoriale e raster secondo i diversi media; ● Avvalersi del linguaggio fotografico del proprio progetto.	● Distinguere gli elementi principali di una strategia creativa; ● Consumer's benefit, reason why, supporting, evidence, tone of voice, target; ● Comprendere l'efficacia delle figure retoriche nella comunicazione visiva; ● Individuare nello stampato l'impostazione grafica e le linee di forza della composizione riconoscendone gli effetti percettivi e i significati impliciti che ne derivano. ● Utilizzare strumenti tecnologici e software applicativi di settore.	Marzo Giugno

	STANDARD MINIMI	
	COMPETENZE	CONOSCENZE
	Lo studente: ● Elaborare semplici strategie di comunicazione pubblicitaria conoscendo il linguaggio fotografico, la percezione visiva e l'uso dei colori; ● Individuare nella campagna di comunicazione gli obiettivi pubblicitari e il target di riferimento; ● Distinguere gli elementi principali di una copy strategy; ● Avvalersi del linguaggio fotografico e delle figure retoriche più utilizzate in pubblicità; ● Utilizzare software di grafica vettoriale e raster.	Lo studente: ● Conosce gli strumenti del grafico e le tecniche di base; ● Conosce l'iter progettuale per la realizzazione di un semplice prodotto; ● Conosce gli elementi della comunicazione pubblicitaria; ● Conosce le differenze tra le campagne pubblicitarie profit e no profit; ● Conosce le basi della strategia creativa; ● Conosce le basi dei software di settore;
CLASSE	**QUINTA - MONOENNIO**	
	COMPETENZE DISCIPLINARI ANNUALI	
	1. Sviluppare un progetto grafico in risposta agli obiettivi di comunicazione individuati del brief; 2. Analizzare le campagne pubblicitarie in rapporto agli obiettivi di comunicazione e alle differenze tra il marketing tradizionale e il marketing moderno; 3. Sviluppare strategie progettuali per arrivare a soluzioni creative credibili, conoscendo le fasi di pianificazione e di produzione di una campagna pubblicitaria; 4. Progettare stampati di vario tipo secondo una metodologia corretta (iter progettuale); 5. Promuovere e comunicare eventi; 6. Utilizzare i software di grafica vettoriale e raster per la realizzazione di layout di stampa.	

UDA 1	**La metodologia progettuale**		
	COMPETENZE	ABILITÀ	CONOSCENZE	TEMPI
	Da 1 a 6	● Attuare un iter progettuale finalizzato all'ideazione di una comunicazione pubblicitaria; ● Progettare stampati pubblicitari secondo una ● metodologia corretta, funzionale e finalizzata.	• Le tecniche progettuali ed esecutive per la realizzazione di un layout di stampa • Sviluppare strategie progettuali per arrivare a soluzioni valide ed efficaci	Settembre Ottobre Novembre
UDA 2	**La pubblicità e le campagne**		
	COMPETENZE	ABILITÀ	CONOSCENZE	TEMPI
	Da 1 a 6	● Analizzare campagne pubblicitarie in rapporto agli obiettivi di comunicazione e marketing richiesti nel brief; ● Applicare tecniche progettuali ed esecutive per la realizzazione di un prodotto grafico finito; ● Usare gli applicativi di settore per sviluppare layout di stampa e/o web.	• La campagna pubblicitaria in funzione agli obiettivi di comunicazione e di marketing aziendale; • La campagna pubblicitaria commerciale; • La campagna sociale; • La campagna informativa divulgativa.	Dicembre Gennaio
UDA 3	**Le tecniche di comunicazione pubblicitaria**		
	COMPETENZE	ABILITÀ	CONOSCENZE	TEMPI
	Da 1 a 6	● Concorrere alla progettazione di azioni pubblicitarie finalizzate a promuovere l'identità visiva dell'azienda;	● L'identità visiva aziendale: le campagne Istituzionali;	Gennaio Febbraio

