

FORMAT

DELL' UNITÀ DI APPRENDIMENTO

Comprendente:

UDA
CONSEGNA AGLI STUDENTI
PIANO DI LAVORO
SCHEMA RELAZIONE INDIVIDUALE

UDA

UNITA' DI APPRENDIMENTO	
Denominazione	"IL MONDO NELLA PUBBLICITA'"
Compito significativo e prodotti	Realizzazione di alcuni manifesti pubblicitari per sponsorizzare alcuni dei prodotti inventati dagli alunni.
Competenze chiave e relative competenze specifiche	Evidenze osservabili
Comunicazione nella madre lingua <ul style="list-style-type: none">	Interagisce in modo efficace in diverse situazioni comunicative, rispettando gli interlocutori e le regole della conversazione. Ascolta e comprende vari tipi di testi. Scrive correttamente i testi, adeguati a situazione e argomento. Utilizza il lessico specifico. Legge rispettando le intonazioni e le pause.
Consapevolezza ed espressione culturale (Arte e immagine) <ul style="list-style-type: none">Esprimersi e comunicare Osservare e leggere le immagini	Utilizza tecniche, codici ed elementi del linguaggio visuale per elaborare immagini originali e rappresentative per l'attività promozionale. Applica correttamente i codici di impaginazione pubblicitaria. Sceglie nella scala cromatica più adatta in funzione della finalità comunicativa ed espressiva richiesta. Osserva elementi della realtà e ne riconosce gli elementi costitutivi fondamentali. Descrive con linguaggio appropriato il proprio elaborato artistico, presenta le scelte tecniche ed espressive intraprese e le sa motivare.
Competenze sociali e civiche <ul style="list-style-type: none">Apportare il proprio contributo positivo e originalePartecipare all'attività di gruppo confrontandosi con gli altri e valutando le varie proposteEsprimere il proprio punto di vista, confrontandolo con i compagniMettere in atto comportamenti di autocontrollo	Assume comportamenti rispettosi di sé e degli altri. Aspetta il proprio turno prima di parlare e ascolta prima di chiedere. Partecipa attivamente alle attività proposte rispettando opinioni ed esigenze altrui, senza escludere alcuno.

UNITA' DI APPRENDIMENTO	
<i>Abilità</i> (in ogni riga gruppi di abilità riferite ad una singola competenza)	<i>Conoscenze</i> (in ogni riga gruppi di conoscenze riferiti ad una singola competenza)
Comunicazione nella madre lingua <ul style="list-style-type: none"> • Comprendere il tema affrontato e le informazioni date • Formulare domande precise e pertinenti • Comprendere consegne e istruzioni per l'esecuzione delle attività • Realizzare testi pertinenti alla consegna data 	<ul style="list-style-type: none"> • Lessico fondamentale per la gestione di semplici comunicazioni orali in contesti formali e informali • Codici fondamentali della comunicazione orale • Le regole della conversazione (modalità di intervento, turnazione, rispetto dei tempi, pertinenza) • Lessico adeguato all'età • Tecniche di lettura espressiva • Strutture essenziali del testo narrativo: la fiaba • Elementi strutturali di un testo scritto coerente e coeso • Regole ortografiche • Strategie di scrittura adeguate al testo da produrre
Arte e immagine <ul style="list-style-type: none"> • Descrivere con un linguaggio grafico elementi della realtà (paesaggio, oggetti, animali ecc.) • Applicare correttamente la tecnica esecutiva proposta e utilizzare i diversi strumenti con proprietà per realizzare lavori grafico-pittorici. • Sviluppare le capacità immaginative ed espressive attraverso l'interpretazione personale dei soggetti proposti. • Osservare elementi della realtà (paesaggio, oggetti, animali ecc.). • Conoscere i codici visivi: il linguaggio visuale e i suoi codici, ossia punto, linea, superficie, colore, spazio, simmetria e asimmetria, composizione. • Conoscere il significato dei termini specifici e utilizzarli in modo pertinente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Elementi fondamentali del linguaggio visuale (il segno, il punto, la linea, pattern, texture e superfici, le forme, il colore, la composizione). • Tecniche, temi, generi e soggetti (il paesaggio, gli alberi, gli animali, le persone). • I codici del linguaggio visivo
Competenze sociali e civiche <ul style="list-style-type: none"> • Rispettare le regole del vivere in comune • Esprimere il proprio punto di vista confrontandolo con i compagni • Partecipare all'attività di gruppo confrontandosi con gli altri • Controllare le proprie emozioni di fronte a contrarietà, frustrazioni, insuccessi, adottando modalità assertive di comunicazione 	<ul style="list-style-type: none"> • Aspetta il proprio turno prima di parlare; ascolta prima di chiedere • In un gruppo fa proposte che tengano conto anche delle opinioni ed esigenze altrui • Partecipa attivamente alle attività formali e non formali, senza escludere alcuno dalla conversazione o dalle attività • Assume comportamenti rispettosi di sé, degli altri e dell'ambiente
Imparare ad imparare <ul style="list-style-type: none"> • Ricercare informazioni da fonti diverse e trasferirle in altri contesti • Individuare collegamenti tra informazioni reperite • Utilizzare le informazioni possedute per risolvere problemi d'esperienza, anche generalizzando • Organizzare le informazioni individuando il materiale occorrente ai compiti da svolgere 	<p>Utilizza metodologie di ricerca dell'informazione (motori di ricerca, testi).</p> <p>Utilizza metodologie e strumenti di organizzazione delle informazioni: sintesi, mappe concettuali, immagini.</p> <p>Gestisce le varie fasi di lavoro nel rispetto dei tempi di consegna del compito assegnato.</p>

