



Ministero dell'Istruzione dell'Università e della Ricerca
Istituto d' Istruzione Superiore “Confalonieri De Chirico”
Istituto Professionale di Stato per i Servizi Commerciali
Istituto Tecnico Tecnologico Grafica e Comunicazione
Liceo Artistico

Via B.M. de Mattias, 5 - 00183 Roma - Tel. 0670493530 – CF 80200610584
e-mail: rmis09700a@istruzione.it PEC: rmis09700a@pec.istruzione.it

Anno Scolastico 2020/21
Classe V[^] Sez. B Indirizzo: SERVIZI COMMERCIALI/CP
Docenti del Consiglio di Classe

MATERIA	DOCENTE
Religione	Ivan Quintavalle
Lingua e Letteratura Italiana	Alessandra Cervi
Storia	Alessandra Cervi
Matematica	Annalisa Consalvo
Lingua Inglese	Patrizia Di Nicola
Tecniche Professionali Servizi Commerciali e Pubblicitari	Simona Miloni
Laboratorio di tecnologie e tecniche delle comunicazioni multimediali	Marco Tosti
Economia aziendale	Loreta Cristina Vincenti
Tecniche della comunicazione	Stefania De Simone
Lingua Francese	Vittorio Maria Sabatiello
Storia dell'Arte	Valeria Palombini
Scienze motorie e sportive	Mauro Matteucci
Sostegno	Francesco Di Giovanni
Sostegno	Giuseppe Rinardo

Docente Coordinatore: Prof.ssa Simona Miloni

Il Dirigente Scolastico
Prof.ssa Nadia Petrucci

DESCRIZIONE SINTETICA DELLA SCUOLA E DEL PROFILO PROFESSIONALE

“Tecnico dei servizi commerciali - Opzione promozione commerciale e pubblicitaria”

L'Istituto Professionale Teresa Confalonieri è articolato su due sedi: la sede centrale di Via B.Maria De Mattias, 5 e la sede succursale di Via Alessandro Severo 212.

La sede centrale è dotata di: Aula magna, Biblioteca, Palestra, Laboratorio multimediale di grafica Apple (MAC), Laboratorio linguistico, N.2 laboratori d'Informatica e di contabilità informatizzata, N. 2 laboratori grafica PC, Laboratorio di fotografia, Laboratorio per alunni diversamente abili, Aula Audiovisivi (con apparato per Videoconferenza), Laboratorio di disegno professionale e di disegno grafico, “Office” per esercitazioni di tecnica turistica e per l'impresa simulata, Aule dotate di sussidi informatici (rete LAN), Campetto per pallavolo. La sede succursale di via Severo è dotata di: Biblioteca, Palestra (servizio esterno - centro sportivo “Vianello” e piscina “AS Lazio”), Aula Audiovisivi, Laboratorio linguistico, Laboratorio d'Informatica e di contabilità informatizzata, Laboratorio di disegno grafico, Laboratorio computer-grafica MAC. Il Diplomato dei Servizi Commerciali con Opzione “Promozione Commerciale e Pubblicitaria, dopo il percorso quinquennale, acquisisce competenze che gli consentono di interagire nel sistema aziendale riconoscendone gli elementi fondamentali e i diversi modelli di organizzazione e di funzionamento, di individuare le tendenze dei mercati locali, nazionali ed internazionali e di interagire nell'area della gestione commerciale soprattutto per le attività relative all'ideazione e realizzazione di prodotti pubblicitari coerenti con gli obiettivi di comunicazione e le strategie di marketing.

PROFILO DELLA CLASSE

N° totale studenti: 20

Maschi: 7

Femmine: 13

Provenienti	N° studenti
Dai Percorsi Integrati di Istruzione/Formazione Professionale	9
Dall'Istituzione scolastica	11

CONTINUITÀ DEI DOCENTI TRA IL SECONDO BIENNIO E L'ULTIMO ANNO

Materia	CONTINUITA'	
	SI'	NO
Religione	X	
Italiano		X
Storia		X
Matematica		X
Inglese	X	
Francese		X
Tecniche professionali dei servizi commerciali pubblicitari	X	
Laboratorio di tecnologie e tecniche delle comunicazioni multimediali		X
Economia aziendale	X	
Storia dell'arte ed espressioni grafico-artistiche		X
Tecniche della comunicazione	X	
Scienze motorie e sportive	X	

Relazione sulla classe 5B IP

A.S. 2020/21

La classe è molto eterogenea ed è formata da venti studenti: due alunni hanno non più frequentato le lezioni, nove alunni provengono da diversi Centri di Formazione Professionale e si sono inseriti nella classe in tempi diversi, sia al quarto sia al quinto anno di corso. Uno studente invece proviene da un altro istituto superiore. Solo dieci elementi, quindi, hanno frequentato interamente tutto l'arco del quinquennio.

Tra le tante difficoltà che i docenti hanno dovuto affrontare durante l'anno scolastico, c'è stata quella di individuare le strategie didattiche più idonee per un gruppo classe piuttosto disomogeneo, sia per differenti esperienze di apprendimento che per la diversa preparazione di base degli studenti.

Inoltre, la prima parte dell'anno scolastico è stata dedicata al recupero degli apprendimenti e delle conoscenze pregresse, in parte disperse durante il lungo periodo del *lockdown* di marzo-giugno 2020. Il recupero è stato altresì finalizzato all'acquisizione delle competenze necessarie ad affrontare il quinto anno e gli Esami di Stato. Gli studenti hanno dovuto abituarsi, durante tutto l'anno scolastico, alle nuove situazioni e ai continui cambiamenti della didattica sia in presenza sia a distanza, che inevitabilmente hanno creato disagio e una certa discontinuità formativa.

Tra gli allievi che si sono iscritti al quinto anno, è emerso che alcuni sono privi di metodo di studio e delle competenze specifiche della disciplina d'indirizzo.

Durante il periodo di attività di didattica in presenza, quasi tutti gli studenti hanno partecipato al dialogo educativo con maggiore disponibilità, riuscendo ad affinare le proprie capacità e mostrando consapevolezza della valenza formativa dell'azione didattica.

Nel periodo di didattica a distanza, superata la fase iniziale di adattamento alla nuova realtà, la classe, nel complesso, ha dovuto adeguarsi alle richieste dei docenti, rispondendo alle diverse metodologie di insegnamento adottate nelle varie discipline. Va evidenziata, tuttavia, la presenza di alcuni studenti che si sono applicati solo in alcune materie, trascurando completamente o quasi del tutto altre. Il nucleo originario degli alunni iscritti dal primo anno, con basi più solide e metodo di studio adeguato, ha conseguito invece dei buoni risultati in quasi tutte le discipline, e in particolar modo nella materia professionalizzante, come dimostrato dai diversi riconoscimenti ottenuti in ambito grafico.

Durante l'anno scolastico agli studenti è stato richiesto uno sforzo di maturazione che li conducesse a un metodo di studio costruttivo e privo di un'impronta pressoché mnemonica. Ciò

ha imposto agli alunni un impegno maggiore e qualitativamente diverso rispetto al passato, un gruppo di studenti ha accolto con favore tale sollecitazione, raggiungendo risultati diversi in base alle proprie potenzialità.

Nel rispetto pertanto delle capacità individuali e dei diversi ritmi di crescita e maturazione, quasi tutti hanno raggiunto una preparazione complessivamente conforme agli obiettivi minimi, in diversi casi anche con un profitto più che soddisfacente e con punte di eccellenza. La frequenza alle lezioni può considerarsi complessivamente soddisfacente sia in presenza sia in DaD, considerato però che alcuni studenti non hanno partecipato attivamente e costantemente al dialogo educativo.

Tra gli strumenti utilizzati per la DAD, si è privilegiato l'uso del registro elettronico, sia per la condivisione del materiale e dei compiti nelle aule virtuali di ciascuna materia, sia per il collegamento alle video-lezioni sulle varie piattaforme.

Per quel che attiene ai PCTO, sono state svolte varie attività nel terzo e nel quarto anno: la creazione di una Start-up in collaborazione con *InventoLab School*; corso sulla sicurezza nei posti di lavoro, attività di orientamento in entrata in occasione di eventi organizzati nel territorio, come ad esempio gli *Open Day* CC Euroma2 e la partecipazione a progetti promossi dal Municipio e da Associazioni. Durante il quinto anno, su indicazione del CdD, è stata favorita la partecipazione a diversi concorsi e premi nazionali nell'ambito della grafica pubblicitaria e della comunicazione visiva: Premio San Bernardino (Giovane pubblicitario 2020) in collaborazione con l'UNI-LUMSA; Concorso "Ti racconto un posto" nell'ambito del progetto di educazione all'ambiente e al paesaggio organizzato dal FAI – Fondo Ambiente Italiano. Inoltre hanno svolto un corso in modalità e-learning sulle energie rinnovabili a cura di Eni-Energia e varie attività di orientamento.

VALUTAZIONE DEL PRIMO QUADRIMESTRE

MATERIE	N° studenti con voto					
	N.C.	<5	5	6	7	≥8
Religione	-	-	-	1	4	6
Italiano	3	1	0	1	6	9
Storia	3	1	0	0	2	13
Matematica	2	4	2	2	7	3
Inglese	3	3	2	5	4	3
Francese	20	-	-	-	-	-
Tecniche professionali dei servizi commerciali pubblicitari	2	3	1	5	4	5
Economia aziendale	-	3	1	5	9	2
Storia dell'arte ed espressioni grafico-artistiche	2	2	1	1	7	7
Tecniche della comunicazione	1	4	1		6	8
Scienze motorie e sportive	3	-	-	5	5	7
Condotta	2	-	-	1	2	15

CRITERI DI VALUTAZIONE

Gli alunni vengono valutati in base al raggiungimento degli obiettivi formativi e alle competenze acquisite

OBIETTIVI FORMATIVI

Indicatori	Raggiunto	Raggiunto parzialmente	Non raggiunto
Frequenza	X		
Partecipazione		X	
Lavoro di gruppo	X		
Rispetto degli altri e dei ruoli	X		
Rispetto delle regole	X		