		● Comunicare prodotti e attività aziendali in manifestazioni di carattere nazionale ed internazionale; ● Comunicazione pubblicitaria nella rete web e nei social media; ● Riconoscere e selezionare strategie comunicative efficaci per la pubblicizzazione di eventi; ● Essere in grado di effettuare scelte operative secondo criteri e processi esecutivi esteticamente validi per la realizzazione di packaging.	● La comunicazione pubblicitaria nel web e nei social media; ● Le tecniche di comunicazione per la pubblicizzazione di eventi; ● I processi e i sistemi di packaging.	Marzo

STANDARD MINIMI OBBLIGATORI	
COMPETENZE ABILITÀ	CONOSCENZE
● Distinguere le varie campagne pubblicitarie in rapporto agli obiettivi di comunicazione; ● Applicare strategie progettuali per arrivare a soluzioni creative credibili; ● Progettare stampati di vario seguendo un iter progettuale; ● Promuovere e comunicare eventi anche in forma essenziale; ● Utilizzare, anche in modalità semplificata, software di grafica vettoriale e raster per la realizzazione di layout di stampa	● Conoscere le diverse tipologie di campagne pubblicitarie; ● Conoscere il percorso progettuale di un prodotto grafico pubblicitario; ● Conoscere la comunicazione pubblicitaria per la promozione di eventi; ● Conoscere i software di settore.

METODOLOGIE DIDATTICHE ADOTTATE								
Lezioni frontali	**Attività laboratoriali**	**Peer to peer**	**Didattica per progetti e ricerca**	**Attività esterne**	**Apprendimento cooperativo**	**Problem solving**	**Cooperative learing**	**Partecipazione a concorsi e certamina**
X	X	X	X	In particolare: uscite didattiche con la classe e visite ad esposizioni, mostre, eventi, fiere, etc..	X	X	x	**x**

NUMERO E TIPOLOGIA DELLE VERIFICHE	
Prove scritte-grafiche: Esercitazioni di laboratorio Elaborati Progetti Relazioni Ricerche Soluzione di problemi	**Numero minimo di verifiche per periodo didattico:** **n. 2**

GRIGLIA DI VALUTAZIONE DI DIPARTIMENTO COERENTE CON QUELLA DELIBERATA DAL PTOF			
Per la valutazione saranno adottati i criteri stabiliti dal PTOF d'Istituto. La valutazione terrà conto di:			
x	Livello individuale di acquisizione di conoscenze	x	Impegno
x	Livello individuale di acquisizione di abilità e competenze	x	Partecipazione
x	Progressi compiuti rispetto al livello di partenza	x	Frequenza
x	Interesse	X	Comportamento

Il *Dipartimento di GRAFICA allega* una propria griglia di valutazione.

PROPOSTE PER IL RECUPERO DELLE CARENZE E IL POTENZIAMENTO DELLE ECCELLENZE						
	Recupero in itinere **X**	**Sportello didattico**	**Studio assistito**	**Corso di Recupero** **X**	**Classe aperta per gruppi di livello**	**Peer to peer** **X**

TIPOLOGIA DELLE PROVE DI INGRESSO		
	Prova scritto-grafica/pratica	**Esercitazione di disegno grafico /laboratoriale**

TECNICA DELLA COMUNICAZIONE E RELAZIONE

<table>
<tr><td rowspan="3">Tecnica della Comunicazione</td><td colspan="2">2° BIENNIO</td><td>5° ANNO</td></tr>
<tr><td>3° anno</td><td>4°anno</td><td rowspan="2">99 ore</td></tr>
<tr><td>99 ore</td><td>99 ore</td></tr>
<tr><td>Corso Serale</td><td colspan="2">3° e 4° anno

