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

LICEO ARTISTICO

A.S. 2024 25

QUADRO ORARIO ANNUALE LICEO ARTISTICO

DISCIPLINE GRAFICHE E LABORATORIO	2° BIENNIO		5° anno
	3° anno	4°anno	264 Discipline Grafiche +198 Laboratorio
	198 Discipline Grafiche +198 Laboratorio	198 Discipline Grafiche +198 Laboratorio	

FINALITÀ EDUCATIVE DELL'INSEGNAMENTO, ARTICOLAZIONE DEL CURRICULO 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	TERZA - SECONDO BIENNIO
	COMPETENZE DISCIPLINARI
L'alunno sa:	1. Leggere e decodificare messaggi visivi individuando gli elementi di base, i valori e le interazioni tra le parti. 2. Utilizzare le regole che governano il campo visivo secondo i principi della percezione e della composizione della forma. 3. Applicare la teoria del colore nel contesto progettuale. 4. Principi e regole della comunicazione 5. Utilizzare le tecniche grafiche di base per l'elaborazione di progetti. 6. Scegliere e abbinare le fonti tipografiche utilizzando anche fondi e colori per esaltarne la leggibilità. 7. Combinare testo e immagine per realizzare una comunicazione visiva efficace. 8. Disegnare i caratteri tipografici per la realizzazione di un tipogramma. 9. Avvalersi della sintesi visuale grafica per elaborare un segno grafico/marchio. 10. Progettare un marchio secondo un corretto iter progettuale. 11. Declinare il marchio nel progetto di un'immagine coordinata. 12. Saper analizzare e interpretare un brief. 13. Tradurre la propria idea in progetto grafico. 14. Produrre un annuncio pubblicitario per la stampa e per il web. 15. Realizzare progetti grafici utilizzando software di settore.

UDA 1	Basic design			
	COMPETENZE	**ABILITÀ**	**CONOSCENZE**	**TEMPI**
	Da 1 a 5	- Acquisire un metodo progettuale corretto. - Ricercare, raccogliere informazioni testuali e visive. - Presentare i risultati delle proprie ricerche. - Sviluppare idee, modificarle in base agli input ricevuti. - Realizzare semplici prodotti grafici	- Conoscere gli elementi di base del messaggio visivo. - Conoscere le regole del campo visivo. - Conoscere la teoria del colore sintesi additiva e sottrattiva, i grigi. - Conoscere l'iter progettuale di un prodotto grafico. - Conoscere gli strumenti e le tecniche del graphic designer. - Conoscere le basi dei software grafici	Settembre-Ottobre

UDA 2	Lettering			
	COMPETENZE	**ABILITÀ**	**CONOSCENZE**	**TEMPI**
	Da 6 a 8	- Avvalersi delle regole del lettering per elaborare il disegno dei caratteri tipografici; - Saper scegliere nel progetto grafico i caratteri per la produzione dei testi; - Riconoscere i principali caratteri tipografici; - Scrivere correttamente un testo digitale con uso dei glifi;	- Conoscenza dei principi e delle regole della composizione grafica nel lettering; - Le fonti tipografiche: nomenclatura e anatomia, stile, classificazione. - La leggibilità. - Carattere e colore. - Aspetto semantico.	Novembre

		- Disegnare i caratteri; - Progettare un tipogramma.	- Le Font e i glifi. - Il disegno dei caratteri. - Il tipogramma nella comunicazione visiva.	
UDA 3	**Il marchio e l'immagine coordinata**			
	COMPETENZE	ABILITÀ	CONOSCENZE	TEMPI
	Da 9 e 11	- Utilizzare correttamente il percorso progettuale, dal rough al finish layout, per elaborare un segno grafico di tipo distintivo. - Progettare il marchio di un'azienda in risposta a obiettivi di comunicazione e marketing. - Progettare un'immagine coordinata, declinando il marchio su stampati di comunicazione.	- Il marchio: analisi, tipologie e significato. - Il manuale del marchio. - L'immagine coordinata nella comunicazione visiva aziendale. - Le tecniche, i materiali e gli strumenti per la composizione di un layout completo di immagini, grafica e testo.	Dicembre - gennaio
UDA 4	**La pagina pubblicitaria**			
	COMPETENZE	ABILITÀ	CONOSCENZE	TEMPI
	Da 12 a 15	- Saper comprendere le richieste di un brief. - Eseguire ricerche per reperire informazioni e immagini utili alle richieste del brief. - Generare una serie d'idee creative in risposta al brief.	- Il brief: il target e gli obiettivi di comunicazione. - Dal brief al progetto: analisi dei dati e decodifica delle informazioni, sviluppo progettuale (dal processo ideativo alla comunicazione pubblicitaria). - La pagina pubblicitaria e le sue	Febbraio-maggio