UNITA' DI APPRENDIMENTO	
Utenti destinatari	Alunni della classe 2^B della scuola secondaria di primo grado
Prerequisiti	<i>Saper leggere, comprendere, interpretare e produrre testi di vario tipo</i> Conoscenza del linguaggio visuale e delle funzioni della pubblicità Conoscenza della metodologia necessaria alla produzione di uno spot sotto il profilo linguistico e visivo
Fasi di applicazione	<ol style="list-style-type: none"> 1. La conoscenza della storia della pubblicità; Analisi delle funzioni pubblicitarie 2. Mini approfondimento del linguaggio poetico nella pubblicità 3. Persuasione e pubblicità: conoscenza degli aspetti psicologici che sottendono il mondo pubblicitario 4. Conoscenza della metodologia necessaria alla produzione di uno spot sotto il profilo linguistico e visivo 5. La pubblicità e la sua struttura: visione di alcune pubblicità famose 6. Data una tecnica linguistica pubblicitaria su un particolare prodotto, ideazione di esempi individuali 7. Per gruppi creazione di alcune pubblicità su supporto cartaceo.
Tempi	2° quadrimestre: Italiano: 7 ore. Arte e immagine: 6 ore.
Esperienze attivate	Visione e analisi di alcune pubblicità per rilevarne le caratteristiche lessicali, strutturali e organizzative. Analisi di alcuni messaggi dei mass-media per rilevarne i messaggi sottesi dal punto di vista psicologico. Attivazione della consapevolezza del profondo legame tra il linguaggio pubblicitario, le immagini e gli aspetti persuasivi che vi sono collegati. Ricerca dei codici visivi che meglio rappresentano il messaggio. Produzione di alcune pubblicità.

UNITA' DI APPRENDIMENTO

Metodologia	<p>Il docente di italiano: Lezione frontale sui principi della pubblicità: aspetti linguistici, poetici, culturali e psicologici. Analisi di alcune pubblicità famose dal punto di vista linguistico, a partire da tecniche differenti (poetiche, giochi di parole etc.) Analisi strutturale di alcune pubblicità, rispetto alla struttura del linguaggio e alla sua relazione con l'immagine. Esempi individuali sulla base di alcune tecniche linguistiche date. Divisione della classe in gruppi per la creazione di un testo pubblicitario basato su un prodotto inventato dagli alunni stessi. Realizzazione di proposte individuali, confronto e scelta del testo pubblicitario da realizzare all'interno di ogni singolo gruppo.</p> <p>Docente di arte e immagine: Introduzione del tema grafico pubblicitario Introduzione dei codici visivi specifici della pubblicità e significati intrinseci Brainstorming Attività di ricerca di gruppo Elaborazione delle prime idee sulla base di alcuni spunti analitici (prodotto da pubblicizzare, strumenti) Realizzazione della propria proposta (lavoro individuale) e confronto dei diversi bozzetti tra gli appartenenti ad un gruppo e scelta del bozzetto da sviluppare nel cartellone pubblicitario; Assegnazione del lavoro ad ogni alunno: una parte da concretizzare; Realizzazione del cartellone pubblicitario con l'assemblaggio delle diverse parti realizzate individualmente.</p>
Risorse umane interne esterne	<p>Interne: Docenti di italiano e di arte e immagine.</p>
Strumenti	<p>Libri di testo e non Libri raccolta di pubblicità cartacee LIM Materiali vari in base alla tecnica scelta per realizzare il cartellone pubblicitario (es: cartoncini, cartone, carte colorate con acquerelli e tempere, colla, forbici etc.)</p>
Valutazione	<p>Conoscenza dei contenuti presentati Impegno e partecipazione nel lavoro di gruppo Capacità di ascolto Capacità di elaborare immagini sintetiche e coerenti con il tema scelto Rispetto della procedura e delle fasi operative Autonomia e precisione dalla fase pratica Creatività e originalità nella produzione del messaggio pubblicitario e della realizzazione del manifesto Accuratezza del lavoro svolto</p>

