

***DOCUMENTO
DI CLASSE***

5G IP

A.S.2018-19

Anno Scolastico 2018/19

DESCRIZIONE SINTETICA DELLA SCUOLA E DEL PROFILO PROFESSIONALE

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 professionale e di disegno grafico, Laboratorio grafica MAC, Laboratorio di fotografia. **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*.

INDICE:

PROFILO DELLA CLASSE	PAG.5
VALUTAZIONE TRIMESTRE	PAG 6
GRIGLIE DI VALUTAZIONE PROVE	PAG.11
A1 Griglie di valutazione della I prova	
A2. Griglia di valutazione della II prova	
A3. Griglia di valutazione del colloquio	
ALLEGATO B	PAG.18
B. Attività svolte e obiettivi raggiunti nell' ALTERNANZA SCUOLA-LAVORO	
ALLEGATO C	
- PROGRAMMI	PAG.20
ALLEGATO D	
D. Nodi concettuali	PAG.38
ALLEGATO E	
E. Relazione sulla classe	PAG. 39

DOCUMENTO DEL CONSIGLIO DI CLASSE

ai sensi dell'O.M. n° 21 (prot. 2392) 09/02/04 art. n° 6

Classe 5 Sez. G /IP

Indirizzo: SERVIZI COMMERCIALI

OPZIONE PROMOZIONE COMMERCIALE E PUBBLICITARIA

Docenti del Consiglio di Classe

MATERIA	DOCENTE	FIRMA
Religione	Ivan Quintavalle	
Italiano	Cammarota Francesca	
Storia	Cammarota Francesca	
Matematica	Errico Bruno	
Inglese	Lo Tito	
Francese	Nero Mariangela	
Tecniche professionali dei servizi commerciali pubblicitari	Del Zotto Alessandra	
Laboratorio di tecnologie e tecniche delle comunicazioni multimediali	Alessandro Giuliani	
Economia aziendale	Palleschi Antonio	
Storia dell'arte ed espressioni grafico-artistiche	Lucia Barba	
Tecniche della comunicazione	De Simone Stefania	
Scienze motorie e sportive	Perrotta Angelo	
Sostegno	Fantone Stefania	
Sostegno	Quaranta Elena	
Attività alternativa alla R.C.	Misiti Laura	

Coordinatore:
Prof.ssa Alessandra Del Zotto

Il Dirigente Scolastico
Prof.ssa Nadia Petrucci

Segretario: Prof.ssa Mariangela Nero/ Pro. Errico Bruno

PROFILO DELLA CLASSE

N° totale studenti: 11

Maschi: 9

Femmine: 2

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

CONTINUITA' 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	
Attività alternativa alla R.C.	X	

VALUTAZIONE DEL PRIMO TRIMESTRE

MATERIE	N° studenti con voto					
	N · C ·	<5	5	6	7	≥8
Religione		X				
Italiano						
Storia						
Matematica						
Inglese			1	8	2	
Francese		1	2	6	2	
Tecniche professionali dei servizi commerciali pubblicitari				8	2	
Laboratorio di tecnologie e tecniche delle comunicazioni multimediali						
Economia aziendale			2	5	4	
Storia dell'arte ed espressioni grafico-artistiche						
Tecniche della comunicazione	2	1		4	5	1
Scienze motorie e sportive	2				7	2
Attività alternativa alla R.C.						
Condotta					6	4

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	No n rag giu nta	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 trasversali	Numero studenti				
1. Sa pianificare					
2. Sa verificare le soluzioni					
3. Sa ascoltare e decentrarsi nella comunicazione					
4. Sa esprimersi in relazione al contesto ed allo scopo					
5. Sa produrre messaggi scritti					
6. Sa argomentare					
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.					
2. Sa organizzare informazioni, conoscenze ed argomentazioni secondo strutture logiche.					
3. Sa utilizzare dati, conoscenze, concetti per orientarsi in quadri di riferimento storico-culturali e sa effettuare un'analisi testuale.					
4. Sa descrivere oralmente immagini utilizzando il lessico specifico della comunicazione pubblicitaria					
5. Sa leggere e comprendere testi di argomento professionale in lingua inglese.		8	3		
6. Sa elaborare testi e messaggi utilizzando la microlingua inglese.		8	3		
7. Sa descrivere opere d'arte moderna e contemporanea usando i termini propri dell'analisi visiva					

COMPETENZE	Non raggiun- ta	Min imo	Inte- rme- dio	Ava- nzat- o	Ecc- elle- nte
Competenze nell'area logica – matematica	Numero studenti				
1. Sa risolvere disequazioni	1	6	3	1	
2. Sa determinare il dominio di una funzione, gli intervalli di positività e negatività.	2	5	3	1	
3. Sa calcolare il limite di una funzione	2	3	3	3	
4. Comprende il concetto di continuità e le proprietà delle funzioni continue	1	5	4		
5. Comprende il concetto di derivata e la relativa interpretazione geometrica	2	5	3	1	
6. Sa tracciare il grafico di una funzione	2	5	4		
Competenze Area motoria	Numero studenti				
1. Sa utilizzare le qualità fisiche e neuro-muscolari in modo adeguato alle diverse situazioni ambientali				1	10
2. Sa utilizzare la tecnica di almeno un gioco di squadra e sa applicare il relativo regolamento				1	10
3. Sa adottare comportamenti efficaci e adeguati in caso di infortuni				1	10
4. Sa applicare operativamente le conoscenze delle metodiche inerenti la tutela e il mantenimento della salute				1	10
Competenze nell'area professionalizzante dell'Opzione	Numero studenti				
1. Sa utilizzare strumenti informatici dedicati all'elaborazione di prodotti pubblicitari					
2. Sa individuare gli aspetti essenziali di un <i>target</i> e di una <i>copy strategy</i>			2	8	
3. Sa ideare e progettare in forma semplificata una campagna pubblicitaria			2	8	
4. Sa realizzare riprese fotografiche di cose e persone, a fini pubblicitari, a luce naturale ed artificiale, in forma analogica e digitale					
5. Sa elaborare in forma creativa e ritoccare immagini con <i>software</i> di grafica vettoriale e <i>raster</i>			2	8	
6. Sa evidenziare gli stili artistici riconoscendone la funzione e l'epoca storica					
7. Sa costruire un percorso tematico su un artista o su una corrente.					
8. 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	1	5	5		
9. Sa individuare criteri e metodi per la definizione e progettazione di campagne pubblicitarie	1	5	5		

10. 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	1	5	5		

11. Sa redigere il bilancio d'esercizio ed interpretare le poste significative		3	4	4	
12. Sa riclassificare il bilancio e sa calcolare ed interpretare gli indici di bilancio		3	4	4	
13. Sa calcolare il punto di pareggio ed effettuare la break even analysis		3	4	4	
14. 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.		8	3		
15. Sa produrre testi di carattere professionale chiari e corretti inerenti la pubblicità e la grafica pubblicitaria in francese; la lettera commerciale, il C.V.		8	3		