		- Saper adattare testi e immagini alle modalità narrative, informative e seduttive della pubblicità. - Produrre layout per la stampa e il web. - Riconoscere la coerenza grafica e la gerarchia visiva in un annuncio pubblicitario; - Documentare e motivare le scelte del proprio progetto.	declinazioni sui mass media. - Schemi impaginativi e regola dei terzi. - La gerarchia visiva nella comunicazione pubblicitaria. - Il tono di voce e il volume. - L'annuncio per la stampa e il web - Il paginone pubblicitario - I software grafici (vettoriali e raster).	

STANDARD MINIMI

COMPETENZE	CONOSCENZE
Lo studente: - Interpreta negli aspetti essenziali un brief; - Utilizza in maniera corretta il linguaggio grafico; - Propone soluzioni semplici finalizzandole al tema assegnato; - Esegue in maniera essenziale le fasi del progetto, dal rough al layout. - Sa relazionare in maniera essenziale il lavoro svolto.	Lo studente: - Conosce gli strumenti del grafico e le tecniche di base. - Conosce l'iter progettuale per la realizzazione di un semplice prodotto. - Conosce le basi dei software di settore - Le fonti tipografiche più importanti - Conosce le tipologie del marchio - Conosce gli elementi della pagina pubblicitaria.

CLASSE	QUARTA - SECONDO BIENNIO
	COMPETENZE DISCIPLINARI ANNUALI
	1. Elaborare un progetto coerente e pertinente con i dati forniti dalla traccia; 2. Sviluppare un progetto grafico in risposta agli obiettivi di comunicazione del brief. 3. Utilizzare strumenti, tecniche e materiali in relazione alle proprie finalità concettuali; 4. Dimostrare capacità di raffigurazione, disegno, configurazione e finish layout. 5. Progettare affissioni statiche e dinamiche intese come strumento artistico di comunicazione. 6. Documentare, motivare e presentare progetti con disegni e modelli. 7. Sviluppo delle tecniche grafiche digitali e non digitali. 8. Realizzazione di prodotti di varia tipologia, per stampa, social e web, con i software per l'impaginazione. 9. Elaborare una linea grafica editoriale, dallo studio della copertina alla progettazione della pagina. 10. Progettare copertine di stampati librari stilisticamente coerenti con i contenuti editoriali. 11. Progettare packaging equilibrati e in funzione del prodotto; 12. Realizzare fustelle per l'imballaggio.