COMPETENZE	N	M	I	A	E
	o	i	n	v	c
	r	n	t	a	e
	a	i	r	n	l
	g	m	m	z	e
	i	o	e	a	n
	u		d	t	t
	n		i		e
	t		o		
	a				
Competenze trasversali	Numero studenti				
1. Sa pianificare	4	2	5	4	2
2. Sa verificare le soluzioni	4	2	5	4	2
3. Sa ascoltare e decentrarsi nella comunicazione	4	2	5	4	2
4. Sa esprimersi in relazione al contesto ed allo scopo	4	2	5	4	2
5. Sa produrre messaggi scritti	4	2	5	4	2
6. Sa argomentare	4	2	5	4	2
Competenze nell'area linguistica	Numero studenti				
1. Sa usare correttamente la lingua italiana a livello morfosintattico e lessicale e sa utilizzare diversi registri linguistici a seconda delle circostanze.	4	2	5	4	2
2. Sa organizzare informazioni, conoscenze ed argomentazioni secondo strutture logiche.	4	2	5	4	2
3. Sa utilizzare dati, conoscenze, concetti per orientarsi in quadri di riferimento storico-culturali e sa svolgere un'analisi testuale.	4	2	5	4	2
4. Sa descrivere oralmente immagini utilizzando il lessico specifico della comunicazione pubblicitaria	6	5	4	3	1
5. Sa leggere e comprendere testi di argomento professionale in lingua inglese	6	5	4	3	1
6. Sa elaborare testi e messaggi utilizzando la micro-lingua inglese	6	5	4	3	1
7. Sa descrivere opere d'arte moderna e contemporanea usando i termini propri dell'analisi visiva	3	3	9	2	3

COMPETENZE	N o n r a g g i u n t a	M i n i m o	I n t e r m e d i o	A v a n z a t o	E c c e l l e n t e
Competenze nell'area logica - matematica	Numero studenti				
1. Sa risolvere disequazioni	6	5	5	2	2
2. Sa determinare il dominio di una funzione, gli intervalli di positività e negatività.	6	5	5	2	2
3. Sa calcolare il limite di una funzione	6	5	5	2	2
4. Comprende il concetto di continuità e le proprietà delle funzioni continue	6	5	5	2	2
5. Comprende il concetto di derivata e la relativa interpretazione geometrica	6	5	5	2	2
6. Sa tracciare il grafico di una funzione	6	5	5	2	2
Competenze Area motoria	Numero studenti				
1. Sa utilizzare le qualità fisiche e neuro-muscolari in modo adeguato alle diverse situazioni ambientali	3	-	5	5	7
2. Sa utilizzare la tecnica di almeno un gioco di squadra e sa applicare il relativo regolamento	3	-	5	5	7
3. Sa adottare comportamenti efficaci e adeguati in caso di infortuni	3	-	5	5	7
4. Sa applicare operativamente le conoscenze delle metodiche inerenti la tutela e il mantenimento della salute	3	-	5	5	7
5.					
Competenze nell'area professionalizzante dell'Opzione	Numero studenti				
1. Sa utilizzare strumenti informatici dedicati all'elaborazione di prodotti pubblicitari	3	2	7	6	1

2. Sa individuare gli aspetti essenziali di un <i>target</i> e di una <i>copy strategy</i>	3	2	7	6	1
3. Sa ideare e progettare in forma semplificata una campagna pubblicitaria	3	2	7	6	1
4. Sa elaborare in forma creativa e ritoccare immagini con <i>software</i> di grafica vettoriale e <i>raster</i>	3	2	7	6	1
5. Sa evidenziare gli stili artistici riconoscendone la funzione e l'epoca storica	3	3	8	3	3
6. Sa costruire un percorso tematico su un artista o su una corrente.	3	3	8	3	3
7. Sa individuare le tecniche e le strategie di comunicazione idonee alla valorizzazione dell'immagine aziendale, alla promozione delle vendite, alla fidelizzazione e soddisfazione della clientela	6	1	10	3	-
8. Sa individuare criteri e metodi per la definizione e progettazione di campagne pubblicitarie	6	1	10	3	-
9. Sa riconoscere gli stili comunicativi dei clienti per relazionarsi in modo appropriato e sa individuare le competenze adeguate a stabilire costruttive relazioni di gruppo nei contesti professionali di riferimento	6	1	10	3	-
10. Sa redigere il bilancio d'esercizio ed interpretare le poste significative	3	8	5	4	1
11. Sa riclassificare il bilancio e sa calcolare ed interpretare gli indici di bilancio	3	8	5	4	1
12. Sa calcolare il punto di pareggio ed effettuare la break even analysis	3	3	6	7	1
13. Comprende messaggi e dialoghi di carattere professionale inerenti la pubblicità e la grafica pubblicitaria in lingua francese. Aspetti della geografia e della cultura della Francia.	2	9	4	3	1
14. Sa produrre testi di carattere professionale chiari e corretti inerenti la pubblicità e la grafica pubblicitaria in francese; la lettera commerciale, il C.V.	2	9	4	3	1

SPAZI UTILIZZATI NELLA DIDATTICA IN PRESENZA

Disciplina	Aula	Laboratori	Sala audio visivi	Biblioteca	Museo	Spazi esterni	Altro
Religione	X					x	
Italiano	X						
Storia	X						
Matematica	X						
Inglese	X	X					
Francese	X						
Tecniche professionali dei servizi commerciali pubblicitari		X					
Laboratorio di tecnologie e tecniche delle comunicazioni multimediali		X					
Economia aziendale	X		X				
Storia dell'arte e delle espressioni grafico-artistiche	X		X				
Tecniche della comunicazione	X						
Scienze motorie e sportive	X					X	

METODOLOGIE DIDATTICHE IN PRESENZA

Materie	Lezione Frontale	Conferenze	Esercitazione	Metodo dei casi	Simulazione	Lavori di gruppo	Problem solving
Religione	X			X	X		
Italiano	X		X				
Storia	X						
Matematica	X		X		X		
Inglese	X		X				
Francese	X		X				
Tecniche professionali dei servizi commerciali pubblicitari	X		X		X	X	X
Laboratorio di tecnologie e tecniche com. multimediali	X		X		X	X	X
Economia aziendale	X		X				
Storia dell'arte ed espres, grafico- artistiche	X		X		X		
Tecniche della comunicazione	X						X
Scienze motorie e sportive	X						

STRUMENTI UTILIZZATI NELLA DAD

Materie	Registro elettronico	E-mail	Chat	Piattaforme	Video-lezioni	Altro
Religione	X	x		x	X	
Italiano	X	x	x	x	X	x
Storia	X	X	X	X	X	X
Matematica	X		X	X	X	X
Inglese	X	X	X	X	X	
Francese	X			x	X	
Tecniche professionali dei servizi commerciali pubblicitari	X				X	
Laboratorio di tecnologie e tecniche delle comunicazioni multimediali	X				X	
Economia aziendale	X	X	X	X	X	
Storia dell'arte ed espressioni grafico-artistiche	X	X	X	X	X	
Tecniche della comunicazione	X	x	x	x	X	
Scienze motorie e sportive	X	X	X	X	X	

STRUMENTI DI VERIFICA

Materia	Interrogazioni	Riflessione critica su tematiche di attualità	Analisi del testo	Analisi e produzione di un testo argomentativo	Relazione	Prova strutturata o semist.	Prova pratica	Problemi	Casi pratici	Simulazione colloquio
Religione	x				x					
Italiano	x	x	x	x		x				x
Storia	x	x			x	x				x
Matematica	X					X		X		
Inglese	X		X							X
Francese	x		x			x				
Tecniche professionali dei servizi commerciali pubblicitari					x	x	x		x	x
Laboratorio di tecnologie e tecniche delle comunicazioni multimediali					x	x	x		x	x
Economia aziendale	x	x			x	x		x		x
Storia dell'arte ed espressioni grafico-artistiche	x	x			x	x				x
Tecniche della comunicazione	x				x	x				
Scienze motorie e sportive	x				x		x			

ALLEGATI

- A. Griglia di valutazione del colloquio
- B. Testi oggetto di studio nell'ambito dell'insegnamento di Italiano durante il quinto anno che saranno sottoposti ai candidati nel corso del colloquio
- C. Traccia elaborato d'Esame e griglia di valutazione
- D. Nodi concettuali
- E. Attività svolte e obiettivi raggiunti nei PCTO
- F. Curricolo verticale di Educazione Civica
- G. Programma svolto in ciascuna disciplina

Allegato A Griglia di valutazione della prova orale

La Commissione assegna fino ad un massimo di quaranta punti, tenendo a riferimento indicatori, livelli, descrittori e punteggi di seguito indicati.

Indicatori	Livelli	Descrittori	Punti	Punteggio
Acquisizione dei contenuti e dei metodi delle diverse discipline del curricolo, con particolare riferimento a quelle d'indirizzo	I	Non ha acquisito i contenuti e i metodi delle diverse discipline, o li ha acquisiti in modo estremamente frammentario e lacunoso.	1-2	
	II	Ha acquisito i contenuti e i metodi delle diverse discipline in modo parziale e incompleto, utilizzandoli in modo non sempre appropriato.	3-5	
	III	Ha acquisito i contenuti e utilizza i metodi delle diverse discipline in modo corretto e appropriato.	6-7	
	IV	Ha acquisito i contenuti delle diverse discipline in maniera completa e utilizza in modo consapevole i loro metodi.	8-9	
	V	Ha acquisito i contenuti delle diverse discipline in maniera completa e approfondita e utilizza con piena padronanza i loro metodi.	10	
Capacità di utilizzare le conoscenze acquisite e di collegarle tra loro	I	Non è in grado di utilizzare e collegare le conoscenze acquisite o lo fa in modo del tutto inadeguato	1-2	
	II	È in grado di utilizzare e collegare le conoscenze acquisite con difficoltà e in modo stentato	3-5	
	III	È in grado di utilizzare correttamente le conoscenze acquisite, istituendo adeguati collegamenti tra le discipline	6-7	
	IV	È in grado di utilizzare le conoscenze acquisite collegandole in una trattazione pluridisciplinare articolata	8-9	
	V	È in grado di utilizzare le conoscenze acquisite collegandole in una trattazione pluridisciplinare ampia e approfondita	10	
Capacità di argomentare in maniera critica e personale, rielaborando i contenuti acquisiti	I	Non è in grado di argomentare in maniera critica e personale, o argomenta in modo superficiale e disorganico	1-2	
	II	È in grado di formulare argomentazioni critiche e personali solo a tratti e solo in relazione a specifici argomenti	3-5	
	III	È in grado di formulare semplici argomentazioni critiche e personali, con una corretta rielaborazione dei contenuti acquisiti	6-7	
	IV	È in grado di formulare articolate argomentazioni critiche e personali, rielaborando efficacemente i contenuti acquisiti	8-9	
	V	È in grado di formulare ampie e articolate argomentazioni critiche e personali, rielaborando con originalità i contenuti acquisiti	10	
Ricchezza e padronanza lessicale e semantica, con specifico riferimento al linguaggio tecnico e/o di settore, anche in lingua straniera	I	Si esprime in modo scorretto o stentato, utilizzando un lessico inadeguato	1	
	II	Si esprime in modo non sempre corretto, utilizzando un lessico, anche di settore, parzialmente adeguato	2	
	III	Si esprime in modo corretto utilizzando un lessico adeguato, anche in riferimento al linguaggio tecnico e/o di settore	3	
	IV	Si esprime in modo preciso e accurato utilizzando un lessico, anche tecnico e settoriale, vario e articolato	4	
	V	Si esprime con ricchezza e piena padronanza lessicale e semantica, anche in riferimento al linguaggio tecnico e/o di settore	5	
Capacità di analisi e comprensione della realtà in chiave di cittadinanza attiva a partire dalla riflessione sulle esperienze personali	I	Non è in grado di analizzare e comprendere la realtà a partire dalla riflessione sulle proprie esperienze, o lo fa in modo inadeguato	1	
	II	È in grado di analizzare e comprendere la realtà a partire dalla riflessione sulle proprie esperienze con difficoltà e solo se guidato	2	
	III	È in grado di compiere un'analisi adeguata della realtà sulla base di una corretta riflessione sulle proprie esperienze personali	3	
	IV	È in grado di compiere un'analisi precisa della realtà sulla base di una attenta riflessione sulle proprie esperienze personali	4	
	V	È in grado di compiere un'analisi approfondita della realtà sulla base di una riflessione critica e consapevole sulle proprie esperienze personali	5	
Punteggio totale della prova				



