

PROGETTAZIONE DIPARTIMENTALE 2013- 2014

La nostra scuola è dotata di Dipartimenti Disciplinari intesi come articolazioni funzionali del Collegio dei Docenti per il sostegno alla didattica e alla progettazione formativa.

L'organigramma di quest'anno è il seguente:

TRE ORDINAMENTI						
CINQUE DIPARTIMENTI						
ISTRUZIONE PROFESSIONALE			TECNICO DELLA GRAFICA		LICEO	
SERVIZI COMMERCIALI L. BONELLI	GRAFICO G. FALANGOLA		P. VINCENZONI		ARTISTICO M. RABAGLI	MUSICALE G. MAZZI

I dipartimenti, così strutturati, redigono la progettazione dipartimentale intesa come strumento per rispondere alle esigenze degli studenti, del contesto socio-culturale e ai fabbisogni del territorio e del mondo del lavoro e delle professioni.

DIPARTIMENTO ISTRUZIONE PROFESSIONALE INDIRIZZO GRAFICO

FINALITÀ:

Caratterizzazione della identità dell' indirizzo attraverso i seguenti obiettivi:

<p>Individuazione delle linee generali per la trasversalità.</p>	<p>Azioni (individuazione dei nodi comuni tra le discipline)</p> <p>Approccio didattico per problemi.</p> <p>Potremmo supporre come location simulata l'Azienda di produzione, trattando e trovando connessioni con i punti 1-6 di cui al punto E).</p> <p>Si propongono alcune possibili trasversalità:</p> <ol style="list-style-type: none">1) EDITORIA – Editoria e multimedialità: (Lingua Italiana, Inglese, seconda lingua straniera, Storia, Informatica, Tecniche Professionali, Diritto, Storia dell'Arte).2) PACKAGING / STAND – Realizzazione grafica di involucri e allestimenti per fiere settoriali. (Inglese, seconda lingua straniera, Tecniche Professionali, Tecniche di comunicazione, Fisica, Matematica).3) VIDEO – Progettazione e realizzazione di uno spot pubblicitario. (Economia aziendale, Lingua italiana, Tecniche di comunicazione, Tecniche Professionali).4) FOTOGRAFIA – Organizzazione e realizzazione di fotografie in studio. (Tecniche Professionali, Tecniche di comunicazione, Inglese, Chimica)
--	---

	<p>5) PIANIFICAZIONE – Sviluppo di una campagna pubblicitaria, funzionamento della relativa agenzia. (Diritto, Lingua italiana, Matematica, Tecniche di comunicazione, Economia aziendale, Tecniche Professionali).</p> <p>6) TECNOLOGIE – Utilizzo di programmi utili alla grafica e alla fotografia. (Biologia, Tecniche Professionali, Informatica)</p>
<p>Analisi del territorio per individuare i bisogni.</p> <p>Il contatto con il territorio è senza dubbio il primo referente per cogliere opportunità di collaborazione e crescita sinergica. Il momento attuale di recessione non consente un’analisi dei bisogni che trovi risposte di impiego soddisfacenti sul territorio sia provinciale, regionale che nazionale.</p> <p>Il diploma del Professionale Grafico (Indirizzo “Servizi Commerciali” Opzione “Promozione Commerciale e Pubblicitaria”) ottempera alle richieste costruttive di realizzazione di progetti e prodotti di comunicazione per aziende di ogni tipo.</p> <p>Partendo dall’immagine coordinata fino alla costruzione di un sito web, utilizzando gli idonei linguaggi e usando gli strumenti necessari per una comunicazione efficace, funzionale allo sviluppo di una campagna pubblicitaria.</p> <p>Per questo attenziona la propria professionalità a ogni settore privato e pubblico che necessitano di un rapporto freelance delle suddette competenze.</p> <p>Queste possono essere messe per estensione in rapporto anche in settori dove la comunicazione nella sua espressione mediatica</p>	<p>Azioni :</p> <p>Fonti possibili: - Associazioni di categoria - Camera di commercio - Associazioni industriali - Istituzioni / Amministrazioni</p> <p>Monitoraggio del contesto attuale:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Rischio di una saturazione professionale 2) Basso profilo istituzionale del momento 3) Mediocre situazione produttivo – industriale 4) Crisi dell’associazionismo 5) Crescita vocazionale del territorio 6) Distanza dai centri / delocalizzazione <p>Eventuali sviluppi economici</p> <p>5) Crescita vocazionale del territorio</p> <p>Canali di sviluppo del territorio:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Comunicazione per produzioni tipiche (agroalimentare – artigianato – allevamento) ▪ Comunicazione delle peculiarità (ospitalità – ristorazione – turismo – cultura) <p>Canali di sviluppo generali:</p>

<p>pubblicitaria possa essere richiesta.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Applicazioni in ambito di: - Social network <ul style="list-style-type: none"> - Attività commerciale in rete - Comunicazione integrata - Analisi statistiche per il marketing - Editoria e newmedia
<p>Costruzione di percorsi di insegnamento/ apprendimento in contesti reali (alternanza scuola lavoro). Collaborazione con il comitato tecnico scientifico.</p>	<p>Azioni</p> <p>La progettualità degli ambiti (nelle programmazioni) e del percorso di alternanza è condivisa all'interno del Consiglio di classe, il quale si confronta individuando ogni possibile trasversalità e attraverso le "commesse esterne" o altro (concorsi e progetti), avendo come finalità la Competenza assunta nel corrispondente anno di percorso scolastico, costruisce percorsi di insegnamento/apprendimento in contesti reali.</p>
<p>Individuazione delle linee guida e proposte per la formazione docente (didattica laboratoriale, metodologie alternative , ecc.)</p>	<p>Azioni</p> <p>Proposte per la formazione docente:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aggiornamento finalizzato alla Didattica laboratoriale - Aggiornamento verso i software relativi alla multimedialità (siti web, video: ripresa e montaggio)
<p>Sintesi dei punti caratterizzanti il proprio indirizzo per fornire una fotografia di quello che si è, e di cosa facciamo</p>	<p>Vedi schede allegate</p>
<p>Pianificazione delle operazioni Esami integrativi</p>	<p>(per tutte le classi: individuare quali sono le materie di indirizzo da integrare per gli alunni provenienti da altre Istituzioni scolastiche e che vogliono passare nel nostro Istituto).</p> <p>Da qui a maggio</p>