UDA 1	**Le affissioni**			
COMPETENZE		ABILITÀ	CONOSCENZE	TEMPI
	Da 1 a 5	- Rielaborare le immagini in modo personale e creativo; - Simulare un prodotto pubblicitario partendo da un brief; - Analizzare il prodotto/servizio in funzione del mercato di commercializzazione; - Utilizzare correttamente la tecnica progettuale grafica e gli strumenti; - Progettare affissioni pubblicitarie di vari formati: locandine, cartelli, striscioni, vele, roll up, cartelli, etc...	- Le radici storiche della grafica e le sue linee di sviluppo nei vari ambiti della comunicazione visiva e pubblicitaria; - Le affissioni statiche e dinamiche; - I principali mass media.	Settembre, Ottobre, Novembre
UDA 2	**L'impaginazione**			
	COMPETENZE	ABILITÀ	CONOSCENZE	TEMPI
	Da 6 a 8	- Applicare di principi e regole dell'impaginazione grafica degli stampati; - Progettare artefatti grafici in risposta agli obiettivi di comunicazione e marketing forniti nel brief: stampati commerciali e editoriali. - Utilizzare strumenti di rappresentazione grafica analogica e digitale. - Progettare un pieghevole	- I formati della carta. La grammatura e la finitura. - Le gabbie d'impaginazione: margini, colonne e suddivisione degli spazi. - La regola dei terzi nell'impaginazione; - Il depliant: formati, ante e pieghe; - Il software per l'impaginazione.	Dicembre, gennaio
UDA 3	**Gli stampati**			
	COMPETENZE	ABILITÀ	CONOSCENZE	TEMPI
	Da 9 a 10	- Disegnare il menabò di uno stampato - Progettazione della copertina di un periodico e impaginazione di una doppia pagina interna allo	- Le tipologie degli stampati: librari, paralibrari ed extralibrari. - Gli elementi del libro: copertina,	Gennaio-febbraio-marzo

		stampato. - Progettazione grafica della copertina di un libro o catalogo d'arte.	frontespizio, colophon, gabbia d'impaginazione. La rilegatura e le segnature. - Il libro: esempi storici e contemporanei (dagli incunaboli agli e-book). - Il libro d'arte - Il pop up - La bozza delle pagine di libro: il timone	
UDA 4	**Il Packaging**			
	COMPETENZE Da 11 a 12	ABILITÀ - Progettare un'etichetta. - Progettare una confezione, dalla fustella alla veste grafica; - Realizzare e montare un packaging commerciale; - Utilizzare software adeguati allo scopo.	CONOSCENZE - Il packaging: funzioni, tipologie e materiali; - Rapporto tra contenuto e contenente; - La veste grafica di prodotti commerciali: dall'etichetta alla confezione. - La fustella.	TEMPI Aprile, maggio, giugno.

	STANDARD MINIMI	
	COMPETENZE **ABILITÀ**	**CONOSCENZE**
	Progettare un'affissione statica e dinamica secondo gli obiettivi di comunicazione forniti nel brief; Applicare le regole base dell'impaginazione grafica degli stampati; Elaborare dei progetti grafici, anche semplici, per l'impaginazione di stampati librari, paralibrari ed extralibrari; Progettare una confezione anche in forma elementare.	Interpretare le richieste di un brief; Conoscere i principali scopi delle affissioni pubblicitarie statiche e dinamiche; Conoscere i principi di base dell'impaginazione; Conoscere le tipologie degli stampati; Conoscere le caratteristiche principali del packaging. Conoscere i software per l'impaginazione (strumenti base).

CLASSE	CLASSE QUINTA

	COMPETENZE DISCIPLINARI ANNUALI
	1. Utilizzare un metodo di lavoro per lo sviluppo del progetto organizzato con coerenza per fasi successive, proporzionato ai tempi, agli spazi, alle strumentazioni disponibili; leggere e interpretare gli obiettivi di comunicazione di un brief. 2. Comunicare con efficacia il proprio pensiero concettuale e progettuale; 3. Interpretare i dati di contesto e realizzare gli elaborati in modo autonomo e originale. 4. Esporre e motivare le scelte fatte. 5. Pianificazione di un progetto di comunicazione seguendo le indicazioni della committenza; 6. Identificare i caratteri stilistici di una comunicazione visiva per saperli applicare dove richiesto; 7. Pianificare una comunicazione pubblicitaria di tipo commerciale per dare identità a una azienda, a brand o a un prodotto, con connotazione simbolica ed emotiva; 8. Pianificare la comunicazione di progetti educativi ed etici per campagne pubblicitarie socialmente responsabili; 9. Progettare la grafica editoriale nell'ottica di una veste stilistica e tipografica comune, applicando le regole dell'impaginazione e della composizione. 10. Progettare un manifesto originale con impatto visivo e coerenza stilistica tra visual e lettering.

