

Design della comunicazione visiva e pubblicitaria

Servizi Commerciali- Percorso Grafico Pubblicitario

classe **5C**

materia **PROGETTAZIONE GRAFICA**

Prof. **Prof.ssa Giulia Grillo**

ITP: **Prof.ssa Francesca Siciliano**

anno scolastico **2025/2026**

PROGETTAZIONE PER UNITÀ DI APPRENDIMENTO

- OSA (obiettivi specifici di apprendimento)
- PTOF (piano offerta formativa)
- Programma Ministeriale

Ai fini del raggiungimento dei risultati di apprendimento in esito al percorso quinquennale, si dichiara di perseguire, nell'azione didattica e educativa, l'obiettivo di far acquisire allo studente le competenze di seguito richiamate:

COMPETENZE DA ACQUISIRE	ATTIVITÀ E METODOLOGIE PREVISTE PER LO SVILUPPO DELLE COMPETENZE
<u>COMPETENZE DISCIPLINARI:</u> - Riconoscere gli elementi che concorrono alla realizzazione di un' immagine aziendale, dalla grafica coordinata alla progettazione di modelli -Riconoscere le fasi della progettazione di prodotti pubblicitari e individuare le fasi del lavoro - Riconoscere le diverse tipologie di prodotti pubblicitari e i veicoli dove possono essere applicati. -Riconoscere le tecniche e gli strumenti più attuali della computer graphic. -Tradurre i momenti del lavoro di gruppo in una metodologia progettuale	- Lezione partecipata (costruzione del dialogo e uso di strumenti multimediali); - lezione costruttivista (problem solving e brainstorming); - lezione frontale; - lavoro laboratoriale; -flipped classroom; -role playing
<u>COMPETENZE DIGITALI:</u> - conoscenze approfondite del computer e dei pacchetti informatici dedicati; - riproduzione accurata dei progetti svolti manualmente con i software dedicati alla grafica.	- Lavoro laboratoriale.

COMPETENZE DA ACQUISIRE	ATTIVITÀ E METODOLOGIE PREVISTE PER LO SVILUPPO DELLE COMPETENZE
<u>COMPETENZE TRASVERSALI:</u> - sviluppare lo spirito di iniziativa e intraprendenza, forte entusiasmo, apertura intellettuale, curiosità, motivazione e interesse; - organizzazione del proprio lavoro in modo sempre più autonomo applicando le giuste metodologie per ottimizzare tempi e risultati; - potenziamento del metodo di lavoro attraverso un approfondimento dei momenti di ricerca e sperimentazione, progettando soluzioni personali ed originali; - individuare e utilizzare gli strumenti di comunicazione e di team working più appropriati per intervenire nei contesti organizzativi e professionali di riferimento.	- Lavori individuali; - lavori di gruppo (apprendimento cooperativo).

1) Unità di apprendimento: IL VIDEO E L'IMMAGINE COORDINATA

CONTENUTI:

- Principi di comunicazione istituzionale e promozionale
- Analisi del target (studenti e famiglie) e degli obiettivi dell'orientamento
- Identità visiva e immagine coordinata: logo, colori, font, coerenza grafica
- Strumenti di comunicazione:
 - Cartacei → dépliant, locandina, manifesto, roll-up
 - Digitali → video promozionale per web/social
- Elementi di grafica editoriale e pubblicitaria (layout, gabbie, gerarchia visiva, fotografia, illustrazione, testi)
- Linguaggio audiovisivo: sceneggiatura, storyboard, riprese, montaggio, sonoro
- Utilizzo di software di grafica e montaggio (es. Illustrator, Photoshop, InDesign, Premiere)

Competenze	Abilità
• Analizzare bisogni comunicativi e target di riferimento per l'orientamento • Progettare materiali di comunicazione coerenti con l'immagine istituzionale dell'istituto • Applicare principi di grafica, tipografia e impaginazione a diversi formati cartacei • Realizzare un prodotto audiovisivo per finalità promozionali • Utilizzare strumenti digitali professionali per la produzione grafica e video • Comunicare scelte progettuali in modo chiaro e motivato	• Ideare concept grafico e audiovisivo coerente con l'identità dell'istituto • Creare una linea visiva coordinata tra dépliant, locandina, manifesti e roll-up • Impostare correttamente gabbie, margini, proporzioni, formati di stampa • Scegliere font, colori e immagini adatti al contesto istituzionale e promozionale • Pianificare e realizzare un video (scrittura storyboard, riprese, editing) • Integrare testi e immagini per una comunicazione chiara e persuasiva • Preparare file finali in formati adeguati per stampa e web