Firmato digitalmente da AZZOLINA
LUCIA
C = IT
O = MINISTERO ISTRUZIONE
UNIVERSITA' E RICERCA

ALLEGATO B

Testi oggetto di studio nell'ambito dell'insegnamento di Italiano durante il quinto anno che saranno sottoposti ai candidati nel corso del colloquio

Verga

-*Rosso Malpelo* novella -

-*La roba* novella-

La famiglia Malavoglia tratto dal cap. I de **I Malavoglia**.

D'Annunzio

-*L'attesa dell'amante* (brano tratto da **Il piacere**)

-*La pioggia nel Pineto* dalla raccolta poetica **Alcyone**

Pascoli

dalla raccolta poetica **Myrica**:

-“*X Agosto*”;

-“*Novembre*”;

- “*Il lampo*”;

- “*Lavandare*”

-“*L'assiuolo*”

dalla raccolta poetica “**I canti di Castelvecchio**”:

“*Il gelsomino notturno*”

Pirandello

La nascita di Adriano Meis brano tratto dal cap. VIII de “ **Il Fu Mattia Pascal**”

-“*Un piccolo difetto*” brano tratto da **Uno, nessuno e centomila**.

-*Il treno ha fischiato* novella tratta da **Novelle per un anno**.

Allegato C

ELABORATO D'ESAME DI STATO 2020/2021

CLASSE 5B IP

Promozione commerciale e pubblicitaria

TECNICHE PROFESSIONALI PUBBLICITARIE

Il candidato svolga l'elaborato qui di seguito proposto:

Tema: Comunicazione visiva per una mostra dedicata alla storia della affiche pubblicitaria.

Si chiede al candidato di studiare, progettare e realizzare una comunicazione pubblicitaria finalizzata alla divulgazione di una mostra/evento culturale, secondo quanto indicato nel seguente brief.

Brief

Le 100 opere riunite in mostra offrono un percorso straordinario nel periodo più creativo della storia del manifesto, un periodo di ottant'anni tra i due secoli in cui si collocano le origini della pubblicità. La mostra raduna opere provenienti da musei e collezioni private di Europa e Stati Uniti in cui figurano tra gli autori: Henri de Toulouse-Lautrec, Jules Chéret, Alphonse Mucha, Aleksandr Rodcenko, Cassandre, Magritte, Marcello Dudovich, Leopoldo Metlicovich, Leonetto Cappiello, Fortunato Depero, Filippo Tommaso Marinetti, Luciano Achille Mauzan, Armando Testa, Erberto Carboni, Bruno Munari.

La mostra celebra quindi la storia della affiches e si concentra su un periodo particolarmente significativo per il manifesto pubblicitario: gli inizi, negli ultimi anni del XIX secolo, con Jules Chéret e Henri de Toulouse-Lautrec, come protagonisti; le prime campagne pubblicitarie e il tempo tra le due guerre, quando presero piede le avanguardie; così come una sezione dedicata apertamente all'avanguardia e all'arte pubblicitaria di quel momento in cui si pongono le basi del manifesto moderno; infine, l'ultima sezione dedicata alla grafica italiana del dopoguerra. Tra le affiches raccolte, il visitatore potrà trovare i manifesti più importanti, essenziali per un approccio rigoroso, a quello che oggi è definito il manifesto pubblicitario moderno.

Presso il *Museo del Novecento* di Milano sarà inaugurata, sabato 18 settembre 2021, una mostra che narra la storia del manifesto pubblicitario attraverso un itinerario di 100 straordinarie affiches, frutto dell'invenzione creativa di celebri maestri dell'arte e della comunicazione visiva.

Le origini del manifesto sono confuse e complesse, il manifesto in quanto tale compare nella Parigi di Napoleone III, una città nuova ricostruita con edifici alti e ampi viali. Sulle pareti di questa nuova città irrompono le nuove stampe di Jules Chéret e Henri de Toulouse-Lautrec, che costituiscono una forma d'arte nuova e vitale. Esse rappresentano un nuovo versante dell'arte, che contribuisce, in buona parte, a gettare le basi della pubblicità di oggi.

Gli inizi sono quindi strettamente legati alla pittura, che si avvale della grande capacità di riproduzione delle immagini in grandi dimensioni, assecondata dai progressi nelle tecniche litografiche che, con l'introduzione sistematica del colore, contribuirono a diffonderne l'uso. Così,

dal 1890, molti artisti, seguendo l'esempio di Chéret e Toulouse-Lautrec, lavorarono alla realizzazione di manifesti. Con impegno cercarono di andare oltre le modalità pittoriche apprese durante gli anni di formazione accademica, orgogliosi di poter presentare le proprie opere direttamente al pubblico al di fuori di gallerie e musei, luoghi tradizionali dedicati all'arte. Durante il periodo tra le due guerre, il manifesto si è evoluto per raggiungere un grande sviluppo, quasi sempre al servizio della pubblicità e delle idee politiche. Furono decenni in cui, dietro una maschera di frivolezza, si cercò di nascondere le contraddizioni sociali, economiche e politiche che scossero la scena internazionale.

In questo contesto, si segnala un autore come il francese Cassandre. Trovarono inoltre evidenza anche proposte apertamente di avanguardia, direttamente derivanti da movimenti, come il costruttivismo, il futurismo e il surrealismo, o le formule compositive create nel Bauhaus, che hanno segnato lo sviluppo della nuova arte in questi anni.

Creatori come Alexander Rodchenko, Fortunato Depero e Magritte approfittarono delle possibilità concesse dai manifesti per diffondere la loro opera. Convinti, inoltre, che la pubblicità fosse uno strumento educativo prezioso per superare la diffusa resistenza popolare a nuove idee o a prodotti fatti a macchina.

Prende vita così quello che è definito come il manifesto moderno, portatore di un nuovo linguaggio che, come descriverebbe Cassandre "Non è né pittura né scenografia, ma qualcosa di diverso, anche se usa spesso le strutture che offrono uno e l'altro. "

Il manifesto, comunque, si è sempre direttamente correlato con l'arte del suo tempo, assimilando volta per volta le innovazioni della pittura della scultura e dell'architettura.

Target: Pubblico sensibile e interessato all'arte, alla storia e alla cultura in generale. Esperti di grafica, fotografia e comunicazione visiva. Professionisti, docenti e studenti del settore.

Obiettivi di comunicazione:

Progettare una comunicazione visiva efficace che ponga l'attenzione sull'evento culturale. Si richiede una comunicazione chiara e dinamica, coerente con il tema della mostra, che testimoni come le numerose opere realizzate dai vari artisti, siano state una "palestra fondamentale" per lo sviluppo del linguaggio del manifesto moderno.

Elementi da inserire nel progetto grafico:

Visual costituito da elementi tipografici, grafismi e immagini fotografiche (allegate)

Headline e sub-headline

Testo

Luogo, date e orari

Marchio del Museo del Novecento (allegato)

Sponsor (allegati)

Sito *web* e icone *social*.

Headline: Il manifesto pubblicitario

Sub headline: Arte e pubblicità tra '800 e '900.

Testo: "Tra gli autori in mostra: Henri De Toulouse-Lautrec, Jules Chéret, Alphonse Mucha, Aleksandr Rodcenko, Magritte, Fortunato Depero, Leonetto Cappiello, Armando Testa".

Luogo: Museo del Novecento - Milano

Date: 18 Settembre 2021/13 Febbraio 2022.

Orari: Lunedì 14:30-19:30 / Martedì-Domenica 9:30-19:30 / Sabato 9:30-22:30

Il candidato potrà sviluppare il progetto scegliendo una tra le seguenti proposte:

- Manifesto (formato 50x70 cm) e card (formato 21x10 cm);
- Depliant formato A4 con pieghe a scelta;
- Opuscolo informativo di massimo otto pagine (formato 210 x 210 mm);
- Volantino: formato A5 (bianca e volta) e card (formato 21x10 cm);
- Copertina del catalogo: formato aperto 44 x 22 cm - dorso 1,5 cm;
- Stand banner (formato 80x200 cm) e card (formato 21x10 cm);
- Affissione: pubblicità dinamica (autobus), poster 300x70 cm (lato sx) e poster 120x70 cm (lato destro).

Consegna (entro il 31 maggio 2021)

In funzione della scelta, il candidato dovrà inoltrare per posta elettronica in formato PDF i seguenti materiali:

- 1) Studi preliminari (*rough e rough layout*) di tipo cartaceo;
- 2) File definitivo in formato PDF (dimensioni reali o in scala);
- 3) Breve relazione che spieghi il *concept* del progetto e fornisca indicazioni di carattere tecnico.