99 ore</td><td>66 ore</td></tr>
</table>

CLASSE	QUARTA - SECONDO BIENNIO
COMPETENZE ASSE DEI LINGUAGGI	
1. Usa gli strumenti espressivi e argomentativi indispensabili a gestire l'interazione comunicativa verbale 2. Legge, comprende e interpreta testi scritti di vario tipo 3. Utilizza e produce testi multimediali 4. Colloca l'esperienza personale su un sistema di regole fondato sul reciproco riconoscimento dei diritti garantiti dalla Costituzione a tutela della persona della comunità e dell'ambiente	
COMPETENZE DISCIPLINARI ANNUALI	
1 – Utilizzare il patrimonio lessicale ed espressivo della lingua italiana secondo le esigenze comunicative nei vari contesti: economici, culturali, scientifici, economici, tecnologici. . 2 – Individuare ed utilizzare gli strumenti di comunicazione e di team working più appropriati per intervenire nei contesti organizzativi e professionali di riferimento. 3 – Utilizzare e produrre strumenti di comunicazione visiva e multimediali, anche in riferimento alle strategie espressive ed agli strumenti tecnici del web. 4.- Utilizzare e produrre strumenti di comunicazione visiva e multimediali, anche in riferimento alle strategie espressive ed agli strumenti tecnici della comunicazione in rete.	

UDA 1	IL PROCESSO DI COMUNICAZIONE			
	COMPETENZE	**ABILITÀ**	**CONOSCENZE**	**TEMPI**
	Da 1 a 4	Saper riconoscere gli elementi fondanti il processo comunicativo. Acquisire consapevolezza della complessità comunicativa dei codici. Riconoscere sistemi e modelli di comunicazione interpersonale e di massa	Definizione e scopi di una comunicazione Teoria dei bisogni di Maslow Importanza della comunicazione via web Il Web 2.0. La piramide di Cozic Le funzioni di Roman Jakobson Gli scopi della comunicazione I modelli di spiegazione del processo comunicativo Gli aspetti semiotici della comunicazione Il processo di codifica e decodifica del messaggio	Settembre, Ottobre, Novembre
UDA 2	**PRAGMATICA E LINGUAGGIO CORPOREO/ PERCEZIONE E COMUNICAZIONE**			
	COMPETENZE	**ABILITÀ**	**CONOSCENZE**	**TEMPI**
	Da 1 a 4	Saper interpretare la comunicazione in relazione al contesto Saper riconoscere aspetti metacognitivi della comunicazione ed elementi di base del linguaggio non verbale Acquisire consapevolezza e padronanza dei meccanismi che regolano il processo di comunicazione	Pragmatica della comunicazione Aspetti del linguaggio non verbale Comunicare se stessi agli altri Definizione di percezione e mappa del mondo: sistemi sensoriali Regole e meccanismi della percezione: colori caldi e freddi	Dicembre, Gennaio, Febbraio

UDA 3	RETORICA E COMUNICAZIONE PERSUASIVA			
	COMPETENZE	**ABILITÀ**	**CONOSCENZE**	**TEMPI**
	Da 1 a 4	Acquisire la consapevolezza e la padronanza di un uso retorico del linguaggio in tutte le sue forme Impostare un messaggio pubblicitario sapendo utilizzare le figure retoriche studiate Saper reperire informazioni dalle fonti	Logos, pathos e ethos. Linguaggio ingiuntivo, indicativo ed evocativo Le parole a valenza suggestiva positiva e negativa Il messaggio polisemico e le figure retoriche La dinamica motivazionale ed i concetti di "cluster" e "target group" Mappa sinottica Fonti dirette e fonti indirette	Marzo, Aprile, Maggio

STANDARD MINIMI OBBLIGATORI	
COMPETENZE / ABILITÀ	**CONOSCENZE**
Riconoscere gli elementi fondanti il processo comunicativo. Saper interpretare la comunicazione in relazione al contesto Saper riconoscere aspetti metacognitivi della comunicazione ed elementi di base del linguaggio non verbale Acquisire consapevolezza e padronanza dei meccanismi che regolano il processo di comunicazione. Acquisire la consapevolezza e la padronanza di un uso retorico del linguaggio in tutte le sue forme. IImpostare un messaggio pubblicitario sapendo utilizzare le figure retoriche studiate. Saper reperire informazioni dalle fonti	Concetto di comunicazione ed elementi fondamentali in una comunicazione Teoria dei bisogni di Maslow Elementi fondamentali della comunicazione via web e Web 2.0 Le funzioni di Roman Jakobson Elementi della triade della comunicazione Gli assiomi della comunicazione La percezione: caratteristiche fondamentali Le principali figure retoriche