SPAZI UTILIZZATI

DISCIPLINA	AULA	LABORATORI	SALA AUDIO	BIBLIOTECA	MUSEO	SPAZI ESTERNI	ALTRO
Religione	X						
Italiano	X						
Storia	X						
Matematica	X	X					
Inglese	X						
Francese	X	X					
Tecniche professionali dei servizi commerciali pubblicitari	X	X			X		
Laboratorio di tecnologie e tecniche delle comunicazioni multimediali	x						
Economia aziendale	X	X					
Storia dell'arte ed espressioni grafico-artistiche	X				X		
Tecniche della comunicazione	X						
Scienze motorie e sportive	X					X	
Attività alternativa alla R.C.	X						

METODOLOGIE DIDATTICHE

Materie	Lezione Frontale	Conferenze	Esercitazione	Metodo dei casi	Simulazione	Lavori di gruppo	Problem Solving
Religione	X						
Italiano	X				X		
Storia	X						
Matematica	X		X			X	X
Inglese	X		X			X	X
Francese	X		X				
Tecniche professionali dei servizi commerciali pubblicitari	X		X		X		X
Laboratorio di tecnologie e tecniche delle comunicazioni multimediali	x		X		x		x
Economia aziendale	X		X				X
Storia dell'arte ed espressioni grafico-artistiche	X		X				
Tecniche della comunicazione	X						
Scienze motorie e sportive	X		X				
Attività alternativa alla R.C.	X						

STRUMENTI DI VERIFICA

Materia	Interr o- gazio ni	Riflessione critica su tematiche di attualità	Anal. del testo	Analisi e produzione di un testo argomentativo	Relazion e	Prova strutt.ta o semist.	Prova pratica	Problemi	Casi pratici	Simula- zione colloquio
Religione		X								
Italiano	X	X	X	X						
Storia	X	X	X	X		X				
Matematica	X					X				
Inglese	X					X		X		X
Francese	X	X			X	X				X
Tecniche professionali dei servizi commerciali pubblicitari					X		X		X	x
Laboratorio di tecnologie e tecniche delle comunicazioni multimediali						x	x		x	
Economia aziendale	X					X				X
Storia dell'arte ed espressioni grafico- artistiche	X					X				
Tecniche della comunicazione	X					X				
Scienze motorie e sportive		X							X	
Attività alternativa alla R.C.		X								

ALLEGATI

A1 Griglie di valutazione della I prova

A2. Griglia di valutazione della II prova

A3. Griglia di valutazione del colloquio

B. Attività svolte e obiettivi raggiunti nell' ALTERNANZA SCUOLA-LAVORO

C. Programma svolto in ciascuna disciplina

D. Nodi concettuali

E. Relazione sulla classe

Allegato A1

GRIGLIE DI VALUTAZIONE DELLA I PROVA



Ministero dell'Istruzione dell'Università e della Ricerca
Istituto d' Istruzione Superiore "Confalonieri De Chirico"
Istituto Professionale di Stato per i Servizi Commerciali - Liceo Artistico
Istituto Tecnico Tecnologico Grafica e Comunicazione
Via B.M. de Mattias, 5 - 00183 Roma - Tel. 0670493530 – CF 80200610584
e-mail: rmis09700a@istruzione.it PEC: rmis09700a@pec.istruzione.it

CANDIDATO/A: _____

Tipologia "A" (1)

Con richiesta di analisi lessicale, sintattica, stilistica e retorica (stessi livelli delle Indicazioni generali)

Livelli di valutazione per i singoli descrittori delle Indicazioni generali	
Ottimo	10
Buono	8-9
Discreto	7
Sufficiente	6
Mediocre	5
Insufficiente	4
Gravemente insufficiente	1-3

Indicazioni generali per la valutazione degli elaborati (MAX. 60 PUNTI)	
Descrittori	Punteggio
Ideazione, pianificazione e organizzazione del testo	
Coesione e coerenza testuale	
Ricchezza e padronanza lessicale	
Correttezza grammaticale (ortografia, morfologia, sintassi); uso corretto ed efficace della punteggiatura	
Ampiezza e precisione delle conoscenze e dei riferimenti culturali	
Espressione di giudizi critici e valutazioni personali	

Totale _____

Tipologia "A" (1) Con richiesta di analisi lessicale, sintattica, stilistica e retorica (stessi livelli delle Indicazioni generali)

Elementi da valutare nello specifico (MAX. 40 PUNTI)	
Descrittori	Punteggio
Rispetto dei vincoli posti nella consegna	
Capacità di comprendere il testo nel suo senso complessivo e nei suoi nodi tematici e stilistici	
Puntualità nell'analisi lessicale, sintattica, stilistica e retorica	
Interpretazione corretta e articolata del testo	

Totale _____



Ministero dell'Istruzione dell'Università e della Ricerca
Istituto d' Istruzione Superiore “Confalonieri De Chirico”
 Istituto Professionale di Stato per i Servizi Commerciali - Liceo Artistico
 Istituto Tecnico Tecnologico Grafica e Comunicazione
 Via B.M. de Mattias, 5 - 00183 Roma - Tel. 0670493530 – CF 80200610584
 e-mail: rmis09700a@istruzione.it PEC: rmis09700a@pec.istruzione.it

CANDIDATO/A: _____

Tipologia “A” (2)

Senza richiesta di analisi lessicale, sintattica, stilistica e retorica

Livelli di valutazione per i singoli descrittori delle Indicazioni generali	
Ottimo	10
Buono	8-9
Discreto	7
Sufficiente	6
Mediocre	5
Insufficiente	4
Gravemente insufficiente	1-3

Indicazioni generali per la valutazione degli elaborati (MAX. 60 PUNTI)	
Descrittori	Punteggio
Ideazione, pianificazione e organizzazione del testo	
Coesione e coerenza testuale	
Ricchezza e padronanza lessicale	
Correttezza grammaticale (ortografia, morfologia, sintassi); uso corretto ed efficace della punteggiatura	
Ampiezza e precisione delle conoscenze e dei riferimenti culturali	
Espressione di giudizi critici e valutazioni personali	

Totale _____

Livelli di valutazione per i singoli descrittori	
Rispetto dei vincoli posti nella consegna	Non rispetta alcun vincolo 1-4 Rispetta solo parzialmente i vincoli 5-7 Sufficiente rispetto dei vincoli 8 Discreto rispetto dei vincoli 9-12 Totale rispetto dei vincoli 13-14
Capacità di comprendere il testo nel suo senso complessivo e nei suoi nodi tematici e stilistici	Scarsa capacità 2-3 Capacità quasi accettabile 4-7 Capacità sufficiente 8 Discreta capacità 9-11 Ottima capacità 12-13
Interpretazione corretta e articolata del testo	Interpretazione totalmente errata 1-3 Interpretazione parziale e talvolta errata 4-7 Interpretazione sufficiente 8 Interpretazione discreta 9-11 Interpretazione totale e motivata 12-13