Obiettivi minimi:

- Comprendere l'importanza dell'immagine coordinata per l'orientamento
- Saper progettare un dépliant o locandina con elementi grafici di base coerenti (logo, colori, font)
- Realizzare almeno una bozza di manifesto o roll-up con struttura ordinata e leggibile
- Saper ideare uno storyboard semplice per un video promozionale
- Utilizzare correttamente un software di grafica o montaggio base per produrre un elaborato minimo
- Presentare in modo chiaro il lavoro svolto, anche con linguaggio semplice e sintetico

FASI OPERATIVE:

- Realizzazione del cortometraggio per promuovere l'Istituto e la relativa immagine coordinata (depliant, manifesti/locandine e roll up).

PERIODO: settembre-ottobre

VALUTAZIONE:

- lavoro scritto/pratico

2) Unità di apprendimento: IL PROGETTO EDITORIALE

CONTENUTI:

- Anatomia del libro: parti strutturali
- Studio delle gabbie di impaginazione (margini, colonne, griglie, rapporti armonici)
- Tipografia di base: scelte dei font, corpi, interlinee, gerarchie visive
- Tecniche di impaginazione (testo, immagini, equilibrio bianco/nero)
- Software di grafica editoriale -InDesign
- Principi di leggibilità e usabilità nel prodotto editoriale
- tecnica espressiva idonea al visual scelto
- creazioni di pop up?

Competenze	Abilità
• Analizzare la struttura e le caratteristiche di un prodotto editoriale • Progettare e realizzare una gabbia di impaginazione funzionale al contenuto • Applicare criteri di leggibilità e coerenza visiva nella disposizione degli elementi • Utilizzare strumenti digitali per l'impaginazione e la progettazione grafica • Rielaborare contenuti testuali e iconografici rispettando regole editoriali	• Identificare e descrivere le parti fondamentali di un libro • Riconoscere differenti gabbie grafiche e valutarne l'efficacia comunicativa • Impostare margini, colonne e rapporti proporzionali in un documento editoriale • Selezionare font adeguati per testi lunghi, titoli e apparati paratestuali • Realizzare bozze di impaginazione cartacea o digitale con coerenza stilistica

• Saper comunicare scelte grafiche ed editoriali in modo motivato	• Applicare principi di equilibrio visivo e gerarchia grafica tra testo e immagini
---	--

Obiettivi minimi:

- Conoscere l'anatomia di base di un libro e saperne nominare le parti principali
 - Comprendere il concetto di gabbia grafica e impostarne una semplice (margini + colonne)
 - Utilizzare un software di impaginazione per produrre un elaborato elementare (es. una pagina di prova)
 - Riconoscere e applicare font leggibili e coerenti al contesto editoriale
 - Saper distinguere errori comuni di impaginazione (testo troppo denso, margini insufficienti, font inadeguati)
 - Presentare in modo chiaro e sintetico le scelte progettuali
-

FASI OPERATIVE:

Progettazione di una copertina completa (prima, dorso, quarta) di un racconto breve in lingua francese.

- Per creare la progettazione del visual eventualità di progettare un elaborato artistico a mano da digitalizzare successivamente.
-

PERIODO: novembre-dicembre

VALUTAZIONE:

- lavoro scritto/pratico
- eventuale verifica scritta/orale

3) STORIA DELLA PUBBLICITÀ

CONTENUTI:

- Nascita e sviluppo della pubblicità: dalle prime forme (manifesti, réclame, cartellonistica) alle campagne del Novecento
Ruolo di artisti, grafici e designer nella comunicazione pubblicitaria (es. Toulouse-Lautrec, Dudovich, Munari, Armando Testa, Milton Glaser...)
- Analisi delle forme, le forze visive,
- Tecniche e linguaggi pubblicitari nei diversi periodi storici (slogan, illustrazione, fotografia, televisione)
Impatto dei mezzi di comunicazione di massa (giornali, radio, TV) sulla pubblicità
Tecniche di analisi e comparazione di messaggi visivi e testuali

