

Istituti Paritari
“Maresca D.”
Liceo Musicale – Artistico

PROGRAMMAZIONE PER
AMBITO: ARTISTICO

MATERIA: Discipline Grafiche

Classe: V

A. S. 2025 – 2026

A cura della Prof.ssa
Sara Eugenia Pacciani

Contenuti:

Campagna pubblicitaria

Struttura e componenti (headline, visual, bodycopy).
Storytelling pubblicitario.
Analisi di campagne reali (stampa, affissione, web).

Branding avanzato

Logo, logotipo, pittogramma: differenze e usi.
Manuale di identità visiva, coerenza online/offline.
Concetto di rebranding.

Portfolio personale

Funzione del portfolio (studio, lavoro, autopromozione).
Struttura: copertina, indice, schede progetto, contatti.
Selezione e presentazione dei lavori; impaginazione, gerarchia visiva.

Storia contemporanea della grafica

Figure chiave dagli anni '90 a oggi (Carson, Walsh, Brody).
Design sociale ed etico.
Evoluzione del manifesto: affissione, guerrilla marketing, web.

Comunicazione visiva nei media digitali

Grafica per social media, banner ADV, crossmedialità.
Concetti base di UX/UI applicati alla comunicazione.

Etica e copyright nella grafica (modulo breve)

Copyright e licenze (Creative Commons, fonti libere).
Uso responsabile di immagini e AI generativa.

Metodologia d'insegnamento:	<p>Lezione frontale dialogata con supporto di casi studio reali e materiali multimediali.</p> <p>Analisi critica di campagne e brand per sviluppare capacità di osservazione e valutazione.</p> <p>Esercitazioni pratiche e project work (campagna pubblicitaria, identità visiva, portfolio).</p> <p>Lavoro di gruppo per simulare dinamiche professionali.</p> <p>Revisione collettiva e confronto dei lavori realizzati in classe.</p>
Verifiche:	<p>Prove scritte su aspetti teorici (branding, copyright, storia della grafica).</p> <p>Elaborati pratici (campagna, progetto di branding, portfolio).</p> <p>Colloqui orali di approfondimento critico.</p> <p>Presentazioni individuali o di gruppo dei progetti.</p>
Valutazioni:	<p>La valutazione terrà conto di:</p> <p>Conoscenza dei contenuti teorici e storici.</p> <p>Qualità e coerenza degli elaborati pratici.</p> <p>Originalità e capacità critica.</p> <p>Rispetto delle consegne e autonomia nel lavoro.</p> <p>Partecipazione e progressi personali.</p>
<u>OBIETTIVI MINIMI</u> Conoscenze:	<p>Conoscere le fasi base di una campagna pubblicitaria.</p> <p>Sapere distinguere logo, logotipo e pittogramma.</p>

	<p>Conoscere almeno due designer contemporanei.</p> <p>Avere nozioni essenziali su copyright e uso corretto delle immagini.</p> <p>Realizzare un elaborato grafico semplice per una campagna o un'identità visiva.</p> <p>Impostare correttamente un portfolio essenziale.</p> <p>Analizzare in modo elementare una campagna o un brand.</p> <p>Comunicare un messaggio con chiarezza visiva.</p> <p>Collegare teoria e pratica in un progetto grafico coerente.</p> <p>Riconoscere i principi di responsabilità etica e legale nella grafica.</p>
<p>Abilità:</p> <p>Competenze:</p>	