GRIGLIA DI VALUTAZIONE DELL'ELABORATO D'ESAME DI STATO

Griglia per l'attribuzione dei punteggi

Indicatore (correlato agli obiettivi della prova)	Punteggio max per ogni indicatore
Correttezza dell'iter progettuale	Fino a 4 punti
Pertinenza e coerenza con la traccia	Fino a 4 punti
Padronanza degli strumenti, delle tecniche e dei materiali	Fino a 4 punti
Autonomia e originalità della proposta progettuale e degli elaborati	Fino a 2 punti
Efficacia comunicativa	Fino a 6 punti
	(totale 20)

Griglia di valutazione

Indicatori	Descrittori	Punti	Val.
Correttezza dell'iter progettuale Il candidato:	La traccia è stata sviluppata in maniera:	Max 4	
<ul style="list-style-type: none"> • Legge e interpreta correttamente la traccia. • Raccoglie e visualizza idee proprie e suggestioni da diversi contesti. • Sceglie il percorso progettuale più efficace. • Compie scelte motivandole adeguatamente, dal progetto all'esecutivo. 	Non corretta e incompleta	1	
	Frammentaria e parziale	2	
	Completa	3	
	Articolata e approfondita	4	
Pertinenza e coerenza con la traccia Il candidato:	Gli artefatti sono:	Max 4	
<ul style="list-style-type: none"> • Esegue puntualmente quanto richiesto in risposta agli obiettivi di comunicazione. • Sa mantenere la coerenza del tono armonizzando il soggetto trattato con lo stile grafico, con le scelte cromatiche e con i caratteri tipografici. 	Scollegati e incoerenti	1	
	Parzialmente pertinenti	2	
	Non del tutto coerenti	3	
	Coerenti	4	
Padronanza degli strumenti, delle tecniche, dei materiali Il candidato:	L'uso degli strumenti è:	Max 4	
<ul style="list-style-type: none"> • Ha padronanza degli strumenti, delle tecniche e dei materiali • Sceglie e organizza gli strumenti più adatti per la realizzazione del progetto e dell'esecutivo. • Realizza efficacemente gli artefatti richiesti con dispositivi digitali e non. • Allestisce l'elaborato con ordine ed efficacia 	Del tutto inadeguato	2	
	Rispondente agli scopi	3	
	Efficace	4	

Autonomia e originalità della proposta progettuale e degli elaborati Il candidato:	Il progetto è sviluppato in maniera	Max 2	
<ul style="list-style-type: none"> Definisce e persegue la logica del suo layout. Ricerca e individua più soluzioni progettuali. Dimostra originalità nelle proposte. 	Poco articolata e per nulla originale	1	
	Articolata e originale	2	
Efficacia comunicativa del progetto Il candidato tenendo presenti gli obiettivi di comunicazione:	La comunicazione è	Max 6	
<ul style="list-style-type: none"> Sollecita l'attenzione del destinatario. Struttura le informazioni secondo un ordine di priorità informativa. È consapevole degli obiettivi di comunicazione e li persegue Presenta efficacemente l'evoluzione del proprio iter progettuale e le alternative proposte. Comunica le scelte progettuali motivandole adeguatamente. 	Del tutto inefficace	1	
	Scorretta e contraddittoria	2	
	Parzialmente raggiunta	3	
	Raggiunta	4	
	Pienamente raggiunta	5	
	Completa ed efficace	6	
Totale complessivo	Max 20		/20
Rapporto in decimi	Max 10		/10

Allegato D
Nodi concettuali

PERCORSI FORMATIVI E DIDATTICI DI CARATTERE PLURIDISCIPLINARE

AREE TEMATICHE COMUNI ALLE DISCIPLINE		
Tematica	Discipline coinvolte	Materiali
Il Decadentismo	<ul style="list-style-type: none"> ● Italiano ● Storia dell'arte ● Inglese 	<ul style="list-style-type: none"> ● Italiano: Decadentismo (estetismo e simbolismo) ● Storia dell'arte: Post-impressionismo: Gauguin, Van Gogh, Toulouse - Lautrec; Art Nouveau e Secessione viennese; Espressionismo ● Inglese: Aestheticism, Oscar Wilde and The Picture of Dorian Gray
Il progresso e il divario Nord-Sud	<ul style="list-style-type: none"> ● Italiano ● Storia ● Storia dell'Arte ● Economia Aziendale 	<ul style="list-style-type: none"> ● Italiano: Verga e il Verismo; il Naturalismo e il Positivismo ● Storia: la questione meridionale, la situazione italiana fra la fine dell'Ottocento e gli inizi del Novecento. La seconda rivoluzione industriale, la Belle Epoque ● Storia dell'arte: Il Realismo (Daumier, Millet e i Macchiaioli); Manet (Colazione sull'erba e Olympia); Art Nouveau; Cubismo e Futurismo ● Economia Aziendale: il Business Plan come strumento per ottenere sostegno alle nuove attività. ● Italiano/ educazione civica: Gli obiettivi di Agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile
Le guerre mondiali momento di crisi	<ul style="list-style-type: none"> ● Italiano ● Storia ● Storia dell'arte ● Inglese 	<ul style="list-style-type: none"> ● Italiano: D'Annunzio; il Futurismo. La coscienza della crisi: L. Pirandello, I. Svevo e il nuovo romanzo europeo (cenni) ● Storia: prima guerra mondiale; il regime fascista e i totalitarismi; la nascita della Repubblica Italiana e la Costituzione

		<ul style="list-style-type: none"> ● Storia dell'arte: Espressionismo; opere - manifesto contro la guerra: Goya; Picasso e Guernica; Dalì e Presagio di guerra civile ● Inglese: The Second World War
<p>La natura e l'ambiente e l'uomo</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Italiano ● Storia ● Storia dell'arte ● Economia aziendale 	<ul style="list-style-type: none"> ● Italiano: Pascoli ● Storia: il contesto storico-culturale del primo Novecento ● Storia dell'arte: Romanticismo Friedrich: Viandante sul mare di nebbia; Constable: La cattedrale di Salisbury; Géricault e la zattera della Medusa; Impressionismo (Monet: Impressione, sole nascente; la serie di vedute della Cattedrale di Rouen; Lo stagno delle ninfee; Il ponte giapponese) ● Economia Aziendale (educazione civica) : Lo sviluppo sostenibile e l'agenda 2030 ● Italiano (educazione civica): Agenda 2030
<p>Meccanizzazione Digitalizzazione informatizzazione e conseguente trasformazione dell'esistente e dell'esistenza</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Italiano ● Storia ● Storia dell'arte ● Ec. Aziendale ● Francese ● Tecniche Professionali Pubblicitarie e Laboratorio di Tecnologie multimediali ● Inglese 	<ul style="list-style-type: none"> ● Italiano: Naturalismo e Positivismo; Verga, Pirandello ● Storia: la seconda rivoluzione industriale, la società di massa, la Belle Epoque. gli anni ruggenti e la crisi del 29 ● Storia dell'arte: Realismo francese e italiano (opere di: Courbet, Daumier, Millet, Macchiaioli); Gauguin e Van Gogh; Toulouse - Lautrec; Art Nouveau. ● Economia aziendale: Il lavoro dipendente ● Francese: Les outils de la communication: lettre formelle, lettre commerciale, e-mail. ● Tecniche Professionali Pubblicitarie: e Tecniche multimediali digitali: la

		<p>grafica vettoriale e la grafica raster</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Inglese: Digital Communication Age
Il marketing e la pubblicità	<ul style="list-style-type: none"> ● Italiano ● Storia ● Storia dell'arte ● Inglese ● Tecniche di comunicazione ● Francese ● Tecniche professionali pubblicitarie ● Economia aziendale 	<ul style="list-style-type: none"> ● Italiano: G. D'Annunzio; il Futurismo ● Storia: i regimi totalitari e la propaganda; la Belle Epoque, gli anni ruggenti negli Stati Uniti ● Storia dell'arte: esempi di comunicazione commerciale nelle opere di Toulouse Lautrec (les affiches du Moulin Rouge, Divan Japonais), Mucha (Moet et Chandon), Dudovich (Rinascenza, Mele), Depero (la pubblicità della Campari); Magritte; Pop Art ● Inglese: Marketing, Markets, Market Segments and Market Research, the Marketing Mix and the four Ps, Internet Marketing. ● Tecniche di comunicazione: analisi della comunicazione pubblicitaria (definizione, obiettivi, strategie e tipologie di campagne pubblicitarie. Pianificazione strategica di una campagna pubblicitaria. Prodotti pubblicitari. Marketing relazionale, fidelizzazione e customer satisfaction. ● Francese: Le marketing direct et la publicité ● Tecniche professionali pubblicitarie: Le Campagne pubblicitarie (profit e non profit) - brief - target - copy strategy. ● Economia aziendale: L'Istituto di Autodisciplina pubblicitaria, visto attraverso le pronunce del Giurí
Il Break even point (BEP) ed il diagramma di redditività	<ul style="list-style-type: none"> ● Ec. Aziendale ● Matematica 	<ul style="list-style-type: none"> ● Ec. Aziendale: analisi del punto di pareggio; diagramma di redditività ● Matematica: studio di funzioni

Allegato E

**ATTIVITÀ SVOLTE
Area d'intervento dei PCTO**

A.S.	Classe	Prospetto orario attività			
2018/2019	III B IP	PCTO Interni Esterni	Fino a un massimo di 100 ore	<ul style="list-style-type: none"> - Progetto B Corp School con Invento School e Nativa (Attività progettuali per la realizzazione di un Start-up) - Corso di formazione sulla Sicurezza e la tutela del lavoratore - Attività di orientamento in entrata per l'Istituto - Progetto "Colimbro": orientamento in entrata presso CC Euroma2 "Ettore il riccio" (diffusione del patrimonio artistico italiano - Milano) 	Monte ore individualizzato in base alle attività svolte

2019/2020	IV B IP	PCTO Interni Esterni	Fino a un massimo di 40 ore	<p>Progetto "Clandestine" (Municipio VIII – Senato della Repubblica)</p> <p>Progetto "Creatore di sorrisi" (Associazione Creatori di sorrisi)</p> <p>Sport in piazza (Municipio VIII – orientamento in entrata)</p> <p>Istituto "Cine –TV" (Spazio Rossellini- orientamento in entrata)</p> <p>- Progetto "Young" in collaborazione con la CRI presso CC Euroma2 (orientamento in entrata)</p>	Monte ore individualizzato in base alle attività svolte
2020/2021	V B	PCTO Interni	Fino a un massimo di 40 ore	<p><u>Interni:</u></p> <p>Attività di orientamento in entrata: Open days online e inaugurazione dell’A.S. dell’Istituto.</p> <p>Partecipazione a concorsi e premi nell’ambito della grafica pubblicitaria e della comunicazione visiva:</p> <p>-Premio S. Bernardino – Uni-LUMSA - Giovane pubblicitario 2020</p> <p>-Concorso "Ti racconto un posto" FAI – Fondo Ambiente Italiano.</p> <p>Corso di formazione e-learning Eni-Energia</p> <p>Progetto "David di Donatello"</p>	Monte ore individualizzato in base alle attività svolte

