

Programmazione LICEO MULTIMEDIALE IV ANNO

| Modulo/UDA  | Conoscenze  | Abilità  | Competenze   | Contenuti di massima  | Strumenti  | Metodologia  | Verifiche  | Tempi |
|---|---|--|--|---|--|--|--|-------|
| <b>APPROFONDIMENTI DI PROGETTAZIONE AUDIOVISIVA</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- quali sono i passaggi della fase letteraria di un prodotto audiovisivo professionale</li> <li>- soggetto, trattamento, sceneggiatura, storyboard, piano inquadrature.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- saper progettare a livello professionale un breve prodotto audiovisivo</li> </ul>             | <ul style="list-style-type: none"> <li>- saper ideare e progettare nei dettagli un prodotto audiovisivo a partire da un tema dato.</li> <li>- saper impostare un soggetto, scrivere uno script e ricavarne un piano inquadrature.</li> </ul> | <p>A partire dal ripasso sulla fase letteraria dei prodotti audiovisivi, si arriva alla stesura di un soggetto e una sceneggiatura su un tema dato, per poi arrivare a realizzare un piano regia e il relativo piano di produzione.</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- strumenti progettuali sia MM sia artistici</li> <li>- attrezzature professionali di ripresa, illuminazione</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- piccoli gruppi</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- valutazioni elaborate</li> <li>- verifiche orali</li> </ul> | 20 h  |
|   | <p><b>Obiettivi minimi</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- saper distinguere i diversi passaggi necessari alla progettazione dei prodotti audiovisivi.</li> </ul>  | <p><b>Obiettivi minimi</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- collaborare alla progettazione e alla realizzazione</li> </ul> |  | <p><b>Obiettivi minimi</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- saper distinguere i diversi passaggi necessari alla progettazione dei prodotti audiovisivi.</li> </ul>  |  |  |  |       |

|  |  |       |  |  |  |  |  |  |
|--|--|-------|--|--|--|--|--|--|
|  |  | zione |  |  |  |  |  |  |
|--|--|-------|--|--|--|--|--|--|

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
|  |  | del<br>progett<br>o<br>e dei<br>prodotti<br>MM |  |  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|--|--|--|--|

| Modulo/UDA  | Conoscenze  | Abilità   | Competenze   | Contenuti di massima  | Strumenti   | Metodologia   | Verifiche   | Tempi |
|---|---|---|--|---|---|---|---|-------|
| <b>ANALISI E COSTRUZIONE DELL'IMMAGINE COORDINATA</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- concetto di immagine coordinata</li> <li>- studio dell'immagine coordinata per entri privati, terzo settore, istituzioni pubbliche.</li> <li>- cosa si intende per elementi di stile caratterizzanti</li> <li>- studio del colore e della forma</li> <li>- la gerarchia degli elementi</li> <li>- concetto di</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>-saper isolare i singoli elementi caratterizzanti che compongono l'immagine coordinata e saperli declinare su diverse tipologie di prodotti di comunicazione.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- saper analizzare gli elementi caratterizzanti di un'immagine coordinata.</li> <li>- saper progettare un'ipotesi di immagine coordinata a partire da un ipotetico committente di riferimento.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- concetto di immagine coordinata</li> <li>- studio dell'immagine coordinata per entri privati, terzo settore, istituzioni pubbliche.</li> <li>- cosa si intende per elementi di stile caratterizzanti.</li> <li>- studio del colore e della forma</li> <li>- la gerarchia degli elementi</li> <li>- concetto di sintesi visiva</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- visione commentata di case history</li> <li>- attività laboratoriale               <ul style="list-style-type: none"> <li>- software di impaginazione</li> </ul> </li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- discussione guidata</li> <li>- realizzazione di tavole</li> <li>- realizzazione di elaborati AV</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- valutazione elaborati</li> <li>- test</li> </ul> | 20    |

|  |                         |   |  |  |  |  |  |  |
|--|-------------------------|---|--|--|--|--|--|--|
|  | sintesi visiva          |   |  |  |  |  |  |  |
|  | <b>Obiettivi minimi</b> | <b>Obiettivi minimi</b><br>saper riconoscere i vari |  | <b>Obiettivi minimi</b><br>- formati<br>- grandezze scalari<br>- inclinazione<br>- angolazione |  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
|  |  | elementi, anche con un'analisi guidata |  | - movimenti di macchina<br>- attacchi di montaggio |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|--|--|--|--|

| Modulo/UDA                  | Conoscenze   | Abilità   | Competenze  | Contenuti di massima   | Strumenti  | Metodologia   | Verifiche   | Tempi     |
|-----------------------------|--|---|---|--|--|---|---|-----------|
| <b>RAGIONARE PER GENERI</b> | - Come nasce il sistema dei generi in relazione allo studio system.<br>- Concetto di stilema e tratti caratterizzanti.<br>- La nascita di Hollywood.<br>- Le principali caratteristiche dei generi cinematografici.<br>- Rielaborazioni artistiche di genere (videoclip, | -- Saper riconoscere un prodotto di genere in base agli elementi caratterizzanti. | - Saper riconoscere un prodotto di genere in base agli elementi caratterizzanti.<br>- Saper progettare un prodotto ispirato | - Come nasce il sistema dei generi in relazione allo studio system.<br>- Concetto di stilema e tratti caratterizzanti.<br>- La nascita di Hollywood.<br>- Le principali caratteristiche dei generi cinematografici.<br>- Rielaborazioni artistiche di genere (videoclip, videoarte). | Prodotti audiovisivi<br><br>Strumenti di ripresa e illuminazione.<br><br>Materiale iconografico (riviste, libri) | Lavoro di gruppo.<br><br>Learning by doing.<br><br>Flipped classroom. | Presentazioni di gruppo.<br><br>progettazione e realizzazione brevi clip video. | <b>12</b> |

|  |  |  |   |  |                 |  |   |           |
|--|--|--|---|--|-----------------|--|---|-----------|
|  | videoarte).  |  | ad un genere.   |  |                 |  |   |           |
| <b>CREARE PER ALTRI: il flusso del lavoro creativo in relazione ad un Committente.</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Concetto di brief.</li> <li>- Analisi del panorama dei competitor.</li> <li>- Analisi dei punti di forza e debolezza del brand.</li> <li>- Declinazione su diversi media.</li> <li>- Studio della proposta comunicativa.</li> <li>- Presentazione tre alternative comunicative.</li> </ul> | <p>Saper impostare una ricerca e un'analisi approfondita dell'immagine coordinata di un brand o un ente. - Saper interpretare un brief dato e impostare le ricerche utili alla progettazione .</p> | <p>Saper analizzare un brief e dedurre le strategie comunicative coerenti ed efficaci rispetto agli obiettivi di partenza .</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Concetto di brief.</li> <li>- Analisi del panorama dei competitor.</li> <li>- Analisi dei punti di forza e debolezza del brand.</li> <li>- Declinazione su diversi media.</li> <li>- Studio della proposta comunicativa.</li> <li>- Presentazione tre alternative comunicative.</li> </ul> | Case hystories. | <p>Lavoro di gruppo.</p> <p>Learnin g by doing.</p> <p>Flipped classroo m.</p> | <p>Presentazi oni di gruppo.</p> <p>progettazi one e realizzazio ne brevi clip video.</p> | <b>20</b> |

**Il programma viene attivato il parte all'interno di esperienze PCTO e di orientamento, soprattutto per quanto riguarda la parte progettuale dei prodotti audiovisivi.**