

Programmazione di dipartimento
“Grafica e Comunicazione”
A.S.2022/2023

CONTENUTI E OBIETTIVI DI APPRENDIMENTO
Scienze e Tecnologie Applicate-Grafica

PRIMO BIENNIO

Codice	Competenze
C1	Individuare le strategie appropriate per la soluzione di problemi
C2	Osservare, descrivere ed analizzare fenomeni appartenenti alla realtà naturale e artificiale e riconoscere nelle varie forme i concetti di sistema e di complessità
C3	Essere consapevole delle potenzialità e dei limiti delle tecnologie nel contesto culturale e sociale in cui vengono applicate

Codice*	Abilità
A1	Riconoscere le proprietà dei materiali e le funzioni dei componenti
A2	Utilizzare strumentazioni, principi scientifici, metodi elementari di progettazione, analisi e calcolo riferibili alle tecnologie di interesse.
A3	Analizzare, dimensionare e realizzare semplici dispositivi e sistemi; analizzare e applicare procedure di indagine.
A4	Riconoscere, nelle linee generali, la struttura dei processi produttivi e dei sistemi organizzativi dell'area tecnologica di riferimento.

Secondo anno del primo biennio

UD	COMPETENZE*	ABILITÀ	CONOSCENZE	PERIODO
-----------	--------------------	----------------	-------------------	----------------

UD.1 ELEMENTI DI PSICOLOGIA DELLA FORMA	C1 C2	A1 A2	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Relatività dei concetti di colore, dimensione, forma.</i> - <i>Realtà fisica e realtà percettiva.</i> - <i>Interazione oggetto-campo : l'equilibrio visivo</i> - <i>Il campo ottico e le sue leggi</i> - <i>Rapporto dei colori con lo spazio : la profondità fenomenica.</i> - <i>Il fenomeno dell'induzione antagonista</i> - <i>Il contrasto simultaneo</i> - <i>Le "dimensioni" del colore: tonalità, chiarezza, saturazione.</i> - <i>La sintesi sottrattiva e la sintesi additiva</i> - <i>Il colore nelle immagini digitali</i> - <i>Il metodo RGB</i> - <i>Il metodo CMYK</i> - <i>L'instabilità percettiva: il fenomeno figura-sfondo</i> - <i>Le superfici ambigue</i> - <i>Le figure impensabili</i> - <i>Le regole di organizzazione visiva o del raggruppamento</i> - <i>Gli indizi pittorici della profondità</i> - <i>Visione monoculare e percezione della tridimensionalità</i> 	Settembre/Ottobre
--	------------------------	------------------------	--	-------------------

			- <i>ESERCIZI E QUESTIONARI</i>	
UD 2 ARGOMENTI DI VISUAL DESIGN	C2	A2	- <i>La modularità del campo visivo</i> - <i>Il concetto di struttura</i> - <i>Le textures</i> - <i>La simmetria</i> - <i>ESERCIZI E QUESTIONARI</i>	Novembre
UD 3 ELEMENTI DI STORIA DELLA COMUNICAZIONE	C3	A3	- <i>Comunicare/Esprimere</i> - <i>Invenzione ed evoluzione della scrittura</i> - <i>La stampa e la cultura tipografica</i> - <i>La cultura dei mass-media</i> - <i>Dal segno al simbolo</i> - <i>Il segno come scrittura</i> - <i>Recupero del segno come significante</i> - <i>Ritorno al simbolo</i> - <i>ESERCIZI E QUESTIONARI</i>	Dicembre/Gennaio
UD 4 LA GRAFICA COMMERCIALE: IL MARCHIO	C2 C3	A2 A3	- <i>Definizioni</i> - <i>Funzioni del marchio</i> - <i>Classificazione tipologica e formale</i> - <i>Requisiti</i> - <i>L'aspetto sintattico: coerenza formale</i> - <i>Dal metaprogetto al prodotto</i> - <i>Classificazione del marchio per aree merceologiche</i> - <i>ESERCIZI E QUESTIONARI</i>	Febbraio
UD.5 COMUNICAZIONE ATTRAVERSO LA STAMPA	C3 C4	A3 A4	- <i>Caratteristiche dello spazio tipografico</i> - <i>Lettura e comprensione</i> - <i>Fattori di leggibilità e tempi di lettura di un testo</i> - <i>Forma e funzione del carattere tipografico</i> - <i>Leggibilità del testo sullo schermo di un monitor</i> - <i>Il lettering: classificazione, stili e famiglie dei caratteri</i> - <i>L'aspetto semantico: rapporto fra segno calligrafico e referente.</i> - <i>ESERCIZI E QUESTIONARI</i>	Marzo/Aprile
UD.6 L'IMPAGINAZIONE TIPOGRAFICA	C2 C4	A2 A4	- <i>La Gabbia Grafica</i> - <i>L'impaginazione classica, modulare, libera</i> - <i>La struttura della gabbia</i> - <i>La griglia, le colonne.</i> - <i>Il timone, il menabò</i> - <i>ESERCIZI E QUESTIONARI</i>	Maggio

OBIETTIVI MINIMI DISCIPLINARI

NUCLEI FONDANTI	CONTENUTI	COMPETENZE VERIFICABILI
<p>ARGOMENTI DI VISUAL DESIGN</p>	<p style="text-align: center;">Il anno Primo biennio:</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>La modularità del campo visivo</i> - <i>Il concetto di struttura</i> - <i>Le textures</i> - <i>La simmetria</i> - <i>ESERCIZI E QUESTIONARI</i> 	<p>Individuare le strategie appropriate per la soluzione di problemi.</p>
<p>LA GRAFICA COMMERCIALE: IL MARCHIO</p>	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Definizioni</i> - <i>Funzioni del marchio</i> - <i>Classificazione tipologica e formale</i> - <i>Requisiti</i> - <i>L'aspetto sintattico: coerenza formale</i> - <i>Dal metaprogetto al prodotto</i> - <i>Classificazione del marchio per aree merceologiche</i> - <i>ESERCIZI E QUESTIONARI</i> 	<p>Essere consapevole delle potenzialità e dei limiti delle tecnologie nel contesto culturale e sociale in cui vengono applicate</p>
<p>L'IMPAGINAZIONE TIPOGRAFICA</p>	<ul style="list-style-type: none"> - <i>La Gabbia Grafica</i> - <i>L'impaginazione classica, modulare, libera</i> - <i>La struttura della gabbia</i> - <i>La griglia, le colonne.</i> - <i>Il timone, il menabò</i> - <i>ESERCIZI E QUESTIONARI</i> 	<p>Essere consapevole delle potenzialità e dei limiti delle tecnologie nel contesto culturale e sociale in cui vengono applicate</p>