PCTO Interni ed esterni	
Progetto B Corp School con Invento School e Nativa	<p>Il <i>Progetto B Corp School con Invento School e Nativa</i> è finalizzato alla creazione di una azienda innovativa, ovvero alla progettazione di una start up nell'ambito della green economy, per comprendere meglio le problematiche ambientali e dell'inquinamento. A conclusione di questo percorso, che ha richiesto capacità organizzative e lavoro di gruppo, gli studenti hanno ideato un prodotto ecologico e spendibile sul mercato. Tali attività sono state scelte come superamento della sola simulazione, al fine di mettere gli alunni a confronto con le vere richieste del mercato.</p>
Servizi di orientamento in entrata	<p>Nell'ambito del progetto d'istituto si inserisce lo specifico progetto di SERVIZIO DI ORIENTAMENTO IN ENTRATA per gli IC e i CFP, che intende coniugare l'alternanza con l'orientamento in entrata creando un servizio di fidelizzazione del cliente che identifica come committente lo stesso IIS Confalonieri-De Chirico. Gli studenti sono selezionati in base a prerequisiti relativi alla capacità comunicativa e alla motivazione e acquisiscono competenze specifiche nell'area dei servizi di informazione e promozione di un'attività culturale, collaborando in modo operativo alla gestione di un'impresa di servizi all'utenza e affinando le capacità argomentative e comunicative, valorizzano le capacità di collaborazione e di lavoro in team, ma assumono anche compiti e iniziative autonome.</p>
Concorsi e Premi	<p>A conclusione di questo percorso, svolto dagli alunni frequentanti in classe terza e quarta, tutti gli studenti al quinto anno hanno prodotto ciascuno un progetto per la partecipazione a premi e concorsi nazionali nell'ambito della grafica pubblicitaria e della comunicazione visiva.</p>
Stage e attività esterne	<p>STAGE ESTERNO</p> <p>In base alle convenzioni stipulate tra l'istituto scolastico e l'impresa. Presso il CC Euroma 2: ORIENTAMENTO come espositori (in entrata), servizio di accoglienza per il progetto "Young" e "Colimbro", diffusione del patrimonio culturale italiano per il progetto "Ettore il riccio" a Milano. Servizi di orientamento in entrata per l'istituto.</p>
Competenze:	<p>Acquisizione delle competenze ritenute fondamentali per l'inserimento sociale e l'occupabilità :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 IMPRENDITORIALI 2 DIGITALI 3 CITTADINANZA ATTIVA 4 LIFE LONG LEARNING

Obiettivi:

1. OCCUPABILITA': orientare gli studenti alla cultura d'impresa.
2. ORGANIZZAZIONE DEL TEMPO SCUOLA: la didattica laboratoriale diviene funzionale all'introduzione di una programmazione didattica a struttura modulare, applicando le tecniche della *flipped classroom* e dell'apprendimento *peer to peer* per condividere informazioni, opinioni e sensazioni.
3. RIORGANIZZAZIONE METODOLOGICA: la didattica laboratoriale sarà estesa dalle materie tecnico-pratiche alle discipline che tradizionalmente sono destinate all'apprendimento teorico, trasformando l'intera scuola in ambiente di apprendimento condiviso.
4. INNOVAZIONE CURRICOLARE: l'attivazione del progetto consente di potenziare il curriculum attraverso l'introduzione di un percorso sui beni culturali inspiegabilmente non presente nella scuola italiana, e di introdurre la logica occupazionale e la cultura d'impresa come chiave di sviluppo della formazione.
5. ORIENTAMENTO DELLA FORMAZIONE E DELLA DIDATTICA AI SETTORI STRATEGICI DEL MADE IN ITALY: la didattica finalizza i propri contenuti innanzitutto alla conoscenza del territorio. Allargandosi in cerchi concentrici dal quartiere/paese alle città, alle regioni, al territorio nazionale, infine all'Europa e al mondo, riconoscendo il contributo che la cultura italiana nelle sue varie forme apporta allo sviluppo delle culture globalizzate.
6. CENTRALITÀ DELLA CONNOTAZIONE DIGITALE: la tecnologia digitale è lo strumento essenziale della produzione e diffusione dei prodotti: centrale è soprattutto la riflessione sull'uso consapevole dello strumento tecnologico che, potenziando l'attività manuale, consente una maggiore condivisione della cultura materiale che la produce, non dimenticando la tradizione italiana che l'ha generata e l'apporto creativo che la sostiene

Allegato F

Curricolo di Educazione Civica

Opzione Promozione commerciale e pubblicitaria

TRIENNIO

Classe	
Referente di classe di Educazione Civica	<u>Prof.ssa Loreta Vincenti</u>

Integrazioni al Profilo educativo, culturale e professionale dello studente a conclusione del triennio del sistema educativo di istruzione e di formazione (*D. Lgs. 226/2005, art. 1, c. 5, Allegato A*), riferite all'insegnamento trasversale dell'educazione civica

L'alunno, al termine del triennio

Conoscenze	<ul style="list-style-type: none">• conosce i valori che ispirano gli ordinamenti comunitari e internazionali, nonché i loro compiti e funzioni essenziali• prende coscienza delle situazioni e delle forme del disagio giovanile ed adulto nella società contemporanea e comportarsi in modo da promuovere il benessere fisico, psicologico, morale e sociale
Abilità	<ul style="list-style-type: none">• partecipa al dibattito culturale.• adotta i comportamenti più adeguati per la tutela della sicurezza propria, degli altri e dell'ambiente in cui si vive, in condizioni ordinarie o straordinarie di pericolo• esercita i principi della cittadinanza digitale, con competenza e coerenza rispetto al sistema integrato di valori che regolano la vita democratica• compie le scelte di partecipazione alla vita pubblica e di cittadinanza coerentemente agli obiettivi di sostenibilità sanciti a livello comunitario attraverso l'Agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile• opera a favore dello sviluppo eco-sostenibile e della tutela delle identità e delle eccellenze produttive del Paese• rispetta e valorizza il patrimonio culturale e i beni pubblici comuni

Competenze	<ul style="list-style-type: none"> • consapevolezza del valore e delle regole della vita democratica anche attraverso l'approfondimento degli elementi fondamentali del diritto che la regolano, con particolare riferimento al diritto del lavoro. • saper esercitare correttamente le modalità di rappresentanza, di delega, di rispetto degli impegni assunti e fatti propri all'interno di diversi ambiti istituzionali e sociali. • saper cogliere la complessità dei problemi esistenziali, morali, politici, sociali, economici e scientifici e formulare risposte personali argomentate. • saper rispettare l'ambiente, curarlo, conservarlo, migliorarlo, assumendo il principio di responsabilità. • saper perseguire con ogni mezzo e in ogni contesto il principio di legalità e di solidarietà dell'azione individuale e sociale, promuovendo principi, valori e abiti di contrasto alla criminalità organizzata e alle mafie
------------	---

Competenze per assi e discipline	
Asse dei linguaggi	<ul style="list-style-type: none"> -Analizzare e produrre testi di vario tipo (coerenti con la specificità dell'indirizzo/tematica) in relazione ai differenti scopi comunicativi -Padroneggiare gli strumenti espressivi ed argomentativi indispensabili per gestire l'interazione comunicativa verbale in vari contesti -Organizzare informazioni, conoscenze e argomenti secondo strutture logiche -Leggere, comprendere ed interpretare testi scritti di vario tipo -Usare le lingue straniere per i principali scopi comunicativi ed operativi
Asse scientifico-tecnologico	<ul style="list-style-type: none"> -Osservare, descrivere ed analizzare fenomeni appartenenti alla realtà e riconoscere nelle varie forme i concetti di sistema e di complessità -Individuare un problema -Utilizzare conoscenze pregresse per individuare possibili soluzioni -Utilizzare conoscenze pregresse ed elementi nuovi per risolvere un problema -Individuare le strategie di risoluzione di un problema -Sviluppare strategie progettuali per arrivare a soluzioni creative credibili, conoscendo le fasi di pianificazione e di produzione di una campagna pubblicitaria; -Progettare stampati di vario tipo secondo una metodologia corretta (iter progettuale);

Asse storico-sociale	<ul style="list-style-type: none"> -Conoscere i principali operatori della conoscenza storica (evento, processo, congiuntura, , effetto) -Utilizzare il lessico specifico della disciplina -Distinguere i fatti dalle opinioni -Gerarchizzare le informazioni
Asse matematico	<ul style="list-style-type: none"> -Individuare le strategie appropriate per la soluzione di problemi -Leggere e interpretare grafici, tabelle e diagrammi. -Analizzare dati e interpretarli sviluppando deduzioni e ragionamenti, usando consapevolmente gli strumenti di calcolo e le potenzialità offerte da applicazioni specifiche di tipo informatico

Nuclei Tematici	Materia	Moduli e Abilità	Contenuti	Ore
Costituzione, diritto nazionale e internazionale, legalità e solidarietà Cittadinanza digitale Sviluppo sostenibile, educazione ambientale, conoscenza e tutela del patrimonio e del territorio	<i>Comunicazione visiva e pubblicitaria</i>			
	Lingua e letteratura italiana	Gli obiettivi di Agenda 2030	Cos'è Agenda 2030, quali sono gli obiettivi. (produzione di un testo espositivo-argomentativo e riflessione critica)	4
	Lingua inglese	Consapevolezza ed espressione culturale. Competenze sociali e civiche: relazionarsi agli altri in modo corretto, rispettare le regole. Conoscere il concetto di democrazia, giustizia, uguaglianza, cittadinanza e diritti civili	Studio delle tradizioni culturali del mondo anglosassone in una prospettiva interculturale. Droga e legalità. Il disagio giovanile (Progetto "Tuttapposto")	2
	Seconda lingua straniera	Il sistema politico e istituzionale francese: la Cinquième République	Testi e filmati in lingua originale	2
	Storia	-Origini della Costituzione italiana e i suoi principi fondamentali.	Genesi e contesto storico della Costituzione.	3

