

RELAZIONE FINALE PER LA DISCIPLINA DI: TECNOLOGIE DEI PROCESSI DI PRODUZIONE

5°A Grafica e Comunicazione

ANNO SCOLASTICO: 2020/2021

Prof.ssa Anna Roviello

4.1 N° di ore svolte

Numero di ore settimanali di lezione: **4** totale annuo **132** effettivamente svolte **117**

S. LEGNANI

Competenze grafiche – PERCORSI DI PROGETTAZIONE MULTIMEDIALE; CLITT.

4.2 Brevi note sul profitto

A conclusione delle attività didattiche

N° ... allievi hanno raggiunto un profitto elevato

N° 2 allievi hanno raggiunto un profitto buono

N° 6 allievi hanno raggiunto un profitto discreto

N° 3 allievi hanno raggiunto un profitto sufficiente

N° 1 allievi hanno raggiunto un profitto insufficiente

La classe ha dimostrato un certo interesse al dialogo educativo. Tuttavia il metodo di studio e la poca capacità organizzativa dei singoli studenti hanno influito, in alcuni casi, sulla qualità dello studio domestico.

Si è riscontrato un atteggiamento maturo su quasi tutti i componenti della classe

4.3 Brevi note sulla motivazione

In merito all'apprendimento disciplinare

N° ... allievi hanno espresso una motivazione all'apprendimento elevata

N° 2 allievi hanno espresso una motivazione all'apprendimento buona

N° 6 allievi hanno espresso una motivazione all'apprendimento discreta

N° 3 allievi hanno espresso una motivazione all'apprendimento sufficiente

N° 1 allievi hanno espresso una motivazione all'apprendimento scarsa

L'interesse dimostrato dagli studenti è risultato sufficiente, con un maggior coinvolgimento in lavori pratici

4.4 Brevi note sulla partecipazione

Nell'ambito delle attività svolte

N° ... allievi hanno dimostrato una partecipazione costantemente attiva e propositiva

N° 2 allievi hanno dimostrato una partecipazione attiva e propositiva

N° 6 allievi hanno dimostrato una partecipazione attiva

N° 3 allievi hanno dimostrato una partecipazione regolare

N° 1 allievi hanno dimostrato una partecipazione tendenzialmente passiva

4.5 Obiettivi relativi ai contenuti, alle abilità e competenze

Rispetto agli obiettivi posti in sede di programmazione delle attività didattiche

N° ... allievi hanno pienamente raggiunto gli obiettivi prefissati

N° 7 allievi hanno raggiunto gli obiettivi prefissati

N° 5 allievi hanno sostanzialmente raggiunto gli obiettivi prefissati

N° 2 allievi non hanno pienamente raggiunto gli obiettivi prefissati

4.6 Nodi concettuali caratterizzanti la disciplina

La comunicazione pubblicitaria

Il piano integrato di comunicazione

L'advertising offline

Le nuove frontiere della comunicazione pubblicitaria

Packaging: dalla tecnologia al progetto tecniche di ripresa e montaggio

4.7 Metodologie didattiche utilizzate

Utilizzo dei laboratori

Coinvolgimento della disciplina nei percorsi per le competenze trasversali e l'orientamento

Utilizzo di metodologie didattiche innovative (utilizzo delle TIC, EAS, Classe rovesciata ...)

Libri di testo

Schemi ed appunti personali

Riviste specifiche

Strumentazione presente in laboratorio

Personal computer

Software didattico

Software multimediali

Audiovisivi in genere

Modelli

Oggetti reali

Slide

4.8 Verifiche e valutazione

Durante l'anno scolastico sono state effettuate

N° 6 verifiche scritte

N° 3 verifiche pratiche / di laboratorio

Sono state utilizzati le seguenti griglie e/o strumenti di valutazione (indicare in sintesi gli strumenti e le metodologie adottati)

Per la valutazione si è tenuto conto della qualità dello studio e delle conoscenze, della capacità di argomentare, collegare e discutere. Si è tenuto conto anche dell'attenzione in classe o in DAD e come le cose spiegate e i punti di approfondimento dei singoli argomenti, venivano inseriti nelle prove orali o scritte.