PROGETTAZIONE MULTIMEDIALE

CONTENUTI E OBIETTIVI DI APPRENDIMENTO Progettazione Multimediale

SECONDO BIENNIO E QUINTO ANNO

Codice	Competenze
C1	individuare e utilizzare gli strumenti di comunicazione e di team working più appropriati per intervenire nei contesti organizzativi e professionali di riferimento
C2	identificare e applicare le metodologie e le tecniche della gestione per progetti
C3	progettare e realizzare prodotti di comunicazione fruibili attraverso differenti canali, scegliendo strumenti e materiali in relazione ai contesti d'uso e alle tecniche di produzione
C4	utilizzare pacchetti informatici dedicati
C5	progettare e gestire la comunicazione grafica e multimediale attraverso l'uso di diversi supporti
C6	progettare, realizzare e pubblicare contenuti per il web
C7	redigere relazioni tecniche e documentare le attività individuali e di gruppo relative a situazioni professionali
C8	programmare ed eseguire le operazioni inerenti le diverse fasi dei processi produttivi
C9	utilizzare e produrre strumenti di comunicazione visiva e multimediale, anche con riferimento alle strategie espressive e agli strumenti tecnici della comunicazione in rete

Codice*	Abilità 2° biennio
A1.1	Sperimentare nella ricerca grafica le potenzialità espressive del segno alfabetico e del colore.
A1.2	Riconoscere gli elementi storici, tipologici ed espressivi dei caratteri tipografici ed rielaborarli per la realizzazione di composizioni grafiche.
A1.3	Scegliere le applicazioni software e i dispositivi hardware per l'acquisizione e l'elaborazione di elementi comunicativi di base.
A1.4	Individuare i media per la comunicazione più efficace
A1.5	Scegliere modalità espressive in relazione all'efficacia e all'impatto visivo del prodotto
A1.6	Progettare, realizzare e presentare prodotti grafici, fotografici e video sulla base dell'analisi dei contenuti, del tipo di interazione con l'utenza e delle finalità comunicative

Codice*	Abilità 5° anno
A2.1	Progettare i prodotti della comunicazione grafica in funzione dei processi e delle tecniche di stampa.
A2.2	Ideare e realizzare prodotti per campagne pubblicitarie e/o di promozione.
A2.3	Ideare e realizzare prodotti visivi e audiovisivi.
A2.4	Progettare un sito o un prodotto cross-media incluse le interazioni con gli utenti.
A2.5	Utilizzare piattaforme per la collaborazione e condivisione di informazioni in rete.
A2.6	Rispettare le regole di usabilità, accessibilità e leggibilità dei siti web, seguendo le indicazioni degli organismi preposti al controllo della qualità della comunicazione

Primo anno del secondo biennio

UD	COMPETENZE *	ABILITÀ <i>inserire codice*</i>	CONOSCENZE	PERIODO
UD 1 LA MULTIMEDIALITÀ A': CONCETTI FONDAMENTALI.	C1 C2 C3 C4 C5	A1.1 A1.2 A2.1 A2.5	<ul style="list-style-type: none"> - Mass media e new media: dall'analogico al digitale - La multimedialità - Multimedialità e ipertestualità - Multimedialità e interattività - Ipermedialità - Gli strumenti della multimedialità - Strumenti di registrazione; le memorie di massa - Prodotti multimediali - Presentazioni con cd e dvd interattivi - Cataloghi digitali - Grafica 3D e realtà virtuale - Animazioni - Prodotti video - Videogiochi - Esercizi - Progetti grafici realizzati utilizzando i software del pacchetto adobe 	SETTEMBRE OTTOBRE
UD 2 MULTIMEDIALITÀ A': STORIA DEI LINGUAGGI	C1 C2 C3 C4	A1.1 A1.3 A1.6 A2.1 A2.5	<p>Dalla scrittura alla tipografia: cenni storici</p> <ul style="list-style-type: none"> - Evoluzione storica del carattere - L'alfabeto fonetico - La stampa - Esercizi - Progetti grafici realizzati utilizzando i software del pacchetto adobe. <p>Il graphic design: cenni storici</p> <ul style="list-style-type: none"> - Origini e sviluppo del design grafico - Esercizi - Progetti grafici realizzati utilizzando i software del pacchetto adobe. <p>Cinema, audiovisivi e animazione: cenni storici</p> <ul style="list-style-type: none"> - La rappresentazione artistica e fotografica del movimento - La cinematografia - L'animazione - Gli audiovisivi - I dati multimediali - Video, cinema, multimedialità ed effetti speciali. - Esercizi <p>Dall'ipertestualità al web: cenni storici</p> <ul style="list-style-type: none"> - La storia dell'ipertesto - Storia di internet - Esercizi 	NOVEMBRE DICEMBRE
UD 3 PIANIFICAZIONE E SVILUPPO DELLA COMUNICAZIONE MULTIMEDIALE	C1 C2 C3 C4 C5	A1.3 A1.4 A1.5 A1.6 A2.1 A2.5 A2.6	<p>Le figure professionali</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le strutture professionali in rete - Agenzia above the line - Centro media - Le agenzie below the line - Le strutture legate alle nuove tecnologie - Strutture di supporto alle agenzie - Realtà professionali indipendenti - Esercizi - Progetti grafici realizzati utilizzando i software del pacchetto adobe. <p>Dal brief alla proposta creativa</p> <ul style="list-style-type: none"> - Il punto di partenza è il briefing - L'azienda - La marca - Il posizionamento 	GENNAIO FEBBRAIO