UDA 1	La grafica pubblicitaria			
	COMPETENZE	**ABILITÀ**	**CONOSCENZE**	**TEMPI**
	Da n. 1 a 7	- Sa rappresentare graficamente l'idea, con qualità e padronanza tecnica e valenza comunicativa; - Sa individuare le fasi che caratterizzano e costituiscono il progetto; - Sa interpretare o preparare roughs per un'idea progettuale e realizzare layout; - Sa applicare i principi della percezione visiva e della composizione nella forma grafico- visiva dell'ambito pubblicitario.	<u>La campagna pubblicitaria commerciale</u> - Strategie di marketing; - La strategia creativa e il media planning; - Il tone of voice; - I mezzi e i veicoli della pubblicità; - Le figure retoriche nel linguaggio pubblicitario; - L'iter della campagna pubblicitaria; - Le figure professionali dell'agenzia pubblicitaria; - Tipologie di campagne pubblicitarie (istituzionale, di brand, di prodotto); - Analisi dei messaggi.	Settembre Ottobre Novembre

UDA 2	La grafica sociale			
	COMPETENZE	**ABILITÀ**	**CONOSCENZE**	**TEMPI**
	n. 8	-Sa utilizzare capacità critiche e di confronto; - Sa utilizzare capacità creative ai fini della comunicazione grafica; - Sa utilizzare la sintesi compositiva; - Sa rappresentare graficamente l'idea, con qualità e padronanza tecnica e valenza comunicativa; - Sa riconoscere le fasi che caratterizzano e costituiscono il progetto; - Sa interpretare e preparare roughs per elaborare un'idea progettuale, realizzare layout e definitivo di stampa o web.	<u>La campagna socialmente responsabile</u> - La grafica sociale; - La decodificazione di un testo visivo: significato e significante; - I codici comunicativi: segno denotativo e connotativo; - Trattamento di immagini sociali con tecniche grafico - espressive differenti.	Dicembre, Gennaio

UDA 3	La grafica editoriale			
	COMPETENZE	**ABILITÀ**	**CONOSCENZE**	**TEMPI**
	n. 9	- Sa utilizzare le capacità creative ai fini della comunicazione grafica; - Sa utilizzare gli elementi costitutivi dei vari - linguaggi progettuali e grafici; - Sa conferire una coerenza visiva al progetto editoriale anche con riferimento al target proposto; - Sa rappresentare graficamente l'idea, con qualità e padronanza tecnica con un'adeguata valenza comunicativa; - Sa interpretare e preparare bozzetti, roughs, per un'idea progettuale fino a realizzare un finish layout; - Sa sintetizzare e stilizzare; - Sa progettare la copertina del libro; - Sa realizzare una collana editoriale.	La grafica editoriale - Gli elementi della pagina tipografica; - La composizione del testo e la struttura del progetto grafico; - Analisi di pagine tipografiche con differenti target; - La griglia di Layout, la gabbia, il modulo - L'allineamento del testo - Analisi degli aspetti compositivi (asimmetria, ritmica, statica, dinamica) - Visual (a tutto campo, centrale, in alto, in bassa, laterale) - Rapporto testo e immagine - La copertina nella collana editoriale; - La struttura cartotecnica della copertina (I, IV, dorso, sguardie); - Elementi della copertina; - Impaginazione, mock up.	Febbraio Marzo

UDA 4	La storia della grafica e della pubblicità: il manifesto.			
	COMPETENZE	**ABILITÀ**	**CONOSCENZE**	**TEMPI**
	10	- Distinguere i diversi tipi di manifesto: pubblicitario, propagandistico, informativo, sociale; - Individuare gli elementi del manifesto: format, visual, headline, logo, pack schot, body copy, playoff;	- Il manifesto nella storia della grafica; - Il manifesto pubblicitario e di propaganda; - Gli artisti e la pubblicità; - I grandi pubblicitari del novecento. - Gli elementi compositivi del manifesto; - L'illustrazione e il lettering per il manifesto.	Aprile maggio

		- Realizzare un visual: illustrativo, fotografico, fotomontaggio, tipografico; - Il lettering nel manifesto. - Progettare un manifesto.		