Competenze	Abilità
• Contestualizzare un'opera o campagna pubblicitaria nel proprio periodo storico • Collegare linguaggi artistici e tecniche pubblicitarie ai relativi autori/contesti • Analizzare e confrontare messaggi pubblicitari di epoche diverse • Utilizzare fonti e materiali digitali per la ricerca e l'approfondimento (flipped classroom) • Saper presentare i risultati di un'analisi comparativa con chiarezza e sintesi	• Raccogliere informazioni su un artista/pubblicitario scelto (vita, opere, tecniche, stile) • Descrivere in modo corretto gli elementi visivi e testuali di una pubblicità storica • Analizzare e interpretare i messaggi comunicativi di una pubblicità contemporanea • Evidenziare analogie e differenze tra pubblicità del passato e attuale • Organizzare ed esporre una presentazione (orale o multimediale) con linguaggio appropriato • Lavorare in autonomia o in gruppo secondo il modello flipped classroom

Obiettivi minimi:

- Conoscere in modo essenziale le tappe principali della storia della pubblicità (dalle origini ai giorni d'oggi)
- Saper descrivere un artista/pubblicitario e una sua opera in modo semplice e chiaro
- Riconoscere i principali mezzi e linguaggi usati nella comunicazione pubblicitaria (manifesto, TV, digitale)
- Effettuare una comparazione di base tra una pubblicità storica e una contemporanea (almeno due elementi a confronto: stile, linguaggio, messaggio)
- Presentare il lavoro in forma schematica e comprensibile (breve esposizione o slide)

FASI OPERATIVE:

Progettare una lezione (flipped classroom) scegliendo un periodo - elaborazione di una presentazione da esporre in classe

PERIODO: gennaio- febbraio

VALUTAZIONE:

- lavoro scritto/pratico
- eventuale verifica scritta/orale

4) Unità di apprendimento: CAMPAGNA PUBBLICITARIA E WEB (dal marchio logo al web)

CONTENUTI:

- Fondamenti di marketing (vision, mission, target, marketing mix – 4P)
- Tecniche di analisi di mercato e studio dei competitor
- Principi di comunicazione visiva e identità di brand (marchio logo, immagine coordinata, tone of voice)
- Elementi base di web design (sitemap, wireframe, mockup, contenuti testuali)
- Basi dell'ux e ia
- Strumenti e formati della pubblicità digitale (banner web, CTA-call to action, copywriting, pop up, landing page)
- Tecniche di presentazione e realizzazione di una relazione tecnica

Competenze	Abilità
• Analizzare il mercato turistico-ricettivo, individuando target e concorrenti • Progettare strategie di marketing per la promozione di un prodotto/servizio • Saper tradurre strategie in scelte comunicative coerenti (grafica, sito, pubblicità) • Utilizzare strumenti digitali per la creazione di elaborati visivi e testuali • Lavorare in team, organizzando le fasi del progetto e la presentazione finale	• Definire vision, mission e posizionamento di una struttura ricettiva • Elaborare una buyer persona a partire da dati di target e stile di vita • Effettuare un'analisi comparativa dei competitor (punti di forza/debolezza) • Applicare il marketing mix alle decisioni operative (prodotto, prezzo, distribuzione, promozione) • Ideare marchi logo, layout grafici e materiali coordinati in coerenza con il brand • Creare contenuti testuali e visivi per sito e banner pubblicitari • Redigere una relazione tecnica chiara e organizzare una presentazione efficace

Obiettivi minimi:

- Comprendere e definire gli elementi base del marketing (vision, mission, target, 4P)
 - Saper descrivere in modo semplice almeno una buyer persona e una USP
 - Individuare almeno 2 competitor e confrontare le strategie principali
 - Produrre un logo base e un esempio di immagine coordinata coerente con il progetto
 - Strutturare una sitemap e produrre un mockup semplice di sito web
 - Realizzare almeno un banner pubblicitario con slogan e CTA
 - Concludere il lavoro con una relazione tecnica essenziale e una presentazione chiara
-

FASI OPERATIVE:

- Progetto completo di campagna pubblicitaria che vede la realizzazione di un marchio logo, progettazione interfaccia web (pdf interattivo?), realizzazione banner web e pop up
-

PERIODO: marzo - aprile -maggio

VALUTAZIONE:

- lavoro scritto/pratico
- eventuale verifica scritta/orale

5) Unità di apprendimento Educazione civica: Il lavoro è una merce?**CONTENUTI:**

Competenze	Abilità
referimento UDA educazione civica	referimento UDA educazione civica

Obiettivi minimi:

Essere in grado di organizzare e progettare un artefatto grafico

FASI OPERATIVE:

- realizzazione di un poster/posterzine/infografica scegliendo un art. della Costituzione
-

PERIODO: maggio - giugno

VALUTAZIONE:

- lavoro scritto/pratico
- eventuale verifica scritta/orale

6) Unità di apprendimento software: Adobe Illustrator, Photoshop e InDesign

CONTENUTI:

- Strumenti e gestione delle immagini statiche di grafica vettoriale nella grafica editoriale.
- Struttura, caratteristiche, composizione e strumenti del disegno vettoriale e dell'impaginazione.
- Tecniche di trasformazione dell'immagine raster, fotomontaggio e fotoritocco.
- Interfaccia grafica, creazione e gestione dei file per stampa e web.
- Gestione di file multipagina e organizzazione dei contenuti editoriali.
- Creazione dell'interfaccia grafica di un sito web utilizzando InDesign.
- Realizzazione di un PDF interattivo in InDesign destinato alla pubblicazione online o all'integrazione in un sito internet.

Competenze	Abilità
• Utilizzare in modo consapevole i principali software di grafica e impaginazione (Illustrator, Photoshop, InDesign). • Gestire immagini vettoriali e raster applicando tecniche di fotoritocco, fotomontaggio e impaginazione. • Realizzare elaborati grafici e multimediali destinati sia alla stampa sia al web. • Saper progettare e esportare prodotti editoriali digitali, interattivi e web-oriented.	• Utilizzare in modo appropriato gli strumenti di Adobe Illustrator, Photoshop e InDesign per la progettazione grafica. • Applicare tecniche di disegno vettoriale per la realizzazione di loghi, icone e illustrazioni grafiche. • Effettuare operazioni di fotoritocco e fotomontaggio per migliorare e trasformare immagini digitali. • Gestire la struttura e l'impaginazione di documenti editoriali multipagina. • Creare layout grafici coerenti con il formato e la destinazione del prodotto (stampa o web). • Organizzare e ottimizzare i file di progetto per differenti usi (stampa tipografica, web, multimediale). • Realizzare PDF interattivi con collegamenti ipertestuali, pulsanti e animazioni di base. • Esportare e convertire correttamente i file nei formati professionali più adatti ai diversi canali di diffusione.

Obiettivi minimi:

- Conoscere le funzioni di base dei principali software Adobe (Illustrator, Photoshop, InDesign).

- Saper utilizzare in modo elementare gli strumenti fondamentali di disegno vettoriale, fotoritocco e impaginazione.
- Riconoscere la differenza tra immagini raster e vettoriali e i rispettivi ambiti di utilizzo.
- Essere in grado di aprire, salvare ed esportare correttamente un file nei formati più comuni (jpg, png, pdf, ai, psd, indd).
- Realizzare un semplice elaborato grafico o fotografico applicando le principali funzioni di modifica e composizione.
- Impostare un documento multipagina in InDesign e inserire testi e immagini in modo corretto
- Produrre un PDF pronto per la stampa o per il web, rispettando le impostazioni di formato e risoluzione.
- Dimostrare una comprensione essenziale dell'interfaccia grafica e dell'organizzazione degli strumenti dei tre software.
- Lavorare in modo ordinato e coerente nella gestione dei file e delle cartelle di progetto.

FASI OPERATIVE:

- Progettazione e finalizzazione dei progetti svolti nel corso dell'anno scolastico
-

PERIODO: annuale

VALUTAZIONE:

- lavoro scritto/pratico
- eventuale verifica scritta/orale

Metodologie
- Lezione partecipata (costruzione del dialogo e uso di strumenti multimediali); - lezione costruttivista (problem solving e brainstorming) - lezione frontale; - lavoro laboratoriale; - lavori di gruppo (apprendimento collaborativo).

Strumenti didattici

- dispense o appunti forniti dal docente;
- ricerche sul web;
- schemi e mappe concettuali;
- lavoro laboratoriale, strumenti da disegno, software dedicati.

Strumenti di verifica e valutazione

- Prove scritte con tipologia di domanda a risposta aperta, vero/falso, multipla, a completamento;
- esercitazioni pratiche-laboratoriali;
- verifiche orali.

Modalità di recupero

- Sono previsti recuperi individualizzati in itinere.

03/06/2026

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'G. G. G. G.', is located in the bottom right corner of the page.