Elementi da valutare nello specifico (MAX. 40 PUNTI)	
Descrittori	Punteggio
Rispetto dei vincoli posti nella consegna	
Capacità di comprendere il testo nel suo senso complessivo e nei suoi nodi tematici e stilistici	
Interpretazione corretta e articolata del testo	

Totale _____

Punteggio attribuito alla prova: _____ / 100 : 5 = _____ **Voto definitivo attribuito alla prova:** _____ / 20



Ministero dell'Istruzione dell'Università e della Ricerca
Istituto d' Istruzione Superiore "Confalonieri De Chirico"
Istituto Professionale di Stato per i Servizi Commerciali - Liceo Artistico
Istituto Tecnico Tecnologico Grafica e Comunicazione
Via B.M. de Mattias, 5 - 00183 Roma - Tel. 0670493530 – CF 80200610584
e-mail: rmis09700a@istruzione.it PEC: rmis09700a@pec.istruzione.it

CANDIDATO/A: _____

Tipologia "B"

Livelli di valutazione per i singoli descrittori delle Indicazioni generali	
Ottimo	10
Buono	8-9
Discreto	7
Sufficiente	6
Mediocre	5
Insufficiente	4
Gravemente insufficiente	1-3

Indicazioni generali per la valutazione degli elaborati (MAX. 60 PUNTI)	
Descrittori	Punteggio
Ideazione, pianificazione e organizzazione del testo	
Coesione e coerenza testuale	
Ricchezza e padronanza lessicale	
Correttezza grammaticale (ortografia, morfologia, sintassi); uso corretto ed efficace della punteggiatura	
Ampiezza e precisione delle conoscenze e dei riferimenti culturali	
Espressione di giudizi critici e valutazioni personali	

Totale _____

Tipologia B (stessi livelli delle Indicazioni generali)

Elementi da valutare nello specifico (MAX. 40 PUNTI)	
Descrittori	Punteggio
Rispetto dei vincoli posti nella consegna	
Individuazione corretta di tesi e argomentazioni presenti nel testo proposto	
Capacità di sostenere con coerenza un percorso ragionativo adoperando connettivi pertinenti	
Correttezza e congruenza dei riferimenti culturali utilizzati per sostenere l'argomentazione	

Totale _____

Punteggio attribuito alla prova: _____ / 100: 5 = _____ **Voto definitivo attribuito alla prova:** _____ / 20



Ministero dell'Istruzione dell'Università e della Ricerca
Istituto d' Istruzione Superiore "Confalonieri De Chirico"
 Istituto Professionale di Stato per i Servizi Commerciali - Liceo Artistico
 Istituto Tecnico Tecnologico Grafica e Comunicazione
 Via B.M. de Mattias, 5 - 00183 Roma - Tel. 0670493530 – CF 80200610584
 e-mail: rmis09700a@istruzione.it PEC: rmis09700a@pec.istruzione.it

CANDIDATO/A: _____

Tipologia "C"

Livelli di valutazione per i singoli descrittori delle Indicazioni generali	
Ottimo	10
Buono	8-9
Discreto	7
Sufficiente	6
Mediocre	5
Insufficiente	4
Gravemente insufficiente	1-3

Indicazioni generali per la valutazione degli elaborati (MAX. 60 PUNTI)	
Descrittori	Punteggio
Ideazione, pianificazione e organizzazione del testo	
Coesione e coerenza testuale	
Ricchezza e padronanza lessicale	
Correttezza grammaticale (ortografia, morfologia, sintassi); uso corretto ed efficace della punteggiatura	
Ampiezza e precisione delle conoscenze e dei riferimenti culturali	
Espressione di giudizi critici e valutazioni personali	
Totale _____	

Livelli di valutazione per i singoli descrittori	
Pertinenza del testo rispetto alla traccia e coerente nella formulazione del titolo e dell'eventuale paragrafazione	Testo non pertinente con l'argomento proposto e con titolo incoerente 1-4 Pertinenza del testo solo parziale con l'argomento da sviluppare 5-7 Sufficiente pertinenza con l'argomento e titolo accettabilmente efficace 8 Testo per buona parte pertinente al tema da sviluppare, ma con qualche incongruenza 9-12 Testo pienamente pertinente all'argomento e con titolo originale ed efficace 13-14
Sviluppo ordinato e lineare dell'esposizione	Testo disordinato e confuso 2-3 Testo non sempre coeso e ai limiti dell'accettabilità nell'ordine espositivo 4-7 Testo sufficientemente ordinato e abbastanza lineare nell'esposizione 8 Testo discretamente ordinato e lineare, ma con qualche difetto strutturale 9-11 Testo ben ordinato, coeso e ottimamente sviluppato 12-13
Corretta articolazione delle conoscenze e dei riferimenti culturali	Non si rilevano riferimenti di carattere culturale 1-3 Uso parziale delle conoscenze e dei riferimenti culturali 4-7 Sufficiente esposizione delle conoscenze e dei riferimenti culturali 8 Si rileva un discreto livello di conoscenze e riferimenti culturali 9-11 Uso della cultura personale appropriato e coerente con le esigenze del testo da produrre 12-13

Elementi da valutare nello specifico (MAX. 40 PUNTI)	
Descrittori	Punteggio
Pertinenza del testo rispetto alla traccia e coerente nella formulazione del titolo e dell'eventuale paragrafazione	
Sviluppo ordinato e lineare dell'esposizione	
Corretta articolazione delle conoscenze e dei riferimenti culturali	

Totale _____

Punteggio attribuito alla prova: _____ / 100 : 5 = _____ **Voto definitivo attribuito alla prova:** _____ / 20



Allegato A2 GRIGLIA DI VALUTAZIONE DELLA II PROVA OP/PUBBL.

Candidato/a: _____

INDICATORI (correlati agli obiettivi della prova come da QDR del MIUR)	PUNTEGGIO MAX PER OGNI INDICATORE	LIVELLI	DESCRITTORI	PUNTI	PUNTEGGIO
1.Pertinenza e coerenza con la traccia	6	I	Non comprende le richieste e i dati forniti dalla traccia o li interpreta in maniera inesatta o gravemente incompleta.	0,5 - 1	
		II	Analizza ed interpreta le richieste e i dati forniti dalla traccia in maniera parziale e li interpreta in modo incompleto.	2 - 3	
		III	Analizza in modo adeguato le richieste della traccia, individuando e interpretando correttamente i dati forniti.	4	
		IV	Analizza in modo approfondito le richieste della traccia, individuando e interpretando correttamente i dati forniti anche con spunti originali.	5- 6	
2.Efficacia della comunicazione	6	I	Non riesce a comunicare in modo corretto quanto richiesto nel progetto. Presenta in modo confuso e frammentario le scelte effettuate.	0,5 - 1	
		II	Riesce a comunicare solo in parte e non sempre efficacemente quanto richiesto nel progetto. Presenta in modo parziale le scelte effettuate.	2 - 3	
		III	Riesce a comunicare correttamente quanto richiesto nel progetto. Presenta in modo coerente le scelte effettuate.	4	
		IV	Riesce a comunicare in modo chiaro, completo e appropriato quanto richiesto nel progetto. Presenta in modo completo e approfondito le scelte effettuate.	5- 6	
3.Correttezza dell'iter progettuale	4	I	Elabora un percorso progettuale privo di originalità, che denota scarsa autonomia operativa.	0,5	
		II	Elabora un percorso progettuale di limitata originalità, che denota parziale autonomia operativa.	1	
		III	Elabora un percorso progettuale originale, che denota adeguata autonomia operativa.	2	
		IV	Elabora un percorso progettuale ricco di originalità, che denota spiccata autonomia operativa.	3- 4	
4.Completezza ed accuratezza nella presentazione del progetto	4	I	Presenta e allestisce un progetto privo di cura, ordine e completezza tra le parti.	0,5	
		II	Presenta e allestisce un progetto con limitata cura, ordine e completezza tra le parti.	1	
		III	Presenta e allestisce un progetto con ordine, cura e completezza tra le parti.	2	
		IV	Presenta e allestisce un progetto con ricchezza, accuratezza e completezza tra le parti.	3 - 4	
	20 pt	PUNTEGGIO TOTALE DELLA PROVA			____/20