LA CONSEGNA AGLI STUDENTI

Per "consegna" si intende il documento che l'équipe dei docenti/formatori presenta agli studenti, sulla base del quale essi si attivano realizzando il prodotto nei tempi e nei modi definiti, tenendo presente anche i criteri di valutazione.

1^ nota: il linguaggio deve essere accessibile, comprensibile, semplice e concreto.

2^ nota: l'Uda prevede dei compiti/problema che per certi versi sono "oltre misura" ovvero richiedono agli studenti competenze e loro articolazioni (conoscenze, abilità, capacità) che ancora non possiedono, ma che possono acquisire autonomamente. Ciò in forza della potenzialità del metodo laboratoriale che porta alla scoperta ed alla conquista personale del sapere.

3^ nota: l'Uda mette in moto processi di apprendimento che non debbono solo rifluire nel "prodotto", ma fornire spunti ed agganci per una ripresa dei contenuti attraverso la riflessione, l'esposizione, il consolidamento di quanto appreso.

CONSEGNA AGLI STUDENTI

Titolo Uda:

IL MONDO DENTRO LA PUBBLICITA'

Cosa si chiede di fare

Realizzare uno slogan pubblicitario per un prodotto di fantasia.

Realizzare un manifesto pubblicitario.

In che modo (singoli, gruppi)

Per italiano la classe viene divisa in cinque gruppi.

Per Arte e immagine la progettazione e la realizzazione del prodotto finale è in gruppo dopo aver analizzato e discusso le proposte individuali-

Quali prodotti

Ogni alunno dovrà produrre una proposta pubblicitaria.

Ogni gruppo elaborerà un manifesto pubblicitario che comunichi il messaggio con i codici visivi più corretti.

Che senso ha (a cosa serve, per quali apprendimenti)

-Imparare a lavorare assieme, a ragionare con la propria testa, a fare delle scelte consapevoli, riconoscendo negli altri il valore che ognuno può portare al gruppo.

-Condividere idee e opinioni, collaborare a un fine comune.

-Stimolare la creatività.

Tempi

Aprile, maggio e giugno 2019.

Risorse (strumenti, consulenze, opportunità).

Libri di testo e non, proiezione di immagini, strumenti del laboratorio artistico.

Criteri di valutazione

Autovalutazione sull'utilità del lavoro e su quanto costante è stato l'impegno. Verranno valutati i testi scritti dal punto di vista formale e contenutistico), le illustrazioni (utilizzo di tecniche e creatività artistica), la lettura espressiva e la capacità di collaborare con i compagni e di risolvere i problemi che potrebbero emergere.

Capacità di elaborare immagini sintetiche utilizzando i codici visivi in modo efficace; uso corretto degli strumenti per la realizzazione di bozzetti; autonomia, responsabilità e capacità collaborativa nelle varie fasi operative, attinenza e completezza della presentazione nell'accostamento di colori, testi e immagini.

PIANO DI LAVORO UDA

UNITA DI APPRENDIMENTO:
Coordinatrice: Giraldo Paola
Collaboratori: Paccagnella Sandra

PIANO DI LAVORO UDA SPECIFICAZIONE DELLE FASI

- 1 La conoscenza della storia della pubblicità; Analisi delle funzioni pubblicitarie .
- 2 Mini approfondimento del linguaggio poetico nella pubblicità.
- 3 Persuasione e pubblicità: conoscenza degli aspetti psicologici che sottendono il mondo pubblicitario .
- 4 Conoscenza della metodologia necessaria alla produzione di uno spot sotto il profilo linguistico e visivo .
- 5 La pubblicità e la sua struttura: visione di alcune pubblicità famose.
- 6 Data una tecnica linguistica pubblicitaria su un particolare prodotto, ideazione di esempi individuali .
- 7 Per gruppi creazione di alcune pubblicità su supporto cartaceo.

