

**PROGRAMMAZIONE FINALE
PER COMPETENZE IN USCITA TRIENNIO**

**DIPARTIMENTO DI GRAFICA PUBBLICITARIA
PIANIFICAZIONE PUBBLICITARIA**

CLASSE QUARTA A GRAFICO A.S. 2010 - 2011

MODULO N. 1

TITOLO: STRATEGIE E RICERCHE

REQUISITI NECESSARI PER AFFRONTARE IL MODULO	<ul style="list-style-type: none"> • Accertamento delle competenze acquisite nel terzo anno con Tecnica Pubblicitaria
COMPETENZA IN USCITA	Sa interpretare i risultati di una ricerca per impostare in maniera mirata una strategia comunicazionale
ABILITÀ	Attua la giusta strategia conoscendo il mercato
RILEVATORI DELLA COMPETENZA	Riconoscere l'importanza di una corretta metodologia comunicazionale

STRUTTURA DI APPRENDIMENTO	<p style="text-align: center;">Parte teorica: Il posizionamento Obiettivi, contenuti e modi della comunicazione Il briefing, Metodologie d'approccio Le ricerche sul mercato e sui consumatori</p> <p style="text-align: center;">Parte pratica: produzione di Messaggi pubblicitari efficaci</p> <p style="text-align: center;">Azioni per far riflettere lo studente sul percorso di apprendimento effettuato (metacognizione). Letture guidate su autori specifici di settore (approfondimenti)</p>
TEMPI	Ottobre- Novembre
METODOLOGIA	Lezioni frontali
MODALITA' DI VERIFICA	Verifiche scritte semistrutturate e orali.
COLLEGAMENTI INTERDISCIPLINARI	Psicologia della Comunicazione

MODULO N. 2

TITOLO: I MEZZI E LORO CARATTERISTICHE

REQUISITI NECESSARI PER AFFRONTARE IL MODULO	<ul style="list-style-type: none"> • Conoscenza approfondita dei moduli precedenti
COMPETENZA IN USCITA	Sa individuare le potenzialità comunicative e i limiti insiti in ogni medium della comunicazione
ABILITÀ	Riconosce il mezzo più funzionale ai vari messaggi
RILEVATORI DELLA COMPETENZA	Conoscere le tipicità di ogni mezzo

STRUTTURA DI APPRENDIMENTO	<div style="border: 1px solid black; border-radius: 15px; padding: 10px; margin-bottom: 10px;"> Parte teorica: Gli elementi base, La stampa, La televisione La radio, Il cinema, l'affissione </div> <div style="border: 1px solid black; border-radius: 15px; padding: 10px; margin-bottom: 10px;"> Parte pratica: produzione di Mappe concettuali </div> <div style="border: 1px solid black; border-radius: 15px; padding: 10px;"> Azioni per far riflettere lo studente sul percorso di apprendimento effettuato (metacognizione). Proiezioni multimediali sull'impiego dei diversi media </div>
TEMPI	Dicembre- Gennaio
METODOLOGIA	Lezioni frontali
MODALITA' DI VERIFICA	Verifiche scritte semistrutturate e orali.
COLLEGAMENTI INTERDISCIPLINARI	

MODULO N. 3

TITOLO: LE TECNICHE DI PRODUZIONE

REQUISITI NECESSARI PER AFFRONTARE IL MODULO	<ul style="list-style-type: none"> • Conoscenza di base dei diversi media
COMPETENZA IN USCITA	Sa cogliere le potenzialità comunicative delle diverse forme di comunicazione
ABILITÀ	Sa usare correttamente la terminologia specifica
RILEVATORI DELLA COMPETENZA	Conoscere i modi in cui si sviluppa una campagna pubblicitaria in funzione di un dato mezzo.

STRUTTURA DI APPRENDIMENTO	<p>Parte teorica: La campagna coordinata, L'annuncio stampa Lo spot televisivo, Il comunicato radio</p> <p>Parte pratica: produzione di un lavoro individuale nell'analisi di un brief</p> <p>Azioni per far riflettere lo studente sul percorso di apprendimento effettuato (metacognizione). Azioni che attivino processi di confronto derivanti dall'osservazione di casi pratici e dall'osservazione critica dei propri risultati di lavoro</p>
TEMPI	Febbraio- Marzo
METODOLOGIA	Lezioni frontali
MODALITA' DI VERIFICA	Verifiche scritte semistrutturate e orali.
COLLEGAMENTI INTERDISCIPLINARI	Tecnica Fotografica

MODULO N. 4

TITOLO: DAL BUSINESS TO BUSINESS ALL'EXTRA CAMPAGNA

REQUISITI NECESSARI PER AFFRONTARE IL MODULO	<ul style="list-style-type: none"> Buona conoscenza di base dei moduli precedenti
COMPETENZA IN USCITA	Sa individuare gli aspetti peculiari di altre forme comunicative e le diverse finalità
ABILITÀ	Integra con forme comunicazionali aggiuntive, esterne all'advertising classico, l'immagine di un prodotto/servizio.
RILEVATORI DELLA COMPETENZA	Conosce l'importanza dell'immagine aziendale

STRUTTURA DI APPRENDIMENTO	<p>Parte teorica: Le leve per la comunicazione Meccanismo di vendita dei beni industriali Importanza della qualità nella comunicazione B to B Il packaging Il punto vendita, mostre e fiere</p> <p>Parte pratica: produzione di Lavoro individuale nell'analisi di un brief</p> <p>Azioni per far riflettere lo studente sul percorso di apprendimento effettuato (metacognizione). Analisi di alcune</p>
-----------------------------------	--

TEMPI	Aprile- Maggio
METODOLOGIA	Lezioni frontali
MODALITA' DI VERIFICA	Verifiche scritte semistrutturate e orali.
COLLEGAMENTI INTERDISCIPLINARI	

11.06.2011

L'INSEGNANTE

Gianluca Falangola