Allegato B

**ATTIVITA' SVOLTE
Area d'intervento
ALTERNANZA SCUOLA/ LAVORO**

A.S.	Classe	Prospetto orario attività			
2016/2017	III anno Ciofs	Alternanza Scuola/Lavoro Interna	Fino ad un massimo di 210 ore	Alternanza Scuola/Lavoro <i>Ore svolte in stage presso agenzie grafiche esterne.</i>	Monte ore individualizza to in base alle attività svolte
2017/2018	IV sez. G - IP	Alternanza Scuola/Lavoro Interna ed esterna	Fino ad un massimo di 70 ore	Alternanza Scuola/Lavoro <i>Interna:</i> IFS Confao "Impresa formativa simulata" - Progetto C&M (comunicazione e marketing) Impresa di servizi per l'orientamento in entrata e la fidelizzazione dell'Istituto Confalonieri-De Chirico <i>Esterna:</i> - Fiera delle nazionale delle IFS	Monte ore individualizza to in base alle attività svolte
2018/2019	V sez. G - IP	Alternanza Scuola/Lavoro Interna ed esterna	Fino ad un massimo di 70 ore	Alternanza Scuola/Lavoro <i>Interna</i> IFS Confao "Impresa formativa simulata" <i>Esterna:</i> - Fiera delle nazionale delle IFS	Monte ore individualizza to in base alle attività svolte

Alternanza Scuola/Lavoro Interna ed esterna	Denominazione progetto: C&M (Comunicazione e Marketing)
Impresa formativa simulata Confao per la creazione di società di servizi "4 to print" (tipografia on-line) Servizi di orientamento in entrata	Il progetto IFS Confao si riferisce ai Servizi di stampa informativa e pubblicitaria relativi al web to print, rifacendosi ad aziende italiane attive nel settore on-line nell'ambito della comunicazione visiva, finalizzata alla progettazione e alla realizzazione di campagne informative e pubblicitarie. Nell'ambito del progetto d'istituto si inserisce lo specifico progetto di SERVIZIO DI ORIENTAMENTO IN ENTRATA per gli IC e i CIOFS, 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.

Stage e attività esterne	Partecipazione alla Fiera nazionale delle IFS (espositori e visitatori).
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	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>OCCUPABILITA'</i>: orientare gli studenti alla cultura d'impresa. 2. <i>ORGANIZZAZIONE DEL TEMPO SCUOLA</i>: 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. <i>RIORGANIZZAZIONE METODOLOGICA</i>: 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. <i>INNOVAZIONE CURRICOLARE</i>: 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. <i>ORIENTAMENTO DELLA FORMAZIONE E DELLA DIDATTICA AI SETTORI STRATEGICI DEL MADE IN ITALY</i>: 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. <i>CENTRALITA' DELLA CONNOTAZIONE DIGITALE</i>: 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.

**PROGRAMMI
DISCIPLINE
SVOLTI
A.S.2018/19**

PROGRAMMA D'ITALIANO
CLASSE 5G cp
A.S.2018-189
Prof.ssa F.R.Camarota

Libro di testo seguito: Magri Vittorini *Dal testo al mondo dal secondo Ottocento all'età contemporanea* vol.3 Paravia 2012

Modulo 1: il Naturalismo;

Modulo 5: Giovanni Verga: la vita, l'evoluzione poetica: il periodo preverista, la svolta,, l'adesione al Verismo; i *Malavoglia*: la trama, le caratteristiche, i temi dell'opera, la lingua; letti e commentati i seguenti brani: *La prefazione* p.164-165; *la famiglia Toscano* p.167-168; *Ntoni tradisce l'ideale dell'ostrica* p.180-181; *Mastro-don Gesualdo*: letto e commentato il seguente brano: *la morte di Gesualdo* p.196-199

Modulo 3: la poesia tra Ottocento e Novecento:

La nascita della poesia moderna: il Simbolismo;

C.Baudelaire: lette e commentate le seguenti poesie: *Spleen*, p.70; *Corrispondenze* p.72

La Scapigliatura: cenni

Modulo 6: la società industriale moderna e l'imperialismo: il Decadentismo; la cultura filosofica; la poetica decadente; le linee generali della cultura italiana: la peculiarità del Decadentismo italiano; lo sviluppo dell'industria culturale; Decadentismo e produzione letteraria.

Modulo 8: Giovanni Pascoli

La vita, la poetica, la tematica del fanciullino, lo sperimentalismo stilistico di Pascoli; lette e commentate le seguenti poesie: *Lavandare* p.276; *Novembre* p.278; *la mia sera* p.289; *il gelsomino notturno* p.292.

Modulo 9: Gabriele D'Annunzio

La biografia, la poetica;

da *Il piacere* letto e commentato il seguente brano: *la filosofia del dandy* p.315-316;

Da *Alcyone* letta e commentata la seguente poesia: *la pioggia nel pineto* p.322-325

Da *Notturmo* letto e commentato il seguente brano: *il supplizio dei giacinti* p.329-330.

Modulo 11: le avanguardie e la poesia del primo Novecento

Il Futurismo: letto e commentato il Manifesto del futurismo; letto il brano di O. Calabrese *L'utilitaria* in A.A. V.V. *I luoghi della memoria Simboli e miti dell'Italia unita*; osservate 4 immagini pubblicitarie degli anni '20 di automobili e pneumatici. Letta e commentata la poesia di Palazzeschi: *Lasciatemi divertire* p.401-404.

Modulo 13: Luigi Pirandello

La biografia; la visione del mondo; la poetica: dall'umorismo ai miti; i romanzi.

Da *il fu Mattia Pascal*: letto e commentato *i primi due capitoli: le premesse* p.511-512; *una nuova identità per Mattia dal cap.8* p.514-515; *la conclusione* dal cap.18 p.526-527; da *Uno, nessuno e centomila* letta e commentata *la conclusione del romanzo* p.537-538; cenni sulle novelle; il teatro; da *Enrico IV* letto e commentato il brano *la conclusione: la finzione della pazzia* atto III p.563-565; cenni su *Sei personaggi in cerca d'autore*.