			<ul style="list-style-type: none"> - Il settore di riferimento e la concorrenza - Il target - Il marketing mix - Gli obiettivi - Le strategie - Il budget pubblicitario - Seconda fase: creazione del gruppo di lavoro - Terza fase: l'individuazione degli obiettivi - Quarta fase: lo sviluppo del piano di comunicazione e del piano media. - Esercizi - Progetti grafici realizzati utilizzando i software del pacchetto adobe. 	
UD 4 IL METODO PROGETTUALE	C1 C2 C3 C4 C5 C6	A1.3 A1.4 A1.5 A1.6 A2.1 A2.2 A2.3 A2.4 A2.5 A2.6	<p>Marchio e visual identity</p> <ul style="list-style-type: none"> - Il marchio - La progettazione :regole basilari - Lo sviluppo del marchio - La carta intestata - La busta - Il biglietto da visita o commerciale - Corporate identity e corporate image - Esercizi - Progetti grafici realizzati utilizzando i software del pacchetto adobe. <p>L'annuncio pubblicitario</p> <ul style="list-style-type: none"> - L'annuncio pubblicitario - Gli elementi dell'annuncio - Composizioni e funzioni comunicative - La composizione del messaggio: tensioni e forze visive - Le funzioni del messaggio visivo - Esercizi - Progetti grafici realizzati utilizzando i software del pacchetto adobe. <p>L'affissione</p> <ul style="list-style-type: none"> - Il manifesto - La progettazione - Stampa e distribuzione - La locandina - Esercizi 	MARZO/ APRILE
UD.5 DALLA COMPOSIZIONE ALL'IMPAGINAZI ONE GRAFICA	C1 C2 C3 C4 C5 C6	A1.3 A1.4 A1.5 A1.6 A2.1 A2.2 A2.3 A2.4 A2.5 A2.6	<p>Le regole compositive</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fondamenti di composizione grafico-visiva - L'organizzazione percettiva - La forma - La struttura portante - La griglia modulare - Lo spazio - Lo spazio virtuale - La composizione dello spazio - Le regole compositive - Composizione ed immagine - Esercizi - Progetti grafici realizzati utilizzando i software del pacchetto adobe. <p>Le regole impaginative</p> <ul style="list-style-type: none"> - Lo spazio, formato: proporzioni e sezione aurea - I formati UNI della carta - La gabbia - Margini e colonne - La gabbia per il web - L'editoria - Il libro - Il progetto editoriale - Pre-stampa e stampa 	MAGGIO/ GIUGNO

			- Esercizi - Progetti grafici realizzati utilizzando i software del pacchetto adobe.	
--	--	--	---	--

Secondo anno del secondo biennio

UD	COMPETENZE*	ABILITÀ <i>inserire codice*</i>	CONOSCENZE	PERIODO
UD.1 PERCEZIONE ED APPLICAZIONI DEL COLORE	C3 C4 C2	A1.1 A1.2 A1.3 A1.4 A1.5 A1.6 A2.1 A2.2 A2.3 A2.4 A2.5 A2.6	<ul style="list-style-type: none"> - Il colore nella fisica - I colori luce - I colori pigmento - Proprietà fisiche del colore - La teoria del colore - I contrasti cromatici - Colore e psicologia - I colori e la stampa - La quadricromia - La stampa offset - La scala pantone - Correzioni del colore - Il colore nel web: la codifica esadecimale - Normativa e tutela dell'ambiente e del territorio. - Esercizi - Progetti grafici realizzati utilizzando i software del pacchetto adobe 	SETTEMBRE
UD.2 IL LETTERING	C3 C4	A1.1 A1.2 A1.3 A1.4 A1.5 A1.6 A2.1 A2.2 A2.3 A2.4 A2.5 A2.6	<ul style="list-style-type: none"> - Il carattere: classificazioni. - Classificazione dei caratteri da stampa - La struttura del carattere - Le aste - Le grazie - Il corpo del carattere - Unità di misura dei caratteri - Spessore ed inclinazione delle aste - Il disegno del lettering - Il contrasto - Forma e controforma 	OTTOBRE NOVEMBRE
UD.3 GESTIONE DELL'IMMAGINE	C4 C5 C8 C6	A1.1 A1.2 A1.3 A1.4 A1.5 A1.6 A2.1 A2.2 A2.3 A2.4 A2.5 A2.6	<p>La gestione dell'immagine</p> <ul style="list-style-type: none"> - L'immagine fotografica - L'illustrazione - Le immagini digitali - Progettare con le immagini - I formati standard dei file - Formati per la stampa - Formati per il web - Esercizi - Progetti grafici realizzati utilizzando i software del pacchetto adobe 	DICEMBRE
UD.4 PROGETTAZIONE GRAFICA: - MARCHIO E VISUAL IDENTITY -L'ANNUNCIO PUBBLICITARIO	C3 C4 C5 C8 C6 C9	A1.3 A1.4 A1.5 A1.6 A2.1 A2.2 A2.3 A2.4 A2.5 A2.6	<ul style="list-style-type: none"> -Il marchio -La progettazione: regole basilari -Lo sviluppo del marchio -Immagine coordinata -La carta intestata -La busta -Il biglietto da visita o commerciale -Corporate identity e corporate image -Manuale di visual identity -Esercizi -Progetti grafici realizzati utilizzando i software del pacchetto adobe -L'annuncio pubblicitario -Gli elementi dell'annuncio -Composizione e funzioni comunicative 	GENNAIO/ FEBBRAIO

-L'AFFISSIONE			<ul style="list-style-type: none"> -La composizione del messaggio: tensioni e forze visive -Le funzioni del messaggio visivo -Esercizi -Progetti grafici realizzati utilizzando i software del pacchetto adobe -Il manifesto -La progettazione -Stampa e distribuzione -La locandina -Esercizi. -Progetti grafici realizzati utilizzando i software del pacchetto adobe 	
UD.5 IL PRODOTTO AUDIOVISIVO	C8	A1.3 A1.4 A1.5 A1.6 A2.1 A2.2 A2.3 A2.4 A2.5 A2.6	<ul style="list-style-type: none"> - Introduzione - Movimento e percezione - L'audiovisivo: principi tecnici di base - La frequenza: fps - Risoluzione e dimensioni del quadro video - L'audiovisivo: il progetto - Dal brief al soggetto - Ritmo e tempi della narrazione - Sviluppo dell'audiovisivo - La pre-produzione - La sceneggiatura - Layout della sceneggiatura - La scenografia - Lo storyboard - La produzione - Le inquadrature - L'angolo di ripresa - Campo e fuori campo - Il punto di vista - La composizione - I movimenti della ripresa - La post-produzione - Il montaggio o editing - Il suono - L'animazione digitale - Il video: ambiti di applicazione - Il video curriculum - ESERCIZI <p style="text-align: center;">PROGETTI GRAFICI REALIZZATI UTILIZZANDO I SOFTWARE DEL PACCHETTO ADOBE</p>	MARZO/ APRILE
UD6. PROGETTAZIONE PER IL WEB	C6 C2	A1.3 A1.4 A1.5 A1.6 A2.1 A2.2 A2.3 A2.4 A2.5 A2.6	<ul style="list-style-type: none"> - Il Word Wide Web - Progettare per il web - Flusso di lavoro di un progetto web - Mappa di un progetto web - Fase pre-progettuale: brief, analisi e benchmarking - Il documento guida e l'approvazione - Fase progettuale - Concetti di basic web design - Come funziona il web - I browser - Introduzione al linguaggio html - Il W3C - Introduzione al concetto di accessibilità e usabilità - Prodotti e servizi per il web - Esercizi - Progetti grafici realizzati utilizzando i software del pacchetto adobe 	MAGGIO/ GIUGNO