		-Istituzioni dello Stato italiano, UE ed organismi internazionali.	Genesi, evoluzione storica e finalità degli organismi internazionali (in particolare modo UE e Onu).	
Matematica		Minoranze religiose in Italia: analisi dati pubblicati	Studio e confronto dei dati reperiti anche tramite grafici	3
Tecniche pubblicitarie		Riconoscere il grande valore identitario del nostro patrimonio culturale.	Art. 9 - Tutela del patrimonio storico-artistico. <i>Codice dei beni culturali e del paesaggio</i> (Decreto Legislativo 22 gennaio 2004, n. 42).	8
Tecniche di comunicazione		Promuovere un agire consapevole e critico nello scegliere il proprio stile comunicativo, in linea con il complessivo pieno sviluppo della persona in termini di cittadinanza attiva e responsabile.	Il codice di autodisciplina della comunicazione commerciale Analisi di articoli del codice di autodisciplina di particolare interesse per l'impostazione di campagne promozionali	2
Storia arte		I beni culturali tra tutela, valorizzazione e fruizione.	Introduzione ai concetti di bene culturale, paesaggistico e immateriale. Presentazione dei principali enti preposti alla tutela. -Analisi di un caso di tutela nella storia dell'arte: Canova e il recupero dei beni trafugati da Napoleone. Il Museo dalle origini ad oggi e le esposizioni contemporanee -Approfondimento sul concetto di Museo come opera d'arte: il caso del Museo d'Orsay e della Centrale Montemartini.	3

	Economia aziendale	<p>Saper collegare il disposto di tali articoli nel delineare i principi dell'assistenza, della sicurezza e della solidarietà</p> <p>Saper identificare i meccanismi fiscali e sociali per realizzare il principio della solidarietà contributiva</p> <p>Saper individuare i benefici economici che derivano dalla libera concorrenza ed i pericoli della concentrazione del potere economico.</p>	<p>Lo Stato Sociale quale emerge dalla Costituzione : art. 2, 3, 4, 38</p> <p>Il principio della solidarietà contributiva L'articolo 53 della Costituzione</p> <p>Il contesto europeo e le Big Tech Companies Big giants dell'economia ed antitrust europeo Nuovi sviluppi su trasparenza, lotta alle fake news, difesa della libera concorrenza nell'ambito della normativa comunitaria.</p>	3
	Sc. motoria	<p>Educazione al comportamento sociale e Sportivo</p> <p>Essere in grado di riconoscere le situazioni ed applicare le conoscenze acquisite</p>	<p>Conoscenza delle regole del vivere sociale e civile</p>	2
	IRC	<p>Diritto e diritti.</p>	<p>Lo ius come fondamento filosofico del diritto e la dignità inviolabile della persona.</p>	1
				TOT 33

Allegato G

Programmi svolti in ciascuna disciplina

**PROGRAMMA SVOLTO 5 B IP
ANNO SCOLASTICO 2020-2021**

**MATERIA ECONOMIA AZIENDALE
DOCENTE LORETA VINCENTI**

- **Il patrimonio e la sua rappresentazione. Lo Stato Patrimoniale.**
- **Il reddito d'impresa. Il Conto Economico**
- **Il Bilancio di esercizio secondo gli articoli del codice civile**
- **I postulati di bilancio**
- **L'analisi di bilancio, con i principali indici economici, finanziari e patrimoniali**
- **Il Business Plan, funzioni e struttura**
- **La Break Even Analysis: costi fissi e costi variabili, il grafico di redditività e il calcolo del break even point, con variazioni nei dati.**
- **La gestione del personale, diritti del lavoro dipendente, gli enti previdenziali e la retribuzione dei dipendenti. Le voci della retribuzione ed il calcolo della busta-paga**
- **Il Codice di Autodisciplina Pubblicitaria. Gli organi dello IAP e le pronunce del Giurì.**
- **La crescita economica e lo sviluppo sostenibile. L'Agenda 2030**
- **Educazione civica : lo Stato sociale ed il principio di solidarietà contributiva nella Costituzione Italiana.**
- **Educazione civica : la tutela della privacy.**
- **Educazione civica. I giganti del web : il problema della tassazione, della concorrenza e della gestione dei dati degli utenti**

Roma, 11 maggio 2021

Loreta Cristina Vincenti



PROGRAMMA DI INGLESE DELLA CLASSE V IP SEZ. B Promozione e Pubblicità

A.S. 2020/21

Ins.: Patrizia Di Nicola

Libri di testo o di riferimento:

- **M. Cumino, P. Bowen, Business Globe, Petrini**
- **A.A.V.V., Grammar Spectrum, O.U.P. La Nuova Italia**
- **N. Sanità , A. Saraceno, Annabel Pope, Images & Messages, Edisco**
- **Rosa Marinoni Mingazzini e Luciana Salmoiraghi, A Mirror of the Times 2, Second Edition, Morano Editore**
- **Marina Spiazzi e Marina Tavella, Only Connect, voi. 2, Zanichelli**
- **C. Hutchinson, A. Pinnel, S. Wright, CL/L History, The Twentieth Century, La Nuova Italia**
- **Carla Rho Fiorina, New Import/Export Department, Principato**

- **Lettura e analisi di testi inerenti la geografia fisica e politica del Regno Unito**

(New Import/Export Department: pag. 482, 483, 484, 485, 506, 507, 508, 509, 510)

Visione e analisi dei contenuti delle seguenti trasmissioni televisive trasmesse dalla RAI :

- **Alberto Angela: Elisabetta II, l'ultima grande regina.**
- **Città segrete: Londra di Corrado Augias (in alternativa lettura di I SEGRETI DI LONDRA di Corrado Augias).**

- **Lettura e analisi di testi inerenti la geografia fisica e politica degli Stati Uniti**

(New Import/Export Department: pag. 552, 553, 554, 573, 574, 575, 576, 582, 583)

- **Digital Communication Age**

Lettura e analisi dei brani seguenti:

Traditional Media and New Media

Advantages and Disadvantages of New Media

Who Invented the Computer?

A Cool Case: Apple Inc.

The Internet and the Web

On line Advertising and E-Commerce

Electronic Commerce

E-Commerce Tools

Security on the Internet

(Images & Messages pag. 160, 161, 172, 173, 176, 177, 180, 182, 183, 192, 194, 195, 196, 197, 198)

- **Marketing**

(Business Globe: pag.86, 87, 88, 90, 92, 93, 96, 98, 100)

- **The Aesthetic Movement: Oscar Wilde and The Picture of Dorian Gray**

- **The Preface to The Picture of Dorian Gray**

- **Passages from The Picture of Dorian Gray**

(Studio e analisi della prefazione a The Picture of Dorian Gray

<https://www.coursehero.com/lit/The-Picture-of-Dorian-Gray/preface-summary>)

(A Mirror of the Times: pag. 752, 753, 754, 755)

(Only Connect: pag. 700, 701, 702, 703, 705, 706, 707)

Visione del film “The Happy Prince, L’ultimo ritratto di Oscar Wilde” di Rupert Everett

- The Second World War

(CLIL History, The Twentieth Century: pag. 38, 39, 40, 41, 42, 44, 45, 46, 47, 50, 51, 52)

Visione del video: <https://www.youtube.com/watch?v=AUXIuYHFgBE>

Visione della trasmissione Maestri RAI tre del 22 marzo 2021: Relazioni tra Italia e Usa dalla Seconda Guerra Mondiale

Visione e analisi del film: The Darkest Hour, L’ora più buia di Joe Wright

Visione, analisi e commento personale di due film a scelta sulla Seconda Guerra Mondiale

L’insegnante

Patrizia Di Nicola

Roma, 10 maggio 2021

PROGRAMMA di IRC DELLA CLASSE VB IP

A.S. 2020/2021

Prof. Ivan Quintavalle

Materiale didattico di riferimento: libro di testo e dispense

- La religione come fondamentale bisogno dell'uomo**
- La nascita del sentimento religioso tra antropologia e metafisica**
- Il rapporto scienza fede e le domande ultime dell'Uomo**
- La religione come cultura**
- Il testo sacro**
- Differenza tra scrittura e tradizione**
- Il Gesù storico e il Gesù della fede**
- Rapporto tra Chiesa, Tradizione e Magistero ecclesiale**
- Lo spazio architettonico sacro e la sua funzione liturgica**

L'INSEGNANTE

Ivan Quintavalle

PROGRAMMA DI EDUCAZIONE FISICA

Anno scolastico 2020 / 2021 classe 5 B SEVERO

Test Motori

Biomeccanica del Corpo Umano

Le Leve . I Generi

La coordinazione

Cenni Sistema Nervoso M/F

Schema Motorio, Schema Corporeo

Tavole anatomiche Funzione Muscolare

Apparato Locomotore

Il periostio Le aponeurosi

La contrazione e le Qualità muscolari

Contrazione Isotonica e Isometrica

Muscoli del tronco . Anteriori e Posteriori

Muscoli della testa

Muscoli agonisti ed antagonisti

Muscolo Ileo psoas

Il diaframma ed i muscoli respiratori

Funzione e correlazioni muscolari ,

Funzioni Sensoriali e Scheletriche del Diaframma

Muscoli Cervicali

Postura

Alimentazione Umana Normale

Regole generali .

Mattoni biologici .Lipidi ,Protidi, glucidi

La Piramide alimentare

Tabella calorica Alimenti

Tabella Spesa calorica Attività M/F

Formula del Metabolismo

TENNIS:

Battuta

Dritto

Rovescio

Propedeutiche

Regole del gioco.