Nel corso dell'anno ogni studente ed ogni studentessa ha letto un libro a sua scelta dalla seguente lista che è stato oggetto di interrogazione orale:

ELENCO LIBRI 5G co

D'Annunzio *Il piacere*

O.Wilde *Il ritratto di Dorian Gray*

C.Baudelaire *I fiori del male*

Verga *I Malavoglia*

G.Verga *Mastro Don Gesualdo*

G.Flaubert *Madame Bovary*

R.L.Stevenson *Lo strano caso del dottor Jeckill e mister Hyde*

G.Deledda *Canne al vento*

E.A.Poe *Racconti del mistero*

J.Conrad *Cuore di tenebra*

E.Wharton *Ethan Frome*

Dostojieski *Delitto e castigo; i fratelli Karamazov*

C.Cassola *La ragazza di Bube*

Hemingway *Il vecchio e il mare*

Pavese *La luna e i falò*

I.Calvino un'opera a scelta tra *Marcovaldo*, *Amori difficili* e *La trilogia dei nostri antenati*

Tomasi di Lampedusa *Il Gattopardo*

F.Durrenmat *La promessa*

W.Golding *Il signore delle mosche*

B.Fenoglio *Il partigiano Johnny*

Pasolini *Una vita violenta/Ragazzi di vita*

Moravia *Racconti romani*

E.Morante *L'isola di Arturo*

P.Levi *Se questo è un uomo*

C.Levi *Cristo si è fermato ad Eboli*

I.Svevo *La coscienza di Zeno/ Senilità*

L.Pirandello *Uno, nessuno e centomila*

F.Kafka *La metamorfosi*

K.Mansfield *I racconti*

J.D.Salinger *Il giovane Holden*

J.Joyce *Gente di Dublino*

Virginia Woolf *Gita al faro*

A.Spiegelman *Maus*

J.Steinbeck *Uomini e topi*

Roma, 3 giugno 2019

Gli studenti, le studentesse

la docente

PROGRAMMA DI STORIA
CLASSE 5G cp
A.S.2018-2019
PROF.SSA F.R.CAMAROTA

Libro di testo usato: De Vecchi Giovannetti *Storia in corso 3 il Novecento e la globalizzazione* ed.blu ed.scolastiche Bruno Mondadori Pearson 2016

Capitolo 2: la prima guerra mondiale

Capitolo 3: la rivoluzione russa

Capitolo 4: il fascismo

Capitolo 5: la crisi del '29 e il New Deal (in sintesi)

Capitolo 6: il regime nazista

Capitolo 7: la seconda guerra mondiale. Lettura del brano tratto da Miriam Mafai, *Pane nero Donne e vita quotidiana nella seconda guerra mondiale*; lettura del brano di Walkiria Terradura *era un'epoca di maschilismo imperante in Ribelle e mai domata canti e racconti di antifascismo e resistenza* a c. di A.Portelli; articoli 3,4,31,37,48,51 della Costituzione italiana; art.10,11 e 18 della Costituzione italiana.

Roma,

Gli studenti, le studentesse

la docente

Conoscenze:

Conoscere le caratteristiche comunicative della produzione di messaggi per campagne di tipo commerciale e sociale.

Conoscere le tipologie e le particolarità comunicative e compositive dei diversi mezzi e veicoli.

Conoscere le problematiche e le metodologie riguardanti la declinazione comunicativa della campagna pubblicitaria con diversi mezzi e veicoli.

Competenze

Saper interpretare gli obiettivi pubblicitari e le scelte strategiche.

Definire il format comunicativo a partire da una copy strategy.

Comprendere il brief, individuando le caratteristiche dell'azione comunicativa richiesta e sui mezzi richiesti articolando un percorso progettuale completo e coerente.

Progettare una campagna di comunicazione attraverso impianti esterni e pubblicità dinamiche.

Capacità:

Saper applicare gli elementi compositivi e comunicativi legati ai diversi mezzi/veicoli.

Saper utilizzare codici e linguaggi visivi (visual) e scritti (copy) della comunicazione applicando i codici percettivi e compositivi.

Saper produrre in tempi brevi una soluzione progettuale caratterizzata da pertinenza ed efficacia comunicativa (pertinenza agli obiettivi comunicativi/impatto comunicativo).

Obiettivi minimi della classe:

Attuare un iter progettuale finalizzato all'ideazione di una comunicazione pubblicitaria;

-Progettare stampati pubblicitari secondo una metodologia corretta, funzionale e finalizzata.

-Analizzare campagne pubblicitarie in rapporto agli obiettivi di comunicazione e marketing richiesti nel brief

- Applicare tecniche progettuali ed esecutive per la realizzazione di un prodotto grafico finito

- Usare gli applicativi di settore per sviluppare layout di stampa .

Concorrere alla progettazione di azioni pubblicitarie finalizzate a promuovere l'identità visiva dell'azienda.

- Comunicare prodotti e attività aziendali in manifestazioni di carattere nazionale ed internazionale

-Comunicazione pubblicitaria nei social media

- Riconoscere e selezionare strategie comunicative efficaci per la pubblicizzazione di eventi.

Moduli Svolti:

- **Mod.1**

- Metodologia progettuale:

- Il progetto grafico pubblicitario

- Il brief: analisi e ricerca

- L'iter progettuale

- L'esecutivo per la stampa o il web

- ASL progettazione manifesto 'DIDACTA'

- Elementi base di photoshop:

- Gli strumenti

- Le selezioni

- Il salvataggio delle immagini

- Filtro fotografico

- Il fotomontaggio con 2 e 3 personaggi.

- Progettazione logo marchio e volantino e immagine coordinata per un ristorante: 'SUSHI DI CARNE'

- Progettazione del brief Food System

- Elementi di testo: crenatura, spaziatura, corpo del carattere

- **Mod. 2**

- La campagna pubblicitaria:

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

- Gli obiettivi di comunicazione
- Il target di riferimento

- Manifesto sicurezza stradale/ progettazione di una banconota
- Progettazione del brief DADA
- 1° Simulazione Esame di Stato
- Progettazione del brief GREEN SERVICE
- **Mod. 3**
- Spiegazione di una relazione di un progetto grafico.
- MKTG E MKTG MIX
- 2° Simulazione Esame di Stato
- Le campagne tattiche e strategiche
- Il Brief e la Copy Strategy
- Progettazione del brief #Spreco meno
- **Mod.4**
- **NODI CONCETTUALI :**
- **La veste grafica**
- **Gli elementi della campagna pubblicitaria nelle immagini**
- **L'importanza e il significato del marchio**
- **L'importanza dell'immagine aziendale**
- **I messaggi subliminali**
- **Il colore nella comunicazione visiva**
- **Colori a confronto.**

LABORATORIO DI TECNOLOGIE E TECNICHE DELLE COMUNICAZIONI MULTIMEDIALI

(in presenza con Tecniche Professionali dei Servizi Commerciali della Comunicazione)

Docente: Alessandro Giuliani

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.