CLASSE	QUINTA

COMPETENZE ASSE DEI LINGUAGGI

1. Usa gli strumenti espressivi e argomentativi indispensabili a gestire l'interazione comunicativa verbale
2. Legge, comprende e interpreta testi scritti di vario tipo, è in grado di elaborare una propria posizione critica
3. Utilizza e produce testi multimediali
4. Colloca l'esperienza personale su un sistema di regole fondato sul reciproco riconoscimento dei diritti garantiti dalla Costituzione a tutela della persona della comunità e dell'ambiente

COMPETENZE DISCIPLINARI ANNUALI

1- Utilizzare il patrimonio lessicale ed espressivo della lingua italiana secondo le esigenze comunicative nei vari contesti: economici, culturali, scientifici, economici, tecnologici. .

2 – Individuare ed utilizzare gli strumenti di comunicazione e di team working più appropriati per intervenire nei contesti organizzativi e professionali di riferimento.

3 – Utilizzare e produrre strumenti di comunicazione visiva e multimediali, anche in riferimento alle strategie espressive ed agli strumenti tecnici del web.

4.- Utilizzare e produrre strumenti di comunicazione visiva e multimediali, anche in riferimento alle strategie espressive ed agli strumenti tecnici della comunicazione in rete.

5- Analizzare e monitorare le esigenze del mercato nei settori di riferiment

UDA 1	LE COMPETENZE RELAZIONALI			
	COMPETENZE	**ABILITÀ**	**CONOSCENZE**	**TEMPI**
	Da 1 a 5	Saper riconoscere gli elementi fondanti il processo comunicativo. Acquisire consapevolezza della complessità comunicativa dei codici. Riconoscere sistemi e modelli di comunicazione interpersonale e di massa	Definizione e scopi di una comunicazione Teoria dei bisogni di Maslow Importanza della comunicazione via web Il Web 2.0. La piramide di Cozic Le funzioni di Roman Jakobson	Settembre Ottobre

UDA 2	LA COMUNICAZIONE PUBBLICITARIA			
	COMPETENZE	**ABILITÀ**	**CONOSCENZE**	**TEMPI**
	Da 1 a 5	Individuare i mezzi di comunicazione di massa Riconoscere i diversi modelli comunicativi sottesi ai Media tradizionali ed ai New Media Saper individuare quale campagna pubblicitaria è più idonea agli obiettivi di marketing che l'azienda persegue Saper scegliere il criterio di efficacia più pertinente in base alla comunicazione pubblicitaria che si vuole realizzare Conoscere come lavora un'agenzia pubblicitaria	Società e comunicazione di massa La comunicazione pubblicitaria: Obiettivi e Storia della comunicazione pubblicitaria Strategie del linguaggio pubblicitario Tipologia di campagna pubblicitaria Elementi di efficacia del messaggio pubblicitario La strategia di comunicazione pubblicitaria: la campagna pubblicitaria La pianificazione pubblicitaria Le tipologie e le tecniche di produzione dei messaggi pubblicitari	Novembre, Dicembre, Gennaio