Prof Mauro Matteucci

PROGRAMMA DI LINGUA E CULTURA ITALIANA

A.S. 2020-2021

DOCENTE: Alessandra Cervi (in servizio dal 3 dicembre 2020)

CLASSE: V SEZ. B INDIRIZZO: CP

CONTENUTI DISCIPLINARI di Lingua e Cultura Italiana

Argomenti/Autori	Contenuti
Fine 800 Dall'unità d'Italia all'età giolittiana tra Positivismo e Decadentismo	Dall'Unità d'Italia all'età giolittiana: il contesto economico, sociale, politico e culturale. Il Positivismo e il mito del progresso. Le ideologie. Il Naturalismo francese e il Verismo italiano
G. Verga: la vita, il pensiero, le opere e la poetica	La vita e le opere principali. Il pensiero, la poetica e le tecniche narrative. La visione della realtà e la concezione della letteratura. Analisi e comprensione di: - " <i>Rosso Malpelo</i> da <i>Vita dei campi</i> ; - <i>La roba</i> da <i>Novelle rusticane</i> ; - Analisi e comprensione de " <i>La famiglia Malavoglia</i> (da cap.1 de " <i>I Malavoglia</i> ")
Il Decadentismo: la poesia francese nel secondo ottocento; il romanzo decadente	Il Decadentismo: origine del termine Decadentismo, la visione del mondo, la poetica, le tematiche. Decadentismo e Naturalismo. Forme e generi del romanzo decadente: il romanzo (Joris-Karl Huysman, Oscar Wilde). Baudelaire e i poeti simbolisti francesi
G. D'Annunzio: la vita inimitabile di un mito di massa.	La vita, le opere, l'ideologia. L'esteta e il superuomo La produzione letteraria di D'Annunzio: prosa, versi, teatro. Testi affrontati: " <i>L'attesa dell'amante</i> " da " <i>Il Piacere</i> " " <i>La pioggia sul pineto</i> " da " <i>Alcyone</i> "
G. Pascoli	La vita, le opere, l'ideologia. L'infanzia e la giovinezza travagliata. Il "nido" familiare. La poetica del fanciullino. L'ideologia politica. I temi, la lingua e lo stile dell'Autore. Da <i>Myrica</i> : "X Agosto"; "Novembre"; "Temporale", "L'assiuolo", "Lavandare" Da <i>I canti di Castelvecchio</i> "Il gelsomino notturno".

Il nuovo romanzo europeo del primo '900	-La cultura del primo '900 in Europa: scoperte scientifiche e innovazioni , Freud e la psicoanalisi, società di massa e alienazione -le innovazioni tematiche e stilistiche del nuovo romanzo europeo
--	--

L.Pirandello.	La vita,il pensiero, la poetica. Le opere: caratteri dell'opera pirandelliana. Le novelle, i romanzi. La poetica de "L'umorismo". I capolavori teatrali <i>Da "Novelle per un anno"</i> "Il treno ha fischiato" da <i>Il fu Mattia Pascal</i> "La nascita di Adriano Meis"
----------------------	--

–Argomenti che saranno trattati dopo il 15 maggio:

Il Futurismo -Italo Svevo -G. Ungaretti
--

TESTI ADOTTATI:

- A. Roncoroni; M.M. Cappellini; A. Dendi; E. Sarda; O. Tribulato **"La mia letteratura" vol.3**; ed: Mondadori Ec
- B. materiale didattico su registro elettronico (testi pdf e testi audio, video, mappe concettuali e schemi)

ROMA, 15 MAGGIO 2021

Gli Studenti

L'insegnante

Alessandra Cervi

(Prof. _ Alessandra Cervi)

ALLEGATO AL DOCUMENTO DEL 15 MAGGIO

CONTENUTI DISCIPLINARI SVOLTI

A.S. 2020-2021

DISCIPLINA: Storia

DOCENTE: Alessandra Cervi (in servizio dal 3 dicembre 2020)

CLASSE: V SEZ. B INDIRIZZO CP

B – CONTENUTI DISCIPLINARI

L'Europa e il mondo dal secondo Ottocento alla prima guerra mondiale	Contenuti -La seconda rivoluzione industriale -L'Italia postunitaria e l'epoca giolittiana -L'Europa del secondo Ottocento L'imperialismo e la crisi dell'equilibrio europeo La rapida ascesa degli Stati Uniti -La Belle époque, i progressi scientifici e la società di massa -Lessico della Storia: colonialismo e imperialismo; taylorismo, fordismo e catena di montaggio; liberismo e protezionismo
La prima guerra mondiale: cause e circostanze del conflitto	Le cause del conflitto Le caratteristiche della Grande Guerra L'Italia dalla neutralità all'intervento 1917: l'anno cruciale Esito e conseguenze del conflitto L'epidemia di influenza spagnola
Il primo dopoguerra fra crisi, rivoluzioni e regimi totalitari	La Rivoluzione Russa, la nascita dell'URSS, il regime di Stalin Il primo dopoguerra in Italia: -Le difficoltà economiche e sociali all'indomani del conflitto -Crisi del liberalismo, nuovi partiti e movimenti politici. Il biennio rosso e la questione di Fiume. -Ascesa del fascismo e consolidamento della dittatura -La politica estera del fascismo -Le leggi razziali del 1938 -La crisi del '29 e il New Deal

B1 : Storia/ Educazione civica

La Repubblica Italiana e la Costituzione	Dallo Statuto Albertino alla Costituzione -Il referendum istituzionale e la nascita della Repubblica Italiana -L'Assemblea costituente e la Costituzione. -I 12 principi fondamentali
---	--

Argomenti che saranno trattati dopo il 15 maggio

La Germania dalla Repubblica di Weimar al nazismo

La seconda guerra mondiale

Un secondo drammatico dopoguerra e l'inizio della guerra fredda. Gli organismi internazionali

–Testo adottato: G.De Vecchi; G. Giovannetti, Storia in corso (vol.3), Pearson.
Materiale didattico su Registro elettronico: mappe concettuali e schemi, video e testi audio e pdf

ROMA, 15 MAGGIO 2020

Gli Studenti

L'insegnante

Alessandra Cervi

TECNICHE PROFESSIONALI DEI SERVIZI COMMERCIALI PUBBLICITARI

PROGRAMMA SVOLTO

CLASSE 5B/CP

Prof.ssa Simona Miloni

Anno scolastico: 2020/2021

Metodologia progettuale:

Il progetto grafico pubblicitario

Il brief: analisi e ricerca

L'iter progettuale

L'esecutivo per la stampa o il web

La strategia pubblicitaria:

Le fasi della campagna pubblicitaria: dal brief e alla strategia creativa

Gli obiettivi di comunicazione

Il target di riferimento

Le campagne pubblicitarie:

Pubblicità commerciale

Pubblicità no-profit

La pubblicità socialmente responsabile

La storia del manifesto pubblicitario

I grandi autori della pubblicità in Italia ed Europa

Il fenomeno del cartellonismo italiano.

Il portfolio (l'elaborato multimediale PCTO):

L'impaginazione editoriale

L'allestimento dello stampato

La computer-grafica:

La grafica vettoriale: Adobe Illustrator - Adobe InDesign

La grafica raster: Adobe Photoshop

Educazione Civica:

L'Articolo 9 della Costituzione

Concorso Nazionale FAI – Fondo Ambiente Italiano "Ti racconto un posto"

ESERCITAZIONI SVOLTE:

- La pubblicità no-profit:

Campagna per la donazione del 5x1000: "Io difendo gli alberi" Giornata nazionale degli alberi 21 novembre (annuncio pubblicitario a mezzo stampa)

- La campagna di comunicazione socialmente responsabile:

- La pubblicità tabellare per l'Associazione AnCOS- Contest del Premio S. Bernardino
UNIVERSITÀ LUMSA "Giovane pubblicitario" 2020

- La grafica commerciale:
 - L'etichetta discografica
 - Il CD musicale (cover).
- Il logotipo per una band musicale:
 - Dal brief al progetto esecutivo del logo "NeroElettrico".

- La grafica editoriale:
 - Impaginazione dell'elaborato multimediale dei PCTO: copertina e pagine interne del portfolio.

- Lo storyboard per un video o un'animazione digitale:
 - Concorso nazionale: "Ti racconto un posto" FAI

- L'elaborato d'Esame di Stato (stampati di divulgazione per una mostra sul manifesto pubblicitario):
 1. Somministrazione traccia: 26 aprile 2021
 2. Consegna: 31 maggio 2021

Roma, 13/05/2021

Prof.ssa Simona Miloni

in copresenza con **Laboratori di Tecnologie e Tecniche delle Comunicazioni Multimediali – B022**

(Docente: Marco Tosti)

PROGRAMMA SVOLTO:

Caratteristiche dei principali sistemi di stampa, del loro ciclo di lavorazione e varie opportunità di utilizzo: offset, rotocalcografico, flessografico e digitale.

Progettazione cartacea: studio tecnico e realizzazione degli ingombri; descrizione dei contenuti testuali (stile, corpo, font, colore, impostazione, interlinea, crenatura, ecc.) e illustrativi (immagini al tratto e/o sfumate, bianco e nero e/o a più colori).

L'impaginazione grafica (con il software In Design in ambiente Macintosh) di una serie prodotti editoriali a 4 colori di piccolo formato bianca e volta: pieghevoli a tre o più ante, locandine, pagine pubblicitarie, brochure (anche per la partecipazione a concorsi).

Metodi di trattamento delle immagini destinate alla stampa offset: risoluzione, selezione dei colori, formati digitali, ecc.

Programma di lingua Francese della classe V sez. B IP

opzione Promozione commerciale e pubblicitaria – A.S. 2020/2021.

Insegnante: Vittorio Maria Sabatiello.

Libro di testo: Gerlando Argento, Prioritaire 2.0-techniques de communication et management des opérations de commerce international, ed. Simone per la scuola.

GRAMMAIRE

Ripasso iniziale delle regole basilari dell'ortografia e della fonetica francese.

I verbi ausiliari Être e Avoir.

Il presente indicativo dei verbi del I e II gruppo e di alcuni verbi irregolari.

Il modo Imperativo.

Il femminile ed il plurale di sostantivi ed aggettivi.

Gli aggettivi di nazionalità.

Gli articoli determinativi e indeterminativi.

COMMUNICATION COMMERCIALE

Les outils de la communication commerciale: la structure de la lettre commerciale et du courrier électronique.

La supports et le techniques de la publicité.

Le message publicitaire.

L'annonce publicitaire.

Le marketing direct.

Les vecteurs et les techniques du marketing direct (publipostage par poste, publipostage par mail, imprimé commercial, catalogue par internet, catalogue pour achat en ligne).

La structure linguistique des messages de marketing.

CULTURE ET CIVILISATION – parte del programma da svolgere dopo il 15 maggio

Géographie: La France physique (superficie, relief et fleuves).

Les régions de France: l'organisation administrative et régionale française depuis le 1er janvier 2016.

Le système politique français.