<p>UD. 2 PRINCIPI DI PACKAGING DESIGN: PACKAGING DALLA TECNOLOGIA AL PROGETTO</p> <p>PACKAGING DESIGN</p>	<p>C2 C3 C4</p>	<p>A1.3 A1.4 A1.5 A1.6 A2.1 A2.2 A2.3 A2.4 A2.5 A2.6</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Le funzioni del packaging - Packaging e marketing - Immagini di marca e di prodotto - Tipologie e materiali - I materiali - Case history: Tetra Pak - Le informazioni obbligatorie - Principi compositivi - Packaging ecosostenibile: principi di ecodesign - Case history: P.E.T. Engineering - Progetti grafici realizzati utilizzando i software del pacchetto adobe. - Considerazioni preliminari - Le fasi del progetto - Il progetto - Packaging tra forma e design - Il progetto del packaging cartotecnico - L'etichetta - Pack e nuove frontiere della comunicazione - progetti grafici realizzati utilizzando i software del pacchetto adobe 	<p>NOVEMBRE DICEMBRE</p>
<p>UD. 3 IL PRODOTTO VIDEO TECNICHE DI BASE</p> <p>IL PRODOTTO VIDEO: TECNICHE DI RIPRESA E MONTAGGIO</p> <p>VIDEOEDITING E PROGETTAZIONE</p>	<p>C3 C4 C5</p>	<p>A1.3 A1.4 A1.5 A1.6 A2.1 A2.2 A2.3 A2.4 A2.5 A2.6</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Gli strumenti: macchina da presa o videocamera? - Ottiche e inquadrature - L'esposizione - Illuminare la scena - Tecniche di illuminazione - La normativa - Le licenze Creative Commons - progetti grafici realizzati utilizzando i software del pacchetto adobe. - La progettazione - L'organizzazione - La ripresa - Indicazioni operative per le riprese - La post-produzione - Tecniche di ripresa e montaggio - progetti grafici realizzati utilizzando i software del pacchetto adobe - Videoediting digitale - Gli effetti - La colonna sonora - I titoli - La finalizzazione - Video marketing e video advertising - Realizzazione di un prodotto multimediale - Progettare un video infografica - progetti video realizzati utilizzando i software del pacchetto adobe. 	<p>GENNAIO/FE BBRAIO</p>

<p>UD. 4 PRINCIPI DI ANIMAZIONE DIGITALE: IL PRODOTTO DI ANIMAZIONE TECNICHE DI BASE</p> <p>IL PRODOTTO DI ANIMAZIONE: TUTORIAL E PROGETTAZIONE</p>	<p>C2 C4</p>	<p>A1.3 A1.4 A1.5 A1.6 A2.1 A2.2 A2.3 A2.4 A2.5 A2.6</p>	<ul style="list-style-type: none"> - L'animazione: caratteristiche generali - I fotogrammi - Il ritmo - Tecniche di animazione tradizionali - L'animazione digitale - L'animazione 2D - L'animazione 3D - Le fasi progettuali - La pre-produzione - La produzione - La post-produzione - esercitazioni realizzate utilizzando il software adobe flash. - Tutorial - Esercitazione guidata1: creazione di un personaggio - Esercitazione guidata 2: creazione di uno sprite - Esercitazione guidata 3: sviluppo di un motion graphics 3D - Progettazione - Progettazione di uno spot: applicazione della tecnica di spot motion - Progettazione di un banner animato. Animazione in formato gif con Adobe Photoshop - esercitazione per la realizzazione di gif animate con i software del pacchetto adobe. 	<p>MARZO/ APRILE</p>
<p>UD.5 ADVERTISING ONLINE</p> <p>IL WEB: TECNICHE E LINGUAGGI</p>	<p>C4 C5 C6</p>	<p>A1.3 A1.4 A1.5 A1.6 A2.1 A2.2 A2.3 A2.4 A2.5 A2.6</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Il nuovo consumatore postmoderno - La cyber society - Il sito - Lo sviluppo della tribù: le azioni previste dalla classificazione GKS - Le forme della web advertising - Il banner - Il video - E-mail, newsletter, SMS e MMS - Classified/Videodirectories - Keywords/Search advertising - Social media marketing - progetti grafici realizzati utilizzando i software del pacchetto adobe - il web 2.0 - sito statico e sito dinamico - il w3c - il linguaggio html - html e browser - introduzione all'html - progettazione della mappa concettuale interattiva per l'esame di stato. - progetti grafici realizzati utilizzando i software adobe illustrator, indesign, adobe flash. 	<p>MAGGIO/ GIUGNO</p>

<p>PRINCIPI DI PACKAGING DESIGN: PACKAGING DALLA TECNOLOGIA AL PROGETTO PACKAGING DESIGN</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Packaging ecosostenibile: principi di ecodesign - Case history: P.E.T. Engineering Considerazioni preliminari - Le fasi del progetto - Il progetto - Packaging tra forma e design - Il progetto del packaging cartotecnico - L'etichetta - Pack e nuove frontiere della comunicazione <p>progetti grafici realizzati utilizzando i software</p>	
---	--	--

TECNOLOGIA DEI PROCESSI DI PRODUZIONE

CONTENUTI E OBIETTIVI DI APPRENDIMENTO

Tecnologia dei Processi di Produzione

SECONDO BIENNIO E QUINTO ANNO

Codice	Competenze
C1	Programmare ed eseguire le operazioni inerenti le diverse fasi dei processi produttivi
C2	Gestire progetti e processi secondo le procedure e gli standard previsti dai sistemi aziendali di gestione della qualità e della sicurezza
C3	Analizzare il valore, i limiti e i rischi delle varie soluzioni tecniche per la vita sociale e culturale con particolare riferimento alla sicurezza dei luoghi di vita e di lavoro, alla tutela della persona, dell'ambiente e del territorio
C4	Utilizzare i principali concetti relativi all'economia e all'organizzazione dei processi produttivi e dei servizi
C5	Redigere relazioni tecniche e documentare le attività individuali e di gruppo relative a situazioni professionali

