



UNIONE EUROPEA

FONDI STRUTTURALI EUROPEI **pon** 2014-2020

PER LA SCUOLA - COMPETENZE E AMBIENTI PER L'APPRENDIMENTO (FSE-FESR)



Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca
Dipartimento per la Programmazione
Direzione Generale per interventi in materia di edilizia scolastica, per la gestione dei fondi strutturali per l'istruzione e per l'innovazione digitale
Ufficio IV

PROGRAMMA SVOLTO:

ANNO SCOLASTICO: 2016/2017 MATERIA: tec. Professionale (grafica Pubblicitaria)

INSEGNANTE: Caprino Angela CLASSE: 3C

CONTENUTI:

II marchio e il logotipo. Le caratteristiche di un marchio. La necessita di elaborare un "iter progettuale", per la sua progettazione.

- Restyling di un marchio
- produzione ex novo di due marchi coordinati per l'istituto Nino Bergese di Genova e per l'Officina Bergese (corso attivo presso la stessa scuola)

Creazione del messaggio pubblicitario Gli elementi costitutivi di un annuncio pubblicitario, Analisi compositiva di un annuncio pubblicitario, Progettazione di un messaggio pubblicitario, Le forze e le tensioni visive II visual La headline, il bodycopy, il payoff.

- Creazione di un modellino che rappresentasse "il ciclista Olmo"
- Ripresa fotografica del modellino
- progettazione di un manifesto, di un poster ed una locandina che pubblicizzasse il posizionamento della scultura del "ciclista Olmo" di Albissola Marina

Computergrafica di base *Tempi: in base ed esigenze classe.*

Software per il disegno vettoriale e Software per l'impaginazione editoriale

Conoscere le funzioni base dei programmi, le diverse fasi operative per realizzare un disegno al computer e per l'impaginazione.

Composizione di formati editoriali

- libro interattivo
- copertina e book personale

Progetto adottato dalla scuola con il comune: (portato avanti da piccoli gruppi)

- Mascotte "il chinotto di Savona"

concorso per la creazione di un manifesto: (portato avanti da un gruppo di allievi)

- "Ciao Pinocchio"

Pianificazione pubblicitaria

Il marketing

Definizione di marketing

Il marketing mix

L'evoluzione del marketing

Il marketing mix: il prodotto

Il ciclo di vita del prodotto

Il marketing mix: il prezzo

Il prezzo e i problemi di "pricing"

Le politiche di prezzo
Il prezzo nella new economy
La distribuzione
La comunicazione pubblicitaria
Componente razionale e componente emotiva
La comunicazione pubblicitaria: le funzioni del messaggio
La comunicazione pubblicitaria: l'attenzione selettiva
La comunicazione pubblicitaria: l'adisonanza cognitiva
Il posizionamento
Il demarketing
Marketing e new economy

Savona 5 giugno 2017

Caprino Angela

firma allievi