	STANDARD MINIMI	
	COMPETENZE / ABILITÀ	**CONOSCENZE**
	Rappresentare graficamente la propria idea secondo un iter progettuale; Distinguere differenze e scopi tra campagna pubblicitaria commerciale e sociale; Progettare un annuncio pubblicitario utilizzando le figure retoriche nel testo o nell'immagine; Realizzare la copertina di un libro coerente rispetto al contenuto; Progettare un manifesto seguendo le regole principali della comunicazione visiva; Saper relazione il proprio progetto.	Conoscere il percorso progettuale grafico: dall'idea al progetto; Conoscere le differenze principali tra campagne pubblicitarie commerciali e sociali; Conoscere la comunicazione pubblicitaria e le principali figure retoriche Conoscere le caratteristiche principali del libro per progettarne la copertina; Conoscere la storia della grafica attraverso l'evoluzione stilistica del manifesto; Conoscere il manifesto come mezzo di comunicazione visiva;

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	x	Impegno

	di conoscenze		
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

I DOCENTI DEL DIPARTIMENTO	
Simona Miloni	Passetti Laura
Elena Nonnis	Urbinati Sabina
Angela Salvi	
Del Zotto Alessandra	
Lacentra Valeria	
Santori Irene	

ALLEGATI

1. Griglia di valutazione

Roma, 15 Ottobre 2024

All. n.1

INDIRIZZO GRAFICA LICEO ARTISTICO

GRIGLIA DI VALUTAZIONE

DISCIPLINE GRAFICHE E LABORATORIO

Indicatori	Descrittori	Punti	Val.
Correttezza dell'iter progettuale Il candidato:	La traccia è stata sviluppata in maniera:	**Max 4**	
• Legge e interpreta correttamente la traccia. • Raccoglie e visualizza idee proprie e suggestioni da diversi contesti. • Sceglie il percorso progettuale più efficace. • Compie scelte motivandole adeguatamente, dal progetto all'esecutivo.	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:	**Max 4**	
• Esegue puntualmente quanto richiesto in risposta agli obiettivi di comunicazione. • 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	
	Parzialmente pertinenti	2	
	Non del tutto coerenti	3	
	Coerenti	4	
Padronanza degli strumenti, delle tecniche, dei materiali Il candidato:	L'uso degli strumenti è:	**Max 4**	
• Ha padronanza degli strumenti, delle tecniche e dei materiali • Sceglie e organizza gli strumenti più adatti per la realizzazione del progetto e dell'esecutivo. • Realizza efficacemente gli artefatti richiesti con dispositivi digitali e non. • Allestisce l'elaborato con ordine ed efficacia	Del tutto inadeguata	1	
	Parzialmente adeguata	2	
	Rispondente agli scopi	3	
	Efficace	4	
Autonomia e originalità della proposta progettuale e degli elaborati Il candidato:	Il progetto è sviluppato in maniera	**Max 2**	
• Definisce e persegue la logica del suo layout. • Ricerca e individua più soluzione progettuali. • Dimostra originalità nelle proposte.	Poco articolata e per nulla originale	1	
	Articolata e originale	2	

Efficacia comunicativa del progetto Il candidato tenendo presenti gli obiettivi di comunicazione:	La comunicazione è	**Max 6**	
• Sollecita l'attenzione del destinatario. • Struttura le informazioni secondo un ordine di priorità informativa. • È consapevole degli obiettivi di comunicazione e li persegue • Presenta efficacemente l'evoluzione del proprio iter progettuale e le alternative proposte. • Comunica le scelte progettuali motivandole adeguatamente.	Del tutto inefficace	1	
	Scorretta e contraddittoria	2	
	Parzialmente raggiunta	3	
	Raggiunta	4	
	Pienamente raggiunta	5	
	Completa ed efficace	6	
Totale complessivo	Max 20		/20
Rapporto in decimi (tot:2)	Max 10		/10