Fasi/Titolo	Che cosa fanno gli studenti	Che cosa fa il docente/docenti	Esiti/Prodotti intermedi	Tempi	Evidenze per la valutazione	Strumenti per la verifica/valutazione
1 Attivazione dei saperi Docente di italiano e di arte e immagine	Gli obiettivi della pubblicità: Breve storia della pubblicità Analisi delle relazioni tra pubblicità e mass-media Legame tra prodotto, destinatario e linguaggio pubblicitario. Analisi delle funzioni comunicative e dei codici della pubblicità su supporto cartaceo	Lezione frontale Lezione interattiva Sollecita a produrre degli esempi a partire da alcune tecniche linguistiche Evidenzia le caratteristiche del linguaggio visivo legato al messaggio comunicativo	Raccolta delle informazioni inerenti la storia della pubblicità e le sue funzioni. Realizzazione di schemi di sintesi. Acquisizione delle conoscenze di base del linguaggio pubblicitario. E i codici di comunicazione	Docente di italiano (3h). Docente di arte e immagine (1h).	Riconosce gli elementi della comunicazione pubblicitaria. Valuta l'efficacia persuasiva del linguaggio pubblicitario in base ai consumatori destinatari.	Conoscenza della storia, dell'evoluzione e della struttura del linguaggio pubblicitario.
2 Laboratoriale Docente di italiano	Analisi collettiva e interattiva di alcune pubblicità cartacee. Date alcune tecniche linguistiche, ideazione di esempi individuali e relativo confronto. Divisione in gruppi per l'invenzione di un prodotto, di un marchio e la creazione di un testo pubblicitario.	Inventa spot che rispettino alcune tecniche narrative. Guida alla creazione di esempi individuali. Supervisiona il lavoro di gruppo e le competenze sociali di ciascuno. Supervisiona la creazione del prodotto pubblicitario dal punto di vista linguistico.	Esempi individuali basati su specifiche tecniche linguistiche pubblicitarie. Creazione di testi pubblicitari.	Docente di italiano (4h).	Interagisce in modo efficace in diverse situazioni comunicative, rispettando gli interlocutori e le regole della conversazione. Crea un testo pubblicitario efficace sotto tutti i punti di vista. Utilizza un lessico persuasivo.	Verifica dell'efficacia comunicativa del prodotto pubblicitario. Verifica delle capacità di riconoscere le implicazioni psicologiche sottese al linguaggio pubblicitario realizzato. Accuratezza del lavoro svolto.

<p>3 Elaborazione delle prime idee</p> <p>Docente di arte e immagine</p>	<p>Elaborano le prime idee sulla base di alcuni spunti analitici (prodotto, strumenti, materie prime ecc.).</p>	<p>Fornisce il metodo progettuale basato su spunti analitici (definizione di prodotto, strumenti, materie prime ecc.) per elaborare un'immagine efficace.</p>	<p>Bozzetto su carta della prima idea (lavoro individuale).</p>	<p>Docente di arte e immagine (1 h)</p>	<p>L'alunno completa la tavola con schizzi e appunti.</p>	<p>Uso adeguato della procedura suggerita (metodo progettuale) e degli strumenti tecnici (squadra, matita ecc.), precisione nell'esecuzione e creatività.</p>
<p>4 Realizzazione di una pubblicità</p>	<p>Gli alunni si confrontano riconoscendo pregi e difetti di ogni elaborato individuale, cogliendo gli aspetti più significativi di ognuno.</p> <p>Gli studenti individuano e concordano quante e quali parti realizzare graficamente per la rappresentazione finale. Assegnano ad ognuno una parte da realizzare.</p> <p>Gli studenti realizzano il manifesto conclusivo assemblando le parti curandone la composizione.</p> <p>In gruppo gli alunni presentano i propri elaborati evidenziando e motivando le scelte tecniche ed espressive.</p>	<p>L'insegnante gestisce, da esterno, le dinamiche di gruppo e dirime eventuali criticità</p> <p>Ricorda le caratteristiche più significative dell'aspetto grafico e fornisce istruzioni.</p> <p>L'insegnante guida gli alunni nella definizione condivisa delle scene da rappresentare.</p> <p>L'insegnante di arte e immagine ascolta la presentazione e analizza gli elaborati proposti anche in funzione del processo creativo intrapreso dal gruppo.</p>	<p>Confronto e discussione collettiva con successiva decisione comune sulle scelte.</p> <p>Supervisiona i lavori osservandone modalità di lavoro in gruppo.</p> <p>Confronto e discussione collettiva.</p> <p>Prodotto finale: manifesto pubblicitario.</p>	<p>Docente di arte e immagine (1 h).</p> <p>Docente di arte e immagine (1 h).</p> <p>Docente di arte e immagine (1h e 1/2).</p> <p>Docente di arte e immagine (1/2 ora).</p>	<p>Interazione con compagni ed insegnante sugli argomenti trattati.</p> <p>Ogni alunno formula proposte personali interagendo efficacemente con i compagni di gruppo.</p> <p>Prodotto finale</p> <p>Esposizione orale dell'elaborato con lessico specifico</p>	<p>Valutazione informale</p> <p>Valutazione informale</p> <p>Valutazione informale</p> <p>Valutazione del prodotto Griglia con indicatori (creatività e originalità, uso delle regole del codice visivo, uso delle tecniche, uso di lessico specifico etc.).</p>