UDA 3	TEAM WORKING/ IL LINGUAGGIO DEL MARKETING			
	COMPETENZE	**ABILITÀ**	**CONOSCENZE**	**TEMPI**
	Da 1 a 5	Prendere consapevolezza della comunicazione e del fattore umano come elementi di qualità strategici nel sistema aziendale Pianificare una strategia di comunicazione in funzione degli obiettivi della committenza e del target Acquisire una competenza strategico-creativa nel produrre messaggi visivi ed audiovisivi pubblicitari Saper analizzare e monitorare le esigenze del mercato	Le condizioni di efficacia di un team Stadi di sviluppo dei gruppi di lavoro La gestione delle risorse umane Il concetto di marketing La customer satisfaction La fidelizzazione della clientela Il web marketing L'e-commerce Il mercato come conversazione Il marketing strategico La mission aziendale La segmentazione del mercato Il positioning Il marketing mix La comunicazione del punto vendita	Febbraio, Marzo, Aprile, Maggio

STANDARD MINIMI OBBLIGATORI

COMPETENZE / ABILITÀ

- Saper riconoscere gli elementi fondanti il processo comunicativo.
- Saper interpretare la comunicazione in relazione al contesto
- Individuare i mezzi di comunicazione di massa
- Saper individuare quale campagna pubblicitaria è più idonea agli obiettivi di marketing che l'azienda persegue
- Conoscere come lavora un'agenzia pubblicitaria
- Saper individuare quale campagna pubblicitaria è più idonea agli obiettivi di marketing che l'azienda persegue
- Prendere consapevolezza della comunicazione e del fattore umano come elementi di qualità strategici nel sistema aziendale
- Pianificare una strategia di comunicazione in funzione degli obiettivi della committenza e del target
- Acquisire una competenza strategico-creativa nel produrre messaggi visivi ed audiovisivi pubblicitari
- Saper analizzare e monitorare le esigenze del mercato

CONOSCENZE

- Concetto di comunicazione ed elementi fondamentali in una comunicazione
- Teoria dei bisogni di Maslow
- Elementi fondamentali della comunicazione via web e Web 2.0
- Le funzioni di Roman Jakobson
- La campagna pubblicitaria: elementi fondamentali
- I padri fondatori della pubblicità moderna ed il loro pensiero
- Figure retoriche importanti in pubblicità
- I colori in pubblicità
- Elementi fondamentali del Marketing
- Aspetti fondamentali del Web Marketing e del Marketing Strategico

METODOLOGIE DIDATTICHE ADOTTATE

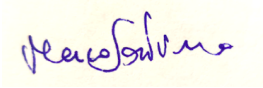
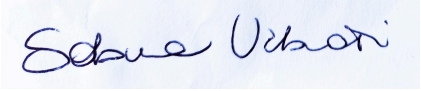
	Lezioni frontali	Attività laboratoriali	Peer to peer	Didattica per progetti e ricerca	Attività per compiti di realtà	Apprendimento cooperativo	Integrazione del digitale
TECNICA DELLA COMUNICAZIONE E RELAZIONE	X	X	X	X		X	

NUMERO E TIPOLOGIA DELLE VERIFICHE		
	Prove orali: X	**Numero minimo di prove per periodo didattico :** **2**

GRIGLIA DI VALUTAZIONE DI DIPARTIMENTO COERENTE CON QUELLA DELIBERATA DAL PTOF			
Per la valutazione saranno adottati i criteri stabiliti dal PTOF d'Istituto. La valutazione terrà conto di:			
x	Livello individuale di acquisizione di conoscenze	x	Impegno
x	Livello individuale di acquisizione di abilità e competenze	x	Partecipazione
x	Progressi compiuti rispetto al livello di partenza	x	Frequenza
x	Interesse	X	Comportamento

PROPOSTE PER IL RECUPERO DELLE CARENZE E IL POTENZIAMENTO DELLE ECCELLENZE						
	Recupero in itinere	**Sportello didattico**	**Studio assistito**	**Corso di recupero**	**Classe aperta per gruppi di livello**	**Peer to peer**
	x	**x** se attivato				**x**