Codice*	Abilità 2° biennio
A1.1	Scegliere il processo in funzione del prodotto da realizzare.
A1.2	Selezionare i materiali idonei alla realizzazione del prodotto.
A1.3	Stabilire il corretto flusso operativo di pre stampa, stampa e post stampa.
A1.4	Applicare le nozioni di fisica necessarie alla selezione e gestione del colore
A1.5	Ottimizzare la riproduzione del suono.
A1.6	Individuare i parametri e gli standard di qualità del prodotto

Codice*	Abilità 5° anno
A2.1	Valutare la qualità e la conformità del prodotto finale.
A2.2	Individuare e risolvere problematiche di produzione relative ad un impianto o ad un prodotto.
A2.3	Analizzare i fabbisogni di materiali, servizi, attrezzature ed impianti necessari per la produzione
A2.4	Applicare le norme nazionali e comunitarie in relazione ai contesti e ai prodotti specifici.
A2.5	Utilizzare piattaforme per la collaborazione e condivisione di informazioni in rete
A2.6	Applicare la normativa sulla sicurezza negli ambienti di lavoro

Primo anno del secondo biennio

UD	COMPETENZE*	ABILITÀ <i>inserire codice*</i>	CONOSCENZE	PERIODO
FONDAMENTI DI GEOMETRIA	c4 C1	A1.1 A1.3	L'isocaedro Il tetraedro Il tricondaedro Il frattale semplice La texture L'assonometria cavaliera	PRIMO

			L'assonometria monometrica	
U.D Creare un marchio e brand identity	c4		Realizzazione di un marchio e relative versioni di leggibilità	PRIMO
La stampa offset PRIMA PARTE	C2	A1.1 A1.6	La litografia La stampa a immersione Il mettifoglio Il corpo macchina con basamento Il gruppo di cilindri I fianchi e le spalle	PRIMO
IL MONTAGGIO VIDEO PARTE PRIMA	C3	A1.1 A1.5	Il concetto di campo Le inquadrature e la luce Il triangolo di inquadratura fondamentale Il posizionamento delle luci Il concetto di scena Il concetto di controcampo Il concetto di piano sequenza Le attrezzature fondamentali Il carrello e la stady cam Le macchine da presa nella storia del cinema	SECONDO
LA TECNICA DELLO STOP MOTION	C1 C3 C4	A1.1 A1.2 A1.6	Introduzione alla tecnica Lo story board La scenotecnica Il concetto di scena Sceneggiatura Scenografia Il montaggio video Realizzazione di un book contententi i passaggi salienti Applicazione di un lavoro di gruppo	SECONDO

Secondo anno del secondo biennio

UD	COMPETENZE*	ABILITÀ <i>inserire codice*</i>	CONOSCENZE	PERIODO
IL PREVENTIVO DI STAMPA	C1 C2 C4	A1.1 A1.3 A1.6	I costi di produzione Le voci di spesa Le lastre tipografiche Le tecniche di stampa I costi delle lastre I costi dell'inchiostro I costi del taglio I costi della piegatura I costi del grafico I costi della carta e dei diversi formati	PRIMO
IL MONTAGGIO VIDEO PARTE SECONDA	C3	A 1.1 A1.5	Il concetto di campo Le inquadrature e la luce Il triangolo di inquadratura fondamentale Il posizionamento delle luci Il concetto di scena Il concetto di controcampo Il concetto di piano sequenza Le attrezzature fondamentali Il carrello e la stady cam Le macchine da presa nella storia del cinema	PRIMO
BRAND IDENTITY	C1 C3 C4	A1.1 A1.2 A1.3	Ideazione di un marchio su traccia assegnata Biglietto da visita Brochure 15x30 cm a due cordonature	SECONDO

		A1.6	Ripresa Fotografica immagini aziendali Realizzazione Stand 3d Simulazione Evento	
--	--	-------------	--	--

*Riportare il "Codice" della tabella superiore

Quinto anno

UD	COMPETENZE*	ABILITÀ <i>inserire codice*</i>	CONOSCENZE	PERIODO
La stampa digitale	C2	A2.1 A2.6	Il piano Gli inchiostri L'impatto sull'ambiente Il codice etico aziendale Le diverse procedure di riciclo	PRIMO
I flussi di lavoro	C2	A2.2 A2.6	L'ideazione Il catalogo di una mostra Layout La copertina Il workflow	PRIMO
Condivisione attraverso il web	C4	A2.4 A2.5	Introduzione Metaprogetto I servizi web Il cloud Le piattaforme condivise Internet e la pirateria Tutelarsi in rete	Secondo
La stampa offset PRIMA PARTE	C2	A2.2 A2.3 A2.6	La litografia La stampa a immersione Il mettifoglio Il corpo macchina con basamento Il gruppo di cilindri I fianchi e le spalle	Secondo

OBIETTIVI MINIMI DISCIPLINARI

NUCLEI FONDANTI	CONTENUTI	COMPETENZE VERIFICABILI
Fondamenti della Geometria; La stampa Offset; Il montaggio video.	I Anno Secondo biennio: La Texture; L'Assonimetria cavaliere; Le Tecniche di Stampa e i processi principali; I principali passaggi del montaggio video.	- C 1 Programmare ed eseguire le operazioni inerenti le diverse fasi dei processi produttivi - C 3 Analizzare il valore, i limiti e i rischi delle varie soluzioni tecniche per la vita sociale e culturale con particolare riferimento alla sicurezza dei luoghi di vita e di lavoro, alla tutela della persona, dell'ambiente e del territorio
Il preventivo di stampa; Il montaggio video seconda parte; Brand Identity	II anno Secondo biennio: I Costi di produzione ; Le voci di spesa; Il concetto di campo; Le inquadrature ; La luce; Le attrezzature fondamentali	C4 Utilizzare i principali concetti relativi all'economia e all'organizzazione dei processi produttivi e dei servizi

<p>La stampa digitale ; I flussi di lavoro; Condivisione Attraverso il web;</p>	<p>V anno: Gli inchiostri; L'Impatto sull'ambiente; Le diverse procedure di riciclo; Il catalogo di una mostra; I servizi web , internet e la pirateria.</p>	<p>A2.1 Valutare la qualità e la conformità del prodotto finale A2.5 Valutare la qualità e la conformità del prodotto finale.</p>
--	--	--