Focus sull'impaginazione grafica, attraverso la realizzazione personalizzata di una mini-rivista di viaggi composta da due 'quartini' bianca e volta intercalati per la realizzazione di 8 pagine complessive: realizzazione del progetto cartaceo, impostazione grafica (su più colonne), pagine 'Mastro' con elementi ricorrenti e numerazione automatica, stili di paragrafo, verifica di compatibilità delle immagini pre-lavorate con i software *Photoshop* e *Illustrator*, salvataggio del file in formato pdf.

Concetto di ‘segnatura’, utile per la realizzazione di stampati librari e paralibrari: scelta del formato stampa più idoneo alla riduzione degli sfridi. Simulazioni con vari formati tradizionali e formati UNI.

Il menabò cartaceo per la corretta individuazione delle pagine: esercitazione pratica con formato pagina A3, 50 X 70 cm, 64 X 88 cm.

“Imposizione” al computer delle pagine per la stampa DIGITALE: su un foglio formato A3 orizzontale.

“Imposizione” al computer delle pagine per la stampa OFFSET: su un foglio formato macchina 50 X 70 cm e su foglio formato macchina 64 X 88 cm (bianca e volta affiancate).

Tipologie di allestimento degli stampati librari: brossura, copertina cartonata, commerciale, punto metallico, spirale, ecc.

Realizzazione di preventivi di spesa. Suddivisione dei costi in macro-ambiti: materiali, progettazione, pre-stampa, stampa e allestimento. Esercitazione pratica con il software professionale Excel.

Cenni sulla creazione di brevi filmati multimediali (software *IMovie* in ambiente Macintosh), attraverso l’utilizzo di file d’immagine, audio e video: esercitazioni pratiche sperimentando tagli, “cuciture”, dissolvenze, sovrapposizioni, inserimenti testi, musiche, ecc. (da svolgere nell’ultimo mese di scuola).

Roma, 6/05/2019

Alunni

*Prof.ssa Alessandra Del Zotto
Prof. Alessandro Giuliani*

PROGRAMMA SVOLTO DI LINGUA FRANCESE

Prof.ssa M. Nero

CLASSE 5Gcp

a.s. 2018-2019

Testo in adozione: ARGENTO GERLANDO, PRIORITAIRE 2.0, SIMONE PER LA SCUOLA

Obiettivi minimi: : comprendere testi semplici relativi alla geografia della Francia e alla grafica pubblicitaria e riferire sui relativi contenuti essenziali.

CONTENUTI DISCIPLINARI

- -°©- LA GÉOGRAPHIE DE LA FRANCE ET DE L'ITALIE.

Position, forme et limites, capitale, montagnes, fleuves, lacs, les ressources du territoire.

- -°©- LA DÉFINITION DE PUBLICITÉ, DE MARKETING, DE PROMOTION.

Le lancement d'un produit, le marketing, le e-marketing, la publicité et la promotion

- -°©- LES MOYENS DE LA COMMUNICATION PUBLICITAIRE

TRADITIONNELS ET MODERNES

La lettre commerciale, le CV et la lettre de motivation.

- -°©- LE XXe SIÈCLE
- -°©- LA BELLE ÉPOQUE
- -°©- TOULOUSE-LAUTREC ET L'AFFICHE

GLI STUDENTI

LA DOCENTE

ANNO SCOLASTICO 2018-19

PROGRAMMA DI ECONOMIA AZIENDALE SVOLTO NELLA CLASSE V gp SEZ. G

LA GESTIONE FINANZIARIA

e Il fabbisogno finanziario e le fonti di finanziamento interne ed esterne e L'analisi finanziaria

IL BILANCIO D'ESERCIZIO

La competenza economica dei costi e dei ricavi

La determinazione del risultato economico d'esercizio

Il bilancio d'esercizio: redazione del bilancio, Artt. 2423 e seguenti del Codice Civile Stato Patrimoniale, Conto Economico e Nota Integrativa (cenni)

Il bilancio in forma abbreviata

o è. ae so è.

L'ANALISI DI BILANCIO

e La finalità dell'analisi di bilancio

e La elaborazione dello Stato Patrimoniale

e L'analisi per indici: indice di composizione delle fonti e degli impieghi; indici di liquidità (current ratio, quick ratio e acid test) e indici di redditività (ROI, ROE e ROS)

LA BREAK EVEN ANALYSIS

e L'analisi dei costi e loro classificazione e La determinazione del break even point e La break even analysis

Prof. Antonio Paleschi

IIS “ Confalonieri -De Chirico” Roma
A.S. 2018/19
Programma Lingua Inglese
Classe VG cp
Docente: Maria Lo Tito

GRAMMAR:- Present Simple/Present Continuous

- Simple Past/Present Perfect
- Past Continuous/Present Perfect Continuous
- Conditionals (1° - 2° - 3°)

Programma di indirizzo

Libro di testo: NEW IN DESIGN – Technical English for Graphic Design and Advertising. Paola Gherardelli – Elisa Wiley Harrison. HOEPLI.

Fotocopie su: Marketing- advertising – the right style of market – mass market. Flyers, folders, brochure, poster (definition and structure).

Unit 12: Illustration and Design:

- Comic books and graphic novels
- Children’s books
- Tattoos

Unit 13: Audio- Visual

- Storyboard
- The making of a computer- animated film
- What it’s like to make a video

Unit 14: A look at art history

- Overview of 19th and 20th century art movements
- A look at two paintings
- How to describe an artwork

Unit 16: Online Design:

- Web design
- Mobile web design
- Social network design.

Cool facts: - About Manga

- Corneal tattoos
- Pop-up books
- Early storyboards
- Comic-Con
- All about Siggraph
- The Moma
- Eccentric artists
- Preliminary drawings
- The world of NFCs
- Some facts and figures about cell phones

Fotocopie su: -The UK: Geography and History (The Industrial Revolution – the Victorian Age -the Thatcherism)

-The USA: Geography and History (America's Industrial Revolution – Slavery – America, a nation of immigrants))

- Political systems:

- **The Uk parliamentary system**
- **The USA presidential system**
- **The main EU institutions**

Roma,

La Docente

**ISTITUTO PROFESSIONALE SERVIZI COMMERCIALI "T. CONFALONIERI" ROMA
PROGRAMMA DI TECNICHE DELLA COMUNICAZIONE E DELLE RELAZIONI**

CLASSE 5G ANNO SCOLASTICO 2018-2019

Modulo 1: | fattori interni ed esterni che influenzano le comunicazioni U.D. 1 Gli atteggiamenti specifici che determinano le relazioni

U.D.2 La motivazione e i bisogni personali e sociali

Modulo 2: La comunicazione pubblicitaria

U.D. 1: 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 3: La pianificazione strategica di una campagna pubblicitaria U.D. 1: Il codice di autodisciplina della comunicazione commerciale L'agenzia pubblicitaria

Il briefing

La copy strategy

La pianificazione dei media

Budget e media plan

La fase di verifica dei risultati

U.D.2: 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

Il depliant

Modulo 4: Le comunicazioni aziendali U.D. 1: Il linguaggio del marketing

Il concetto di marketing

La customer satisfaction

La fidelizzazione della clientela

Il web marketing

L'e-commerce

Il marketing virale Roma, 10/05/2019

L'insegnante

Stefania De Simone

Gli alunni

IIS CONFALONIERI – DE CHIRICO
Anno scolastico 2018/2019
PROGRAMMA DI MATEMATICA
ISTITUTO PROFESSIONALE

CLASSE QUINTA G

Saper classificare le funzioni.