TIPOLOGIA DELLE PROVE DI INGRESSO		
	Prova orale X	

I DOCENTI DEL DIPARTIMENTO	FIRMA	I DOCENTI DEL DIPARTIMENTO	FIRMA
Irene Santori		Alessandro Giuliani	
Tiziana Carta		Marco Tosti	
Marco Sortino		Eleonora Giuliani	
Laura Passetti		Di Sabatini Veronica	
Sabina Urbinati		Davide Tomaselli	
Giuseppina Piccolo			

ALLEGATI

1. Griglie di valutazione

Roma, 7 Ottobre, 2024

All. n. 1 _ **GRIGLIE DI VALUTAZIONE**

“Tecniche professionali dei servizi commerciali pubblicitari”

Griglia di valutazione per l’attribuzione dei punteggi	
Indicatore *(correlato agli obiettivi della prova)*	Punteggio max per ogni indicatore (totale 20)
Correttezza dell’iter progettuale	4
Pertinenza e coerenza con la traccia	6
Completezza e accuratezza nella presentazione del progetto	4
Efficacia della comunicazione	6
Tot	20 PUNTI

Indicatori	**Descrittori**	**Punti 20**	**Val.**
Correttezza dell’iter progettuale Il candidato:	La traccia è stata sviluppata in maniera:		
· Raccoglie e visualizza idee proprie. · Sceglie il percorso progettuale più efficace.	Non corretta e incompleta	1	
	Frammentaria e parziale	2	
	Completa	3	
	Articolata e approfondita	4	
Pertinenza e coerenza con la traccia Il candidato:	Gli artefatti sono:		

· Sa mantenere la coerenza del tono armonizzando il soggetto trattato con lo stile grafico, con le scelte cromatiche e con i caratteri tipografici.	Scollegati e incoerenti	1-2	
	Parzialmente pertinenti	3-4	
	Coerenti	5-6	
Completezza e accuratezza nella presentazione del progetto Il candidato:	Il progetto è sviluppato in maniera:		
· Sceglie e organizza gli strumenti più adatti per la realizzazione del progetto e dell'esecutivo e allestisce l'elaborato. · Definisce e persegue la logica del suo layout. · Dimostra originalità nelle proposte.	Parzialmente inadeguato e poco articolato	1-2	
	Adeguato e articolato	3	
	Efficace, articolato e originale	4	
Efficacia della comunicazione Il candidato tenendo presenti gli obiettivi di comunicazione:	La comunicazione è:		
· Sollecita l'attenzione del destinatario. · È consapevole degli obiettivi di comunicazione e li persegue. · Comunica le scelte progettuali motivandole adeguatamente.	Non del tutto corretta e pertinente	1-2	
	Parzialmente raggiunta	3	
	Raggiunta	4	
	Pienamente raggiunta	5	
	Completa ed efficace	6	
			/**20**
			/10

