**AREA DI INDIRIZZO**

**Secondo biennio**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Competenze**  **chiave** | | **Competenze** | **Abilità/Capacità** | **Conoscenze** | **Discipline** |
|  | |  |  |  |  |
| **IMPARARE AD IMPARARE**  **COMPETENZE SOCIALI E CIVICHE** | | **I1 Conoscere la storia della produzione artistica e il significato delle opere d’arte nei diversi contesti storici e culturali anche in relazione agli indirizzi di studio prescelti**  **I2 Cogliere i valori estetici, concettuali e funzionali nelle opere artistiche.**  **I3 Conoscere le problematiche relative alla tutela, alla conservazione e al restauro del patrimonio artistico.** | **I1a** Acquisire il linguaggio specifico attraverso la lettura delle opere d'arte.  **I1b** Riconoscere i linguaggi specifici delle diverse espressioni artistiche, con particolare riferimento alle principali linee di sviluppo dell’arte moderna e contemporanea.  **I1c** Saper leggere le opere utilizzando un metodo e una terminologia appropriati, riconoscendo e spiegando gli aspetti iconografici e simbolici, i caratteri stilistici, le funzioni, i materiali e le tecniche utilizzate.  **I1d** Interpretare un prodotto artistico in relazione al contesto che lo ha generato.  **I1e** Saper descrivere con adeguato spirito critico un prodotto culturale.  **I1g** Individuare e descrivere il significato culturale dei beni ambientali e monumentali, dei siti archeologici e dei musei, a partire da quelli presenti nel territorio di appartenenza.  **I2a** Sviluppare l'acquisizione del senso estetico.  **I2b** Riconoscere e individuare i valori estetici delle opere d'arte.  **I3a** Individuare e descrivere il significato culturale dei beni ambientali e monumentali, dei siti archeologici e dei musei, a partire da quelli presenti nel territorio di appartenenza. | *I fenomeni artistici nell’arco cronologico che va dal primo Quattrocento alle avanguardie artistiche del novecento e contemporanee.*  *Analisi e interpretazione critica di produzioni artistiche provenienti da culture diverse.* | **Prevalenti**  **Discipline Grafiche**  **Laboratorio Grafico**  **Discipline audiovisive e multimediali**  **Laboratorio audiovisivo e multimediale**  **Concorrenti**  **Storia dell'Arte** |
| **INDIRIZZO GRAFICA** | | | | | |
| **CONSAPEVO**  **LEZZA ED ESPRESSIONE CULTURALE**  **SENSO DI INIZIATIVA E IMPRENDITO**  **RIALITÁ** | | **IG1 Avere consapevolezza delle radici storiche e delle linee di sviluppo nei vari ambiti della produzione grafica e pubblicitaria.** | **IG1a** Analizzare le diverse fasi della storia della produzione grafica e audio-video e riconoscerne le peculiarità.  **IG1b** Cogliere le relazioni esistenti tra i diversi momenti storici e riconoscerne gli elementi caratterizzanti.  **IG1c** Sviluppare le capacità di cogliere i nessi relazionali tra i diversi mezzi e strumenti.  **IG1d** Sviluppare le capacità di:  individuare obiettivi, target e focus target di riferimento per attività di promozione e comunicazione pubblicitaria.  **IG1e** Individuare le caratteristiche dei principali mezzi di comunicazione di massa. | Storia, caratteri e tipologie dei mezzi di comunicazione di  massa tradizionali a stampa ed audiovisivi. | **Prevalenti**  **Discipline Grafiche**  **Laboratorio Grafico**  **Concorrenti**  **Storia dell'arte**  **Lingua e letteratura italiana** |
| **IG2 Conoscere e applicare le tecniche grafico-pittoriche e informatiche adeguate nei processi operativi** | **IG2a** Ricercare e analizzare modelli di comunicazione pubblicitaria relativi a prodotti/servizi sui media tradizionali e sul web.  **IG2b** Applicare le regole impaginative attraverso metodologie operative corrette.  **IG2c** Progettare prodotti pubblicitari per differenti tipologie di media.  **IG2d** Elaborare messaggi pubblicitari con l’utilizzo di tecnologie diverse di realizzazione e diffusione.  **IG2e** Produrre il file con le necessarie caratteristiche ai fini della produzione finale su stampa o sul web.  **IG2f** Utilizzare il lessico di settore anche in lingua inglese. | *L’impaginazione*  *Proporzioni e sezione aurea.*  *I Formati UNI della carta*  *La Gabbia*  *La Gabbia per il web*  *Semplificazione e*  *Stilizzazione di un’immagine.*  *Classificazione e struttura del carattere*  *Il carattere digitale*  *Caratteristiche dell’immagine*  *L’immagine fotografica*  *Le immagini digitali*  *I Formati standard dei file*  *Formati per la stampa*  *Formati per il web* |