Riconoscere le funzioni pari e dispari.

Saper determinare dominio, segno e zeri di semplici funzioni razionali fratte scomposte in fattori.

Conoscere, qualitativamente, il concetto di continuità di una funzione in un punto e in un intervallo.

Saper riconoscere le principali forme indeterminate ($\frac{0}{0}$, $\frac{\infty}{\infty}$).

Saper calcolare semplici limiti di funzioni elementari e razionali fratte scomposte in fattori.

Saper determinare le equazioni degli eventuali asintoti orizzontali, verticali e obliqui delle funzioni elementari e di funzioni razionali fratte scomposte in fattori.

Conoscere il concetto e la definizione di rapporto incrementale e la sua interpretazione geometrica.

Conoscere il concetto e la definizione di derivata e la sua interpretazione geometrica.

Conoscere le principali regole di derivazione e saperle applicare a semplici funzioni.

Saper determinare gli intervalli di crescita e decrescenza di una funzione.

Conoscere le regole per determinare massimi e minimi relativi e assoluti di una funzione e saperle applicare.

Conoscere le derivate successive.

Saper studiare il grafico una semplice funzione razionale.

OBIETTIVI MINIMI

Conoscere il concetto di funzione reale ad una variabile reale

Saper classificare le funzioni

Determinare dominio, segno e zeri di semplici funzioni razionali fratte scomposte in fattori

Conoscere le principali proprietà e i teoremi fondamentali dei limiti

Saper calcolare semplici limiti di funzioni elementari e razionali fratte scomposte in fattori

Saper riconoscere le principali forme indeterminate ($\frac{0}{0}$, $\frac{\infty}{\infty}$).

Saper calcolare semplici limiti di funzioni elementari e razionali fratte scomposte in fattori

Saper determinare le equazioni degli eventuali asintoti orizzontali e verticali delle funzioni elementari e di funzioni razionali fratte scomposte in fattori

Conoscere il concetto di rapporto incrementale e di derivata

Conoscere le principali regole di derivazione e saperle applicare a semplici funzioni

Conoscere le regole per determinare massimi e minimi relativi e assoluti di una funzione e saperle applicare

Saper studiare una semplice funzione razionale

IL DOCENTE
PROF. BRUNO ERRICO

GLI STUDENTI

PROGRAMMA DI STORIA DELL'ARTE

Anno Scolastico 2018-2019

Docente: Lucia Barba

Classe: V G cp Promozione Commerciale e Pubblicitaria

Libro di testo: Cricco Di Teodoro, Itinerario nell'arte – 3 "Dall'età dei Lumi ai giorni nostri"- versione verde edizione Zanichelli

MODULO 1 – ARTE DELL'OTTOCENTO

– U.D. 1. – Il Romanticismo

Nascita del Romanticismo in Germania, Francia, Inghilterra e Italia, caratteri generali.

C. Friederich: Viandante sul mare di nebbia; J. Constable: Il carro da fieno; W. Turner: Pioggia, vapore e velocità; T. Gericault: La zattera della Medusa; E. Delacroix: Libertà che guida il popolo; F. Hayez: Il bacio.

– U.D. 2. - L'età del Realismo

La situazione politica, sociale e culturale in Europa. Le nuove problematiche connesse alla rivoluzione industriale e all'avvento della borghesia e del proletariato. Positivismo e Realismo. La "poetica del vero".

La rivoluzione del Realismo in Francia:

G. Courbet: La realtà con uno sguardo oggettivo, la realizzazione del Salone del Realismo, L'atelier dell'artista; Un seppellimento a Ornans; Le signorine sulla riva della Senna.

Jean-Francois Millet: la dimensione epica della vita rurale, L'Angelus.

Honoré Daumier: la denuncia sociale, le vignette satiriche, Il vagone di terza classe.

Il Realismo in Italia: Il fenomeno dei Macchiaioli del Caffè Michelangelo, Fattori, Lega, Signorini.

G. Fattori: La rotonda di Palmieri; In vedetta; S. Lega: Il pergolato; Lezione di piano; T. Signorini: La sala delle agitate nell'ospizio di San Bonifacio.

– U.D. 3. - L'Impressionismo

La rivoluzione impressionista: la nascita del gruppo al Café Guerbois. La prima esposizione nel 1874 nello studio del fotografo Nadar. La Parigi della "belle époque". La rottura delle regole accademiche, la pittura "en plein air", le nuove teorie scientifiche sul colore e la tecnica impressionista.

L'invenzione del secolo: la fotografia. Conseguenze e influenze della fotografia nella pittura.

Edouard Manet: Colazione sull'erba; Olympia; Il bar delle Folies-Bergères.

Claude Monet: Impressione, sole nascente; la serie di vedute de La Cattedrale di Rouen; Lo stagno delle ninfee; Il ponte giapponese.

Pierre-Auguste Renoir: Ballo al Moulin de la Galette; Colazione dei canottieri.

Edgar Degas: La lezione di ballo; L'assenzio.

– U.D. 4. - Il Postimpressionismo

Il superamento della visione impressionista e la ricerca di nuove vie.

Il Pointillisme e il rapporto tra "arte e scienza". L'applicazione delle teorie scientifiche sui colori di Chevreul attraverso la divisione e giustapposizione del tono cromatico.

Georges Seurat: Una domenica pomeriggio all'isola della Grande Jatte; Un bagno a Asnières; Il circo.

Paul Cézanne e la pittura costruttiva: "trattare la natura secondo il cilindro, la sfera, il cono". I giocatori di carte; Le grandi bagnanti; La montagna di Sainte-Victoire.

Paul Gauguin: la visione antinaturalistica, il sintetismo e il "cloisonnisme". Il Cristo giallo; Due donne a Tahiti.

Vincent Van Gogh: la poetica pre-espressionista. I mangiatori di patate; Autoritratto con orecchio bendato; Strada con cipresso e stella; Notte stellata; Campo di grano con volo di corvi.

H. de Toulouse-Lautrec, Ritratto di Vincent Van Gogh; Al Moulin Rouge; il Manifesto del Moulin Rouge-La Goulue.

Divisionismo in Italia: G. Previati, Maternità; G. Segantini, Le due madri; Pellizza Da Volpedo, Mammine, Il quarto Stato.

– U.D. 5. – L'Art Nouveau

L'Europa tra Ottocento e Novecento. I presupposti dell'Art Nouveau: la rivalutazione dell'artigianato e la collaborazione tra artisti e artigiani.