GRIGLIA DI VALUTAZIONE TEORIA E TECNICHE DI COMUNICAZIONI

ORALE

VOTO	GIUDIZIO	CONOSCENZE	ABILITA'	COMPETENZE
1-2	NULLO	Rifiuta di sottoporsi alla verifica	Non emergono	Non emergono
3	GRAVEMENTE INSUFFICIENTE	Mancata conoscenza di tutti gli argomenti svolti	Nessuna	Nessuna
4	NETTAMENTE INSUFFICIENTE	Conoscenza superficiale e molto lacunosa degli argomenti svolti	Riformula in modo molto parziale il significato di una comunicazione. Compie gravi errori di impostazione e mostra marcate difficoltà nell'applicazione di quanto appreso	Espone in maniera stentata, con improprietà linguistiche, gravi errori lessicali e scarso uso della terminologia specifica.
5	INSUFFICIENTE	Conoscenza parziale e superficiale degli argomenti svolti.	Riformula solo parzialmente il significato di una comunicazione. Errori nell'applicazione dei contenuti e nell'imposta-zione dei problemi.	Espone in maniera incerta con frequenti ripetizioni ed errori lessicali e concettuali e con scarsa proprietà di linguaggio.
6	SUFFICIENTE	Conoscenza, anche solo mnemonica, dei contenuti essenziali	Riformulazione del significato di una semplice comunicazione. In contesti semplici, applicazione e impostazione generalmente corrette.	Espone in maniera sufficientemente chiara anche se con linguaggio specifico non sempre corretto.
7	DISCRETO	Conoscenza mnemonica di tutti gli argomenti svolti.	Rielaborazione e sintesi dei contenuti quasi sempre adeguata. Corretta impostazione e applicazione delle conoscenze apprese.	Espone inmaniera corretta e utilizzaun linguaggiospecifico.
8	BUONO	Conoscenza sicura e consapevole di tutti gli argomenti svolti.	Rielaborazione e sintesi dei contenuti anche con collegamenti nell'ambito della disciplina.	Esposizione corretta e fluida, linguaggio specifico appropriato, comprensione consapevole
9	OTTIMO	Conoscenze approfondite e rielaborate in maniera personale.	Rielaborazione critica dei contenuti, con collegamenti sia disciplinari che interdisciplinari.	Sa esprimersi con padronanza e ricchezza di linguaggio.
10	ECCELLENTE	Conoscenze approfondite, integrate da apporti personali e rielaborate in modo originale.	Rielaborazione critica dei contenuti, con collegamenti sia disciplinari che interdisciplinari.	Esposizione corretta, esauriente e critica; piena padronanza del lessico e della terminologia specifica.

GRIGLIA DI VALUTAZIONE TEORIA E TECNICHE DI COMUNICAZIONI

SCRITTO

VOTO	GIUDIZIO	CONOSCENZE	ABILITÀ	COMPETENZE
1-2	NULLO	Rifiuta di sottoporsi alla verifica	Non emergono	Non emergono
3	GRAVEMENTE INSUFFICIENTE	Mancata conoscenza di tutti gli argomenti svolti	Nessuna	Nessuna
4	NETTAMENTE INSUFFICIENTE	Conoscenza superficiale e molto lacunosa degli argomenti svolti	Riformula in modo molto parziale il significato di una comunicazione. Compie gravi errori di impostazione e mostra marcate difficoltà nell'applicazione di quanto appreso	Non riesce a portare a termine il compito assegnato anche se guidato dall'insegnante.
5	INSUFFICIENTE	Conoscenza parziale e superficiale degli argomenti svolti	Riformula solo parzialmente il significato di una comunicazione. Errori nell'applicazione dei contenuti e nell'impostazione dei problemi.	Riesce a portare a termine il compito assegnato solo con la guida dall'insegnante
6	SUFFICIENTE	Conoscenza, anche solo mnemonica, dei contenuti essenziali	Riformulazione del significato di una semplice comunicazione. In contesti semplici, applicazione e impostazione generalmente corrette.	Sa svolgere in modo autonomo semplici compiti.
7	DISCRETO	Conoscenza mnemonica di tutti gli argomenti svolti.	Rielaborazione e sintesi dei contenuti quasi sempre adeguata. Corretta impostazione e applicazione delle conoscenze apprese.	Sa svolgere compiti strutturati con l'aiuto dell'insegnante.
8	BUONO	Conoscenza sicura e consapevole di tutti gli argomenti svolti	Rielaborazione e sintesi dei contenuti anche con collegamenti nell'ambito della disciplina.	Sa svolgere autonomamente compiti strutturati.
9	OTTIMO	Conoscenze approfondite e rielaborate in maniera personale.	Rielaborazione critica dei contenuti, con collegamenti sia disciplinari che interdisciplinari.	Svolge compiti in modo personale scegliendo le tecniche e i procedimenti più adeguati per la soluzione di problemi in situazioni diverse.
10	ECCELLENTE	Conoscenze approfondite, integrate da apporti personali e rielaborate in modo originale.	Rielaborazione critica dei contenuti, con collegamenti sia disciplinari che interdisciplinari.	Svolge compiti in modo personale scegliendo le tecniche, i procedimenti, le regole più adeguate per la soluzione di problemi nuovi e complessi.