PIANO DI LAVORO UDA
DIAGRAMMA DI GANTT

Tempi						
Fasi	marzo	aprile	Maggio	giugno		
1						
2						
3						
4						

**SCHEMA DELLA RELAZIONE INDIVIDUALE
dello studente**

RELAZIONE INDIVIDUALE
<p>Descrivi il percorso generale dell'attività</p> <p>Indica come avete svolto il compito e cosa hai fatto tu</p> <p>Indica quali crisi hai dovuto affrontare e come le hai risolte</p> <p>Che cosa hai imparato da questa unità di apprendimento</p> <p>Cosa devi ancora imparare</p> <p>Come valuti il lavoro da te svolto</p>

VALUTAZIONE DEL PRODOTTO

Competenza chiave: MADRE LINGUA

Competenze specifiche:

- Rielaborazione di un testo scritto in relazione ad un preciso scopo comunicativo.
- Leggere in modo espressivo.

Criteri /Evidenze	Livelli di padronanza			
	Avanzato (A)	Intermedio (B)	Base (C)	Iniziale (D)
Rielabora testi scritti utilizzando l'accostamento dei linguaggi verbali con quelli iconici.	L'alunno/a rielabora un testo scritto (fiaba), utilizzando con originalità, creatività ed efficacia comunicativa l'accostamento di linguaggi verbali con quelli iconici.	L'alunno/a produce un testo scritto (fiaba) utilizzando con efficacia comunicativa l'accostamento di linguaggi verbali con quelli iconici.	L'alunno/a rielabora un testo scritto (fiaba), utilizzando con sufficiente chiarezza comunicativa l'accostamento di linguaggi verbali ed iconici.	L'alunno/a produce un semplice testo scritto (fiaba), utilizzando con sufficiente chiarezza comunicativa i linguaggi verbali e quelli iconici.
Leggere ad alta voce in modo espressivo, usando le intonazioni necessarie a	L'alunno legge in modo molto espressivo, sapendo rispettare tutte le pause e le intonazioni del testo e sapendo essere particolarmente efficace nella resa dei suoni onomatopeici.	L'alunno legge in modo abbastanza espressivo, riconoscendo quasi tutte le intonazioni e pause testuali.	L'alunno legge in modo espressivo ma non sempre rispetta le intonazioni e le pause testuali.	L'alunno legge il testo, ma rispetta le intonazioni e le pause solo di rado, così da renderne l'espressività solo di rado.

VALUTAZIONE DEL PRODOTTO

Competenza chiave: CONSAPEVOLEZZA ED ESPRESSIONE ARTISTICA (Arte e immagine)

Competenze specifiche:

- Esprimersi e comunicare.
- Osservare e leggere le immagini.

Criteri /Evidenze	Livelli di padronanza			
	Avanzato (A)	Intermedio (B)	Base (C)	Iniziale (D)
Realizza elaborati personali e creativi applicando le regole del linguaggio visivo scegliendo