L'Art Nouveau nella grafica, tessuti, vetri, arredamento, oreficeria, moda, ecc.

La Secessione viennese, Gustav Klimt: oro, linea e colore. Ritratto di Adele Bloch-Bauer; Giuditta; Il bacio; Le tre età della donna; Danae.

Il Modernismo catalano di Antoni Gaudì: Casa Batllò; Parco Guell; Casa Milà; Sagrada Família.

MODULO 2 – L'ARTE DEL NOVECENTO

– U.D. 1. Le avanguardie storiche

Contesto storico e politico del primo Novecento.

La nascita delle Avanguardie storiche. La situazione sociale, la posizione dell'artista, la ricerca di nuovi linguaggi, l'enunciazione di teorie e programmi attraverso i manifesti.

- U.D. 2. L'Espressionismo

L'Espressionismo francese: I Fauves: il colore sbattuto in faccia.

Henri Matisse: Gioia di vivere; Donna con cappello; La stanza rossa; La danza.

L'Espressionismo tedesco: il gruppo Die Brücke, Ludwig Kirchner, Erich Heckel, Emil Nolde.

Ludwig Kirchner: Marcella; Postdamer Platz; Cinque donne in strada.

Cinema espressionista: Metropolis di F. Lang; Il gabinetto del dottor Caligari di R. Wiene.

- U.D. 3. Il Cubismo

La scomposizione dell'oggetto e dello spazio; la "quarta dimensione". Il protocubismo, il cubismo analitico e il cubismo sintetico. Le tecniche dei papiers collés e dei collages.

Georges Braque: Casa a l'Estaque; Bottiglie e pesci; Violino e brocca; Le quotidien, violino e pipa.

Pablo Picasso: Poveri in riva al mare; Famiglia di Saltimbanchi; Les demoiselles d'Avignon; Ritratto di Ambroise Vollard; Natura morta con sedia impagliata; Pipa, bicchiere, bottiglia di Vieux Marc; Il flauto di Pan; Guernica.

- U.D. 4. Il Futurismo: la rappresentazione del movimento

L'estetica futurista attraverso lettura del Manifesto del Futurismo (1909), di F.T. Marinetti e Manifesto Tecnico della Pittura Futurista (1910).

Umberto Boccioni: Il mattino; La città che sale; Forme uniche della continuità nello spazio.

Giacomo Balla: Dinamismo di un cane al guinzaglio; Le mani del violinista.

Secondo Futurismo: l'Aeropittura e Gerardo Dottori: Il via, tratto dal Trittico della velocità.

Terzo Futurismo: l'architettura Futurista di Antonio Sant'Elia.

Fortunato Depero: Casa d'Arte Futurista e le pubblicità per la Campari.

- U.D. 5. Il Dadaismo

L'arte irriverente. L'ANTIARTE. Il movimento si opponeva alla civiltà contemporanea in tutti i suoi aspetti per svelarne le contraddizioni.

Hugo Ball e il Cabaret Voltaire a Zurigo nel 1916. Tristan Tzara e il Manifesto Dadà del 1918.

Marcel Duchamp e i Ready-made: Nudo che scende le scale; L.H.O.O.Q. La Gioconda con i baffi; Fontana; Ruota di bicicletta.

Man Ray: Cadeau, Tears; Le violon de Ingres.

- U.D. 6. Il Surrealismo

L'arte che dà voce alla fantasia, al sogno e all'inconscio.

André Breton e il Manifesto Surrealista del 1924.

I legami tra la psicanalisi freudiana e il Surrealismo.

Max Ernst: L'occhio del silenzio; La vestizione della sposa.

Salvador Dalí: Nascita dei desideri liquidi; La persistenza della memoria; Giraffa in fiamme; Sogno causato dal volo di un ape....

René Magritte: Golconde; Il figlio dell'uomo; Il tempo trafitto; La chiave del campo.

Joan Miró: Il cacciatore.

Cinema surrealista: Il cane andaluso (Un chien andalou) di L. Bunuel e S. Dalí; Destino di S. Dalí e W. Disney

- U.D. 7. La Metafisica

Oltre il mondo naturale, ciò che si nasconde dietro l'apparenza.

Giorgio De Chirico: Mistero e malinconia di una strada o Fanciulla con il cerchio; Le muse inquietanti; Il canto d'amore; Il cattivo genio di un re; Nostalgia dell'infinito.

Carlo Carrà: Il cavaliere dallo spirito occidentale; La musa Metafisica.

Alberto Savinio: L'isola di giocattoli; L'Annunciazione; La sposa fedele.

- U.D. 8. l'Astrattismo: Il superamento dell'oggetto, tra astrazione e geometria

La nascita del Cavaliere Azzurro (Der Blaue Reiter).

Il colore come la musica nell'opera di Vassilij Kandinskij: Lo spirituale dell'arte; Acquerello astratto, Studio per composizione II.

Il Neoplasticismo (De Stijl) di Mondrian e Klee.

Piet Mondrian: L'albero rosso (serie); Composizione con piano rosso, giallo, blu e grigio.

Paul Klee: Monumento del paese fertile; Strade principali e strade secondarie.

Uscita didattica del 18 febbraio 2019: visita alla mostra di Andy Warhol al Complesso del Vittoriano.

Roma 03/06/2019
Gli alunni

Il docente
Prof.ssa Lucia Barba

Allegato D

Nodi concettuali:

Futurismo (Italiano, Storia, tec. Professionali).

Il guerra mondiale (Storia, italiano, tec. Professionale).

Il Marketing e la pubblicità (economia aziendale, tec. professionali, inglese)

L'importanza del marchio (italiano, storia, ec. Aziendale, matematica)

Simmetria, asimmetria ed equilibrio, nel linguaggio visivo, nel corpo umano
(Matematica, tec.della comunicazione, scienze motorie)

L'importanza dell'identità aziendale (ec.Aziendale, storia, inglese, italiano,
tec.professionali).

Cittadinanza e Costituzione:

Dallo Statuto Albertino alla Costituzione Italiana - Struttura della Costituzione

Struttura e organizzazione della Repubblica Italiana: gli Organi dello Stato

Struttura e organizzazione della Repubblica Francese (confronto con l'Italia)

Nascita, valori e Istituzioni dell'Unione Europea

Il sistema politico del Regno Unito

Il sistema politico negli Stati Uniti

Strategia di Lisbona (2000)

Cittadinanza attiva e pari opportunità: il ruolo della donna nei manifesti pubblicitari dalle
origini alla contemporaneità

Competenze chiave per l'apprendimento permanente (Raccomandazione del Parlamento
Europeo e del Consiglio dell'Unione Europea del 2006)

La Raccomandazione del Consiglio dell'Unione Europea sulle competenze chiave per
l'apprendimento permanente - 22 maggio 2018

La competenza digitale (nella comunicazione e nella creazione di contenuti digitali)

La competenza imprenditoriale

Lo stato sociale e il principio di solidarietà contributiva