Roma, 10/05/2021

L'insegnante

Vittorio Maria Sabatiello

PROGRAMMA SVOLTO MATEMATICA

CLASSE 5B ip

A.S. 2020/21

Docente: Prof.ssa Annalisa Consalvo

Unità 1: complementi sulle equazioni

- *Equazioni irrazionali*

Unità 2: richiami e complementi sulle disequazioni

- *Disequazioni di primo grado*
- *Disequazioni di secondo grado*
- *Disequazioni frazionarie*
- *Sistemi di disequazioni*

Unità 3: Introduzione all'analisi

- *Funzioni reali di variabile reale: dominio e studio del segno di funzioni razionali fratte e irrazionali*

Unità 4: limiti di funzioni reali di variabile reale

- *Introduzione al concetto di limite*
- *Le funzioni continue e l'algebra dei limiti*
- *Forme di indecisione di funzioni algebriche:*

Unità 5: continuità

- *Funzioni continue*
- *Punti di discontinuità e loro classificazione*
- *Proprietà delle funzioni continue in un intervallo chiuso e limitato:*
 - § *Teorema di esistenza degli zeri*
 - § *Teorema di Weierstrass*
- *Asintoti e grafico probabile di una funzione: asintoti verticali, orizzontali e obliqui per funzioni razionali fratte*

Unità 6: la derivata

- *Il concetto di derivata*
- *Derivate delle funzioni elementari:*
 - § *Derivata di una costante*
 - § *Derivata della funzione identica*
 - § *Derivata di una funzione potenza a esponente intero positivo*
- *Algebra delle derivate:*
 - § *Derivata della somma di due funzioni*
 - § *Derivata del prodotto di due funzioni*
 - § *Derivata del quoziente di due funzioni*
- *Continuità e derivabilità (teorema)*
- *Classificazione dei punti di non derivabilità*

Unità 7: teoremi sulle funzioni derivabili

- *Punti di massimo e di minimo relativo ed assoluto*
- *Teoremi di Fermat, di Rolle, di Lagrange*
- *Funzioni crescenti e decrescenti e criteri per l'analisi dei punti stazionari:*
 - § *Criterio di monotonia per le funzioni derivabili*
 - § *Criterio per l'analisi dei punti stazionari*

Unità 8: Lo studio di una funzione

- *Schema per lo studio del grafico di una funzione. Funzioni algebriche razionali*

Roma, 10/05/2021

IIS CONFALONIERI – DE CHIRICO

Programma svolto

Storia dell'arte

Docente: Prof.ssa Valeria Palombini

Classe 5B CP Anno scolastico 2020 – 2021

§ Argomenti di riallineamento: il Seicento

- Caravaggio: vita, formazione e poetica artistica. Analisi delle seguenti opere: *Canestra di frutta*, tele per la Cappella Contarelli in San Luigi dei Francesi, *La morte della Vergine*, *La decollazione del Battista*, *David con la testa di Golia*.

Approfondimento individuale su un'opera specifica dell'artista.

- Barocco: i caratteri principali attraverso un percorso virtuale a Roma e con particolare riferimento alle opere di Gian Lorenzo Bernini

§ Il Neoclassicismo: caratteri e principali temi neoclassici attraverso i principali esponenti

- Jacques Louis David: analisi delle seguenti opere: *Il giuramento degli Orazi*, *La morte di Marat*.

- Antonio Canova: vita, formazione e poetica artistica. Analisi delle seguenti opere: *Dedalo ed Icaro*, *Teseo sul Minotauro*, *Amore e Psiche che si abbracciano*, *Paolina Borghese come Venere Vincitrice*. Approfondimento sul ruolo decisivo di Canova nel recupero delle opere portate via da Napoleone durante la campagna d'Italia: collegamento al tema di tutela introdotto in Educazione civica.

§ Il Preromanticismo: approfondimento sui temi del sogno e dell'irrazionale

- Johann Heinrich Füssli: analisi di un'opera esemplare: *L'incubo*

- Francisco Goya y Lucientes: presentazione di opere esemplari: *Il sonno della ragione genera mostri*, *Le fucilazioni del 3 Maggio 1808 sulla montagna del Principe Pio* (manifesto di denuncia contro la guerra)

§ Il Romanticismo: approfondimento sui temi del rapporto tra uomo e natura attraverso il paesaggio sublime e pittoresco, di storia, cronaca, amore per la patria.

- Caspar David Friedrich: analisi di opere esemplari: *Viandante sul mare di nebbia* e *Monaco in riva al mare*.

- John Constable: analisi di un'opera esemplare: *La cattedrale di Salisbury*.

- William Turner: analisi di un'opera esemplare: *Ombra e tenebre. La sera del Diluvio*.

- Eugène Delacroix: analisi di un'opera esemplare: *La libertà che guida il popolo*.

- Théodore Géricault: analisi di un'opera esemplare: *Zattera della Medusa*.

- Francesco Hayez: analisi di un'opera esemplare: *Il bacio*.

§ Il Realismo: protagonisti e opere esemplari. Gustave Courbet: *Funerale ad Ornans*. Honoré Daumier: *Vagone di terza classe*. François Millet: *Le spigolatrici*. I macchiaioli.

§ La stagione dell'Impressionismo: le trasformazioni di Parigi, le stampe giapponesi, la nascita della fotografia, luoghi, novità, temi, protagonisti.

Édouard Manet: analisi delle opere: *Colazione sull'erba*, *Olympia*, *Il bar à le folies Bergère*.

Claude Monet: analisi di opere esemplari: *Impression. Soleil levant*, *I papaveri*, *La stazione Saint Lazare*, le serie della *Cattedrale di Rouen* e delle *Ninfee*.

Altri opere e protagonisti: *L'assenzio* di Degas, *Moulin de la Galette* di Renoir, confronto tra *La Grenouillère* di Monet e di Renoir.

§ Tendenze postimpressioniste: protagonisti e opere esemplari.

Georges Seurat: il Puntinismo in *Una domenica pomeriggio sull'isola della Grande Jatte*.

Paul Cézanne: precursore del Cubismo *I giocatori di carte*.

Henri de Toulouse – Lautrec: approfondimento sulla nascita del Manifesto pubblicitario (*Moulin Rouge: La Goulou*, *Aristide Bruant*, *Divan Japonais*).

Paul Gauguin: precursore del Simbolismo e tema del viaggio. Analisi dell'opera: *La visione dopo il sermone* e visione delle opere del periodo tahitiano.

Vincent Van Gogh: percorso dal realismo de *I mangiatori di patate* all'espressionismo a *La cattedrale di Auvers sur Oise*.

§ Art Nouveau e Secessioni

Caratteri principali dell'Art Nouveau e i manifesti di Alfonse Mucha (*Moet & Chandon*). Secessione viennese: Gustav Klimt (*Il bacio*, *Giuditta II*), i manifesti di Koloman Moser (*rivista Ver Sacrum*) e di Marcello Dudovich (*Rinascenza e Mele*).

§ Dalle Avanguardie storiche alla Pop art

Edvard Munch come precursore dell'Espressionismo tedesco (*L'urlo*; *Sera sul viale Karl Johan*)

Espressionismo tedesco attraverso l'opera pittorica e le illustrazioni di Ernst Ludwig Kirchner (*Donna allo specchio*; manifesti).

I Fauves ed Henri Matisse (*La gioia di vivere*, *La danza* e *Nudo blu* e la nuova tecnica dei *papiers découpés*).

Cubismo: le fasi attraverso tre opere esemplari di Picasso (Cubismo formativo: *Les demoiselles d'Avignon*, Cubismo analitico: *Ritratto di Amboise Vollard*, Cubismo sintetico: *Natura morta con sedia impagliata*). Le nuove tecniche *collage*, *papiers collés* e *assemblage* e l'influenza sull'illustrazione. Pablo Picasso: percorso creativo e analisi dell'opera *Guernica* come manifesto contro la guerra.

Futurismo: la velocità e il progresso in Boccioni (*La città che sale* e *Forme uniche nella continuità dello spazio*); analisi delle opere pubblicitarie di Fortunato Depero per Campari.

Metafisica: visione di due opere di Giorgio De Chirico (*Incanto pomeridiano* e *Gli archeologi*, con riflessione sul rapporto con il nostro patrimonio culturale)

Surrealismo visione di opere esemplificative di Salvador Dalì (*Costruzione molle con fave bollite: presagio di guerra civile*) e René Magritte (*Il tradimento delle immagini*, *La riproduzione vietata*, *L'impero delle luci*, *Gli amanti* e Magritte pubblicitario).

Astrattismo: le tre tendenze (Germania: *Der Blaue Reiter* e Vasilij Kandinskij con *Composizione VIII*; Olanda: Mondrian; Suprematismo e Costruttivismo in Russia con riferimento alla grafica di Rodchenko (*Libri*)).

Pop art: aspetti e protagonisti principali (Richard Hamilton *Cosa rende le case di oggi così diverse, così attraenti?*), Andy Warhol (le serie di *Marilyn*, di *Coca cola*), Roy Lichtenstein (*M-Maybe*).

(Gli ultimi due movimenti indicati in grassetto saranno svolti dopo il 15/05/21)

Roma, 10/05/21

Docente

Valeria Palombini

ISTITUTO PROFESSIONALE SERVIZI COMMERCIALI

"T. CONFALONIERI" ROMA

PROGRAMMA DI TECNICHE DELLA COMUNICAZIONE E DELLE RELAZIONI

CLASSE 5 B ANNO SCOLASTICO 2020-2021

Modulo 1. RIEQUILIBRIO FORMATIVO

Modulo 2. I fattori interni ed esterni che influenzano le comunicazioni

Mappa sinottica, segmentazione del mercato e concetto di target

Fonti dirette e fonti indirette

Gli atteggiamenti specifici che determinano le relazioni

Modulo 3. Le comunicazioni di massa e i social media

Modulo 4. La comunicazione pubblicitaria

Definizione di comunicazione pubblicitaria e di campagna pubblicitaria

Gli obiettivi pubblicitari

L'evoluzione della comunicazione pubblicitaria

Le strategie del linguaggio pubblicitario

Le tipologie pubblicitarie

L'efficacia comunicativa di un linguaggio pubblicitario

Tono e volume del messaggio pubblicitario

Modulo 5: La pianificazione strategica di una campagna pubblicitaria

L'agenzia pubblicitaria

Il briefing

La copy strategy

La pianificazione dei media

Budget e media plan

La fase di verifica dei risultati

Le tipologie e le tecniche di produzione dei messaggi pubblicitari:

La pubblicità della carta stampata

Gli annunci pubblicitari su carta stampata

La pubblicità in televisione e al cinema

Lo spot

La sceneggiatura

Il sito web aziendale

La pubblicità radiofonica

Le affissioni

Modulo 6. Il codice di autodisciplina della comunicazione commerciale (ed. civica)

Modulo 7. Il marketing relazionale

Il concetto di marketing

La customer satisfaction

La fidelizzazione della clientela

Il web marketing

L'e-commerce

Roma, 15/05/2021

L'insegnante

Stefania De Simone