Per la valutazione pratica sono stati adottati i seguenti criteri:

Puntualità della consegna, rispetto delle fasi, conoscenze tecniche, capacità di progettazione, innovazione, estetica e comunicazione

4.9 Programma svolto

Il docente, qualora il programma svolto dopo la presentazione del presente documento, sia diverso da quello previsto, evidenzierà in un documento a parte le modifiche da apportate.

<i>Titolo del modulo</i>	<i>ore</i>	<i>Contenuti e argomenti del modulo</i>
1) LA CAMPAGNA PUBBLICITARIA	40	LA COMUNICAZIONE PUBBLICITARIA: La pubblicità commerciale: Product advertising, Pubblicità istituzionale e Brand advertising, La pubblicità non commerciale: Advocacy advertising, Propaganda politica, Pubblicità pubblica, Pubblicità sociale con riferimento alla Pubblicità Progresso, La campagna multimedia e monomedia, la campagna Monosoggetto, Il piano integrato di Comunicazione e la Copy Strategy, Lo sviluppo della promotion strategy e lo sviluppo del copy brief, Lo sviluppo del Piano media. IL PIANO INTEGRATO DI COMUNICAZIONE: Il piano integrato di Comunicazione e la Copy Strategy, Lo sviluppo della promotion strategy e lo sviluppo del copy brief, Lo sviluppo del Piano media. L'ADVERTISING OFFLINE: Comunicazione above the line: La stampa: quotidiani, periodici e magazine, le affissioni: statiche e dinamiche, il cinema, la radio, la televisione e il product placement, Comunicazione below the line: Il direct marketing, le promozioni, le sponsorizzazioni, le pubbliche relazioni. Media mix e Communication mix. LE NUOVE FRONTIERE DELLA COMUNICAZIONE PUBBLICITARIA: il marketing emozionale, il guerrilla marketing.
2) PRINCIPI DI PACKAGING DESIGN	45	PACKAGING: DALLA TECNOLOGIA AL PROGETTO: Le funzioni del packaging: contenimento, protezione, trasporto, uso e comunicazione, Packaging e Marketing: le 4P del marketing mix e la 5° P del Packaging, Immagine di marca e di prodotto: studio del brand e Packaging come venditore silenzioso, Tipologie: imballaggio primario, secondario e terziario, I materiali; il vetro, la plastica, i metalli, la carta e i cartoni, i poliaccoppiati e la fustellatura, Analisi e studio di case history: Tetra Pak Packaging ecosostenibile: le linee guida per la progettazione di un packaging ecosostenibile. PACKAGING DESIGN: Le variabili del marketing e il posizionamento, Le fasi del progetto: brief, ricerche di mercato, analisi dei competitor, progettazione, studio del concept, sviluppo esecutivo e mock-up, Il progetto: Packaging tra forma e design: forme, colore e grafica.

3) <i>IL PRODOTTO VIDEO: TECNICA E PROGETTO</i>	32	TECNICHE DI BASE: Gli strumenti: macchina da presa o videocamera?, Ottiche e Inquadrature, L'esposizione, Tecniche di illuminazione, La normativa, La licenza Creative Commons. TECNICHE DI RIPRESA E MONTAGGIO: La progettazione, L'organizzazione, La ripresa, Indicazioni operative per la ripresa, La post-produzione, Tecniche di ripresa e montaggio VIDEOEDITING E PROGETTAZIONE: Video editing digitale, Video marketing e video advertising, Realizzazione di un prodotto multimediale, Progettare un video Infografica.
4) <i>EDUCAZIONE CIVICA</i>	5	Creative commons

4.10 Esempi di materiali, problemi, progetti utilizzati in classe per simulare l'avvio del colloquio

Presentazioni mirate, produzione di video essay,, relazioni e interrogazioni dirette

Gorizia, lì.....

Il docente prof.ssa Anna Roviello

.....

L'Insegnante Tecnico Pratico prof. Gianluca Coren


.....

Firma per accettazione di due rappresentanti degli studenti

Luca Cristofaro

Denis Bevilacqua