LABORATORI TECNICI GRAFICI

CONTENUTI E OBIETTIVI DI APPRENDIMENTO

Laboratori tecnici

SECONDO BIENNIO E QUINTO ANNO

Codice	Competenze
C1	Progettare e realizzare prodotti di comunicazione fruibili attraverso differenti canali, scegliendo strumenti e materiali in relazione ai contesti d'uso e alle tecniche di produzione
C2	Utilizzare pacchetti informatici dedicati
C3	Progettare e gestire la comunicazione grafica e multimediale attraverso l'uso di diversi supporti
C4	Programmare ed eseguire le operazioni inerenti le diverse fasi dei processi produttivi
C5	Progettare, realizzare e pubblicare contenuti per il web
C6	Utilizzare e produrre strumenti di comunicazione visiva e multimediale, anche con riferimento alle strategie espressive e agli strumenti tecnici della comunicazione in rete
C7	Identificare e applicare le metodologie e le tecniche della gestione per progetti

Codice*	Abilità 2° biennio
A1.1	Produrre file per i processi di stampa secondo le specifiche tecniche.
A1.2	Verificare e ottimizzare i file forniti per la stampa
A1.3	Stampare su supporti e materiali diversi.
A1.4	Verificare e ottimizzare i flussi per la produzione grafica e audiovisiva.
A1.5	Utilizzare i sistemi di comunicazione on-line
A1.6	Individuare e risolvere problematiche relative ai vari processi di stampa.
A1.7	Utilizzare simulatori e/o macchine da stampa.
A1.8	Effettuare ripresa e montaggio audio-video
A1.9	Utilizzare le sorgenti luminose in uso sui set di ripresa, nei teatri di posa e negli studi di produzione multimediale
A1.10	Valutare la qualità di uno prodotto su dati oggettivi strumentali.
A1.11	Applicare le norme per la sicurezza nei luoghi di lavoro

Codice*	Abilità 5° anno
A2.1	Realizzare siti web con l'integrazione di codici e linguaggi specifici.
A2.2	Effettuare riprese audiovisive.
A2.3	Creare animazioni 2D e 3D con software dedicati
A2.4	Utilizzare correttamente le attrezzature e software di input, archiviazione e output
A2.5	Realizzare autonomamente o in team un prodotto multimediale

Primo anno del secondo biennio

UD	COMPETENZE*	ABILITÀ <i>inserire codice*</i>	CONOSCENZE	PERIODO
UD 1 FONDAMENTI DIGRAFICA VETTORIALE	C1. C2 C7	A1.10	introduzione: barra degli strumenti Menù a tendina, menu a comparsa I pittogrammi fondamentali La tavolozza dei colori e relativi pantoni il sistema relativo il sistema assoluto La griglia e la parametrizzazione La campitura La maschera e utilizzo del mouse La settorializzazione basilare Manifesto 1, 2, 3 e tavole tecniche (pantoni, font e griglie tecniche) Manifesto 4,5,6 e tavole tecniche (pantoni, font e griglie tecniche) Il volantino Il manifesto Il biglietto da visita Primi progetti editoriali multi pagine	PRIMO TRIMESTRE
UD 2 linguaggi GRAFICI BRAND IDENTITY	C1 C2 C7	A1.5	Creazione di un marchio Versione positiva colore Versione negativa colore Prove di riduzione Il biglietto da visita La carta intestata L'editoria I gadget aziendali	SECONDO
UD 3 GLI ESPOSIMETRI	C4	A1.4	Leggere l'esposizione Criteri di sovra e sotto esposizione La profondità di campo Il mosso Lo sfocato La scia del movimento La regola dei terzi La scala dei diaframma La scala dei tempi	PRIMO TRIMESTRE
UD 4 GLI OBIETTIVI	C4	A1.4 A1.9	Obiettivi normali, grandangolari, a lunga focale e zoom. Luminosità o apertura massima relativa. Utilizzo degli obiettivi a seconda delle caratteristiche. La prospettiva	SECONDO
UD.5 Prime esercitazioni di ripresa fotografica	C4	A1.9 A1.10	Tema: la mappa tipografica nella città' Tema 1.2 impaginazione su pdf rispetto al tema di riferimento Tema: il concetto di autunno Tema 2.2 realizzazione di un video rispetto al tema di riferimento Tema: ambiente e identità' Tema 3.3 prodotto editoriale con le foto del tema di riferimento (calendario)	PRIMO E SECONDO QUADRIMEST RE
UD.1 L'INVENZIONE DELLA FOTOGRAFIA Dalla "camera obscura" alle moderne attrezzature	C4	A1.2	dagherrotipo, il calotipo, il collodio umido e l'evoluzione degli apparecchi fotografici fino alla tecnologia digitale. NIEPCE DAGUERRE TALBOT SCOTT	PRIMO

Secondo anno del secondo biennio

UD	COMPETENZE*	ABILITÀ <i>inserire codice*</i>	CONOSCENZE	PERIODO
UD.1 LE PELLICOLE	C4	A1.2 A1.9	Struttura e caratteristiche principali delle pellicole: sensibilità cromatica: le pancromatiche sensibilità alla luce: scala ASA, DIN e ISO grana fotografica e gli elementi che la modificano potere risolutivo, acutanza	PRIMO
Ud.2 FILTRI PER IL BIANCO E NERO	C4	A1.9	Natura ottica dei filtri Scelta del filtro per pellicole in bianco e nero: filtri contrasto e filtri speciali (anti UV, ND, polarizzatori) Il fattore filtro	
Ud.3 IL FLASH A SLITTA	C4	A1.9 A1.2	Il fattore filtro I diversi tipi di filtro Schemi di utilizzo di un flash: a pioggia, a taglio, a raso e frontale. Ripresa in laboratorio di un controluce Ripresa a luce solare con flash a controluce Ripresa a luce naturale con flash a pioggia Ripresa a luce naturale con pannello riflettente e flash a pioggia	
UD.4 esercitazioni di ripresa fotografica	C4	A1.9 A1.8	tema: ombre e riflessi Realizzazione di cartoline con le foto oggetto del tema tema: punto linea e superficie Realizzazione di una mostra fotografica per l'openday tema: il video per il concorso giffoni Tematica sociale /ironica/ personale di 5 minuti	PRIMO E SECONDO QUADRIMESTRE
UD.5 IL DIRITTO DI IMMAGINE	C5 C7	A1.11	La liberatoria Il diritto costituzionale art 14 e 117 Il diritto della trasparenza Il diritto della privacy Il copywrite Il diritto di immagine su minori Il contratto di cessione per crediti Il fotogiornalismo per pubblica utilità	SECONDO QUADRIMESTRE