| **IG3 Conoscere gli elementi costitutivi dei codici dei linguaggi progettuali e grafici.**  **IG4 Saper individuare le corrette procedure di approccio nel rapporto progetto- prodotto contesto, nelle diverse funzioni relative alla comunicazione visiva e editoriale.**  **IG5 Conoscere e saper applicare i principi della percezione visiva e della composizione della forma grafico-visiva.** | **IG3 a** Applicare le conoscenze teoriche relative al colore in situazioni reali attraverso metodologie operative corrette e specifiche in funzione di un progetto finale.  **IG4a** Applicare un metodo di lavoro progettuale per un lavoro autonomo e personalizzato.  **IG4b** Reperire e organizzare il materiale di lavoro.  **IG4c** Ricercare e analizzare modelli di comunicazione pubblicitaria relativi a prodotti/servizi sui media tradizionali e sul web.  **IG4d** Elaborare messaggi pubblicitari con l’utilizzo di tecnologie diverse di realizzazione e diffusione.  **IG4e** Reperire ed interpretare informazioni per la definizione dell’immagine aziendale.  **IG4f** Applicare le procedure della customer satisfaction.  **IG4g** Contribuire all’organizzazione delle diverse fasi della progettazione pubblicitaria dalla ideazione alla realizzazione.  **IG4h** Analizzare campagne pubblicitarie significative in rapporto a  obiettivi di comunicazione, tecniche progettuali e realizzative  strategie di marketing.  **IG4i** Organizzare un lavoro e focalizzare l’obiettivo di comunicazione.  **IG4l** Operare le corrette scelte progettuali  **IG4m** Progettare, realizzare e pubblicare contenuti per il web.  **IG4n** Progettare graficamente inquadrature, scene e sequenze con la tecnica dello storyboard.  **IG5a** Realizzare contrasti e armonie di colori in base agli effetti cromatici espressivi che si vogliono ottenere. | *La multimedialità: concetti fondamentali.*  *Acquisizione delle immagini*  *Elaborazioni dell’immagini in digitale.*  *Grafica vettoriale e bitmap.*  *Agenzia pubblicitaria.*  *Il marketing mix.*  *Tecniche di progettazione visiva.*  *Classificazione e struttura del carattere*  *Criteri compositivi*  *Il carattere digitale*  *La teoria del colore*  *I contrasti cromatici*  *Colore e psicologia*  *Caratteristiche dell’immagine*  *L’immagine fotografica*  *L’Illustrazione*  *Le immagini digitali*  *I Formati standard dei file*  *Formati per la stampa*  *Formati per il web*  *La Campagna Pubblicitaria:*  *dal briefing alla copy strategy*  *Il metodo progettuale:dal brief alla creatività*  *Marchio e visual identity*  *Immagine coordinata: carta intestata e biglietto da visita*  *L’annuncio pubblicitario: pagina pubblicitaria e locandina*  *Progettazione digitale e audiovisiva*  *L’audiovisivo: principi tecnici di base.*  *Dal brief al soggetto.*  *La sceneggiatura.*  *Layout della sceneggiatura.*  *Lo storyboard.*  *Le inquadrature.*  *Breve storia della fotografia e del cinema.* |
| **INDIRIZZO AUDIOVISIVO E MULTIMEDIALE** | | | | | |
| **CONSAPEVO**  **LEZZA ED ESPRESSIONE CULTURALE**  **SENSO DI INIZIATIVA E IMPRENDITO**  **RIALITÁ** | **IAM1 avere approfondito la conoscenza degli elementi costitutivi dei linguaggi audiovisivi e multimediali negli aspetti espressivi e comunicativi, avere consapevolezza dei fondamenti storici e concettuali.** | | **IAM1a** Riconoscere e saper analizzare la principale produzione audiovisiva del passato e della contemporaneità e cogliere le interazioni tra l’audiovisivo e le altre forme di linguaggio artistico.  **IAM1b** Conoscere le procedure relative all’elaborazione del prodotto audiovisivo - individuando il concetto, gli elementi espressivi e comunicativi, la funzione - attraverso la gestione dell’inquadratura (campi e piani, angoli di ripresa), del tempo, del movimento, del colore e della luce.  **IAMc** Conoscere e saper usare tecniche, tecnologie e strumentazioni tradizionali e contemporanee. | *La storia della fotografia e del cinema*  *Esempi significativi dei diversi generi*  *Cenni sulle correnti cinematografiche*  *Introduzione al montaggio* | **Prevalenti**  **Discipline Audiovisive e Multimediali**  **Laboratorio Audiovisivo e Multimediale**  **Concorrenti**  **Storia dell'arte**  **Lingua e letteratura italiana** |
| **IAM2 conoscere le principali linee di sviluppo tecniche e concettuali delle opere audiovisive contemporanee e le intersezioni con le altre forme di espressione e comunicazione artistica.** | | **IAM2a** Saper cogliere il ruolo ed il valore culturale e sociale del linguaggio audiovisivo.  **IAM2b** Saper realizzare i prodotti video-fotografici sfruttando consapevolmente le funzioni di base dei software specifici.  **IAM2c** Essere in grado di individuare e coordinare le interconnessioni tra il linguaggio audiovisivo ed il testo di riferimento, il soggetto o il prodotto da valorizzare o comunicare. | *Le fonti luminose*  *Luce naturale*  *Luce artificiale*  *Catturare e registrare la luce*  *Dalla pellicola al sensore*  *Dall’analogico al digitale*  *Le macchine fotografiche*  *Gli obiettivi*  *Comunicare con la Reflex*  *La regolazione dei menù*  *Esposizione*  *Diaframma e otturatore: un’azione combinata*  *Modi di scatto e messa a fuoco*  *Le inquadrature*  *La regola dei terzi*  *Fotografia pubblicitaria*  *Still-life*    *Ritratto*  *Ritratto glamour*  *L’inquadratura*  *Paesaggio*  *Raccontare una storia con i pixel.*  *Lavorare con il software:*  *Adobe Photoshop.*  *Tecniche di animazione:*  *stop- motion.*  *Postproduzione di foto e video.* |
| **IAM3 conoscere e applicare le tecniche adeguate nei processi operativi, avere capacità procedurali in funzione della contaminazione tra le tradizionali specificazioni disciplinari.** | | **IAM3a** Conoscere le fondamentali procedure progettuali ed operative della produzione audiovisiva e fotografica di tipo culturale, sociale o pubblicitario.  **IAM3b** Possedere le competenze adeguate nell’uso dei mezzi informatici e delle nuove tecnologie.  **IAM3c** Saper gestire, in maniera autonoma, i processi progettuali e operativi inerenti il settore audiovisivo e multimediale, individuando, sia nell’analisi, sia nella propria produzione, gli aspetti espressivi, comunicativi, concettuali, narrativi, estetici e funzionali che interagiscono e caratterizzano la ricerca audiovisiva.  **IAM3d** Saper rielaborare informazioni per comporre un messaggio fotografico attraverso nozioni strutturali di composizione di un’immagine.  **IAM3e** Saper elaborare concetti di base specifici attraverso la conoscenza acquisita.  **IAM3f** Produrre un elaborato fotografico ed audiovisivo entro un tempo ben definito.  **IAM3g** Essere in grado di impiegare in modo appropriato le diverse tecniche e tecnologie, le strumentazioni fotografiche, video e multimediali più usate, scegliendoli con consapevolezza.  **IAM3h** Saper analizzare e applicare le procedure necessarie alla realizzazione di opere audiovisive ideate su tema assegnato: fotografia, filmati, animazione cinematografica o informatica, etc;  **IAM3i** Individuare, analizzare e gestire autonomamente gli elementi che costituiscono l’immagine ripresa, dal vero o elaborata, fissa o in divenire, analogica o digitale, avendo la consapevolezza dei relativi fondamenti culturali, concettuali, tecnici e storico-stilistici che interagiscono con il proprio processo creativo.  **IAMl** Saper coniugare le esigenze estetiche ed espressive con le eventuali necessità commerciali del prodotto.  **IAM3m** Saper applicare i processi di produzione e post produzione di un prodotto audiovisivo-multimediale. |
| **IAM4 conoscere e saper applicare i principi della percezione visiva e della composizione dell’immagine.** | | **IAM4a** Conoscere e saper applicare i principi della composizione e le teorie essenziali della percezione visiva. |