Quinto anno

UD	COMPETENZE*	ABILITÀ <i>inserire codice*</i>	CONOSCENZE	PERIODO
UD.1 Realizzazione di un sistema pittogrammatico di 8 personaggi	C5 C7	A1.5	Saper sintetizzare con forme visive il contenuto di un messaggio. Saper produrre immagini che siano coerenti dal punto di vista dello sviluppo e del contenuto. Capacità di riconoscere i nuclei tematici e gli elementi formali di un messaggio.	PRIMO QUADRIMESTRE

UD. 2 linguaggi multimediali modulo 1 Adobe/macromedia Flash	C2 C6	A1.5 A1.10	Introduzione: barra degli strumenti Menù a tendina, menu a comparsa Le icone fondamentali L'Ipertesto clip by clip Realizzazione di una presentazione multimediale Realizzazione di una galleria fotografica Fondamenti di action script <ul style="list-style-type: none"> • Realizzazione di un piccolo sito web • Pubblicazione in rete delle esercitazioni prodotte Esercitazioni in laboratorio su traccia assegnata	PRIMO QUADRIMESTRE
UD 3 STORIA DELLA FOTOGRAFIA parte 1 UD 4 STORIA DELLA FOTOGRAFIA parte 2	C3	A1.9 A1.2	NIEPCE-DAGUERRE-TALBOT-MUYBRIDGE- NADAR-CAMERON-MAN RAY TEMI: IL PAESAGGIO IL RITRATTO LO SVILUPPO DELLA FOTOGRAFIA COME SERIE E. Weston Tina Modotti Mappertthope Still-life;	PRIMO
UD 5 STORIA DELLA FOTOGRAFIA parte 3 UD 6 STORIA DELLA FOTOGRAFIA parte 4	C3	A1.9 A1.2	E. Weston: Still-life; Nudo; Gruppo f/64. A. Adams: Il paesaggio. Il sistema zonale; Bibliografia di A. A. H. Cartier-Bresson: Il Report e il reportage; A. G Bragaglia Edgartone e la cinescopia Lo studio ermeneutico dei Mass Media Lewis hine August Sander Diane Arbus Doisneau Mario Giacomelli e il linguaggio del bianco e nero	SECONDO
UD 7 LA SICUREZZA SUI LUOGHI DI LAVORO	C5 C7	A1.11	I soggetti della sicurezza Il datore di lavoro Il responsabile della sicurezza Il progettista Il medico L'addetto alla sicurezza Gli eni preposti al controllo : ispesl, asl, vvf Il ruolo dell'inail La segnaletica informativa La segnaletica formativa	SECONDO

OBIETTIVI MINIMI DISCIPLINARI

NUCLEI FONDANTI	CONTENUTI	COMPETENZE VERIFICABILI
	I anno Secondo biennio:	-
	II anno Secondo biennio:	-
	V anno:	-

TEORIA DELLA COMUNICAZIONE

CONTENUTI E OBIETTIVI DI APPRENDIMENTO

Teoria della Comunicazione

SECONDO BIENNIO

Codice	Competenze
C1	Utilizzare il patrimonio lessicale ed espressivo della lingua italiana secondo le esigenze comunicative nei vari contesti: sociali, culturali, scientifici, economici, tecnologici
C2	Utilizzare e produrre strumenti di comunicazione visiva e multimediale, anche con riferimento alle strategie espressive e agli strumenti tecnici della comunicazione in rete
C3	Individuare e utilizzare gli strumenti di comunicazione e di team working più appropriati per intervenire nei contesti organizzativi e professionali di riferimento
C4	Analizzare e monitorare le esigenze del mercato dei settori di riferimento

Codice*	Abilità 2° biennio
A1.1	Utilizzare i mezzi della comunicazione in funzione degli obiettivi della committenza e del target
A1.2	Analizzare le campagne di comunicazione e pubblicitarie nazionali e internazionali.
A1.3	Scegliere prodotti di comunicazione in base a criteri di coerenza, efficacia comunicativa, interattività e fattibilità tecnica
A1.4	Valutare le scelte comunicative dei progetti pubblicitari in rapporto agli obiettivi.
A1.5	Utilizzare il lessico e fraseologia di settore anche in lingua inglese.

Primo anno del secondo biennio

UD	COMPETENZE*	ABILITÀ	CONOSCENZE	PERIODO
UD.0: Conoscenza della classe con autopresentazione orale Presentazione del Programma Somm.ne Test ingresso	C1	A1.1	Test d'ingresso La Comunicazione: gli elementi della comunicazione e i linguaggi della comunicazione verbale e non verbale. Le funzioni linguistiche.	Settembre-Ottobre
UD.1. La dinamica del processo di comunicazione	C1 C2	A1.1 A1.2	I fondamenti della comunicazione umana Il modello cibernetico di spiegazione del processo comunicativo Il processo di codifica e decodifica del messaggio	Novembre-Dicembre
UD.2: La pragmatica della comunicazione e il linguaggio corporeo	C1- C2-	A1.1 A1.2	La pragmatica della comunicazione Il linguaggio non verbale corporeo Comunicare se stessi agli altri	Gennaio Febbraio-
UD.3: Percezione e comunicazione	C1 C2- C3	A1.1 A2	La percezione soggettiva della realtà La comunicazione visiva	Marzo-Aprile-

UD.4: La retorica dei linguaggi	C1 -C2 C4	A1.1 A1.2 A1.3	Il linguaggio verbale persuasivo La retorica del linguaggio visivo e multimediale Standard minimi Conoscenza essenziale dei nuclei tematici trattati	Maggio- Giugno
---	-----------------	----------------------	---	-------------------

Secondo anno del secondo biennio

U.D	COMPETENZE	ABILITA'	CONOSCENZE	PERIODO
U.D.1 Presentazione del Programma Somm.ne Test ingresso	C1- C2 C3 C4	A1.1 A1.2 A1.3 A1.4	Ripasso del programma di terza e verifica delle conoscenze	Sett/Ott.
U.D.2 La capacità di lavorare in gruppo La comunicazione efficace a livello interpersonale	C1 -C2 -C3	A1.1 A1.2 A1.3 A1.4 A1.5	Il gruppo e le sue dinamiche Il gruppo efficace La comunicazione efficace come " Life Skill" Il modello ecologico di comunicazione Gli errori comuni nell'ascolto e i suggerimenti per ben ascoltare Il feedback	Ottobre/Novembre
U.D.3 Le comunicazioni di massa	C1 C2 C3	A1.1 A1.2 A1.3 A1.4	Società e comunicazioni di massa La storia e i linguaggi dei media Il cinema e il linguaggio cinematografico La televisione e il linguaggio televisivo Storia e funzione di internet	Dicembre/Gennaio
U.D.4 Le comunicazioni aziendali	C1 C2 C3	A1.1 A1.2 A1.3 A1.4 A1.5	La comunicazione d'impresa e le sue finalità Come relazionarsi sul lavoro con i tipi difficili L'immagine aziendale Il linguaggio del marketing	Febbraio/Marzo
U.D.5 La comunicazione pubblicitaria	C1 C2 C3 C4	A1.1 A1.2 A1.3 A1.4 A1.5	L'agenzia pubblicitaria. L'efficacia comunicativa di un messaggio pubblicitario L'evoluzione della comunicazione Le fasi di una campagna pubblicitaria Il briefing e la ricerca delle informazioni La verifica dei risultati Le ultime tendenze pubblicitarie	Aprile /Maggio Giugno

OBIETTIVI MINIMI DISCIPLINARI

NUCLEI FONDANTI	CONTENUTI	COMPETENZE VERIFICABILI
La dinamica del processo di comunicazione. La pragmatica della comunicazione e il linguaggio corporeo	I anno Secondo biennio: La Comunicazione: gli elementi della comunicazione e i linguaggi della comunicazione verbale e non verbale. Le funzioni linguistiche	C1 C2 C3
La comunicazione efficace a livello interpersonale Le comunicazioni di massa	II anno Secondo biennio: Il gruppo e le sue dinamiche Il gruppo efficace Come relazionarsi sul lavoro con i tipi difficili	C1 C2 C3

La comunicazione pubblicitaria	L'immagine aziendale Il linguaggio del marketing L'agenzia pubblicitaria L'evoluzione della comunicazione	
---------------------------------------	--	--

ORGANIZZAZIONE E GESTIONE DEI PROCESSI PRODUTTIVI

CONTENUTI E OBIETTIVI DI APPRENDIMENTO

Organizzazione dei Processi di Produzione

QUINTO ANNO

Codice	Competenze
C1	Gestire progetti e processi secondo le procedure e gli standard previsti dai sistemi aziendali digestione della qualità e della sicurezza
C2	Analizzare e monitorare le esigenze del mercato dei settori di riferimento
C3	Identificare e applicare le metodologie e le tecniche della gestione per progetti
C4	Individuare e utilizzare gli strumenti di comunicazione e di team working più appropriati per intervenire nei contesti organizzativi e professionali di riferimento
C5	Utilizzare pacchetti informatici dedicati

Codice*	Abilità 5° anno
A2.1	Individuare le caratteristiche fondamentali dell'organizzazione di un'azienda grafica o audiovisiva.
A2.2	Documentare gli aspetti organizzativi ed economici di un'attività produttiva
A2.3	Interpretare e risolvere le problematiche produttive, gestionali e commerciali.
A2.4	Elaborare il flussogramma operativo relativo alla realizzazione di un prodotto grafico o audiovisivo.
A2.5	Coordinare le diverse fasi di produzione in coerenza con la pianificazione e programmazione della commessa.
A2.6	Interagire con le figure professionali operanti nelle diverse fasi di realizzazione del prodotto.
A2.7	Gestire tempi, metodi e costi di segmenti produttivi nell'ambito di una struttura industriale o di una impresa artigiana.
A2.8	Elaborare un preventivo di spesa in base ai costi aziendali.
A2.9	Applicare i principi e le norme di igiene e sicurezza nei luoghi di lavoro.

Quinto anno

UD	COMPETENZE*	ABILITÀ inserire codice*	CONOSCENZE	PERIODO
UD 1 L'AZIENDA	C1 C2 C5	A2.1 A2.2 A2.3	- <i>Nascita delle aziende.</i> - <i>Tipi di aziende:</i> <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>secondo il fine a cui tendono</i> ▪ <i>secondo i gradi di sviluppo e secondo la natura del soggetto</i> ▪ <i>secondo la forma giuridica</i> ▪ <i>società di persone</i> ▪ <i>società di capitale</i> - <i>Funzioni d'Impresa-Alta Definizione.</i>	PRIMO BIMESTRE
UD 2 ORGANIZZAZIONE DELL'AZIENDA	C1 C2 C3 C5	A2.4 A2.5 A2.6	- <i>Organigramma.</i> - <i>Classificazione delle Aziende Grafiche - su commessa -editoriali - per modelli non editoriali -per processo continuo</i>	SECONDO BIMESTRE

UD 3 ORGANIZZAZIONE DEI PROCESSI PRODUTTIVI	C2 C3 C4 C5	A2.7 A2.8 A2.9	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Il capitale e i fattori produttivi - capitale sociale, capitale di cessione, capitale di liquidazione e funzionamento.</i> - <i>Finanziamento -con vincoli di credito e vincoli di capitale leasing.</i> - <i>I Costi. -ammortamento -interesse di computo -costi costanti, costi variabili, costo a copia. -Costo ora</i> - <i>Nucleo Produttivo</i> - <i>I Ricavi. -bolla d'accompagnamento</i> - <i>DDT</i> 	TERZO BIMESTRE
UD 4 L'AZIENDA E IL MERCATO GRAFICO	C1 C2 C3 C4 C5	A2.7 A2.8 A2.9	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Entipologia dello stampato</i> - <i>classificazione degli stampati</i> - <i>domanda, offerta e prezzo di vendita</i> - <i>L'Amministrazione inventario.</i> <p>GESTIONE DEI PROCESSI PRODUTTIVI</p>	QUARTO BIMESTRE

OBIETTIVI MINIMI DISCIPLINARI

NUCLEI FONDANTI	CONTENUTI	COMPETENZE VERIFICABILI
L'AZIENDA ORGANIZZAZIONE DELL'AZIENDA	V anno	
	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Nascita delle aziende.</i> - <i>Tipi di aziende: -secondo il fine a cui tendono -secondo i gradi di sviluppo e secondo la natura del soggetto -secondo la forma giuridica -società di persone -società di capitale</i> - <i>Funzioni d'Impresa - Alta Definizione.</i> - <i>Organigramma.</i> - <i>Classificazione delle Aziende Grafiche -su commessa -editoriali -per modelli non editoriali -per processo continuo</i> 	<p>Gestire progetti e processi secondo le procedure e gli standard previsti dai sistemi aziendali di gestione della qualità e della sicurezza.</p> <p>Utilizzare pacchetti informatici dedicati.</p>

**COORDINATRICE
Prof.ssa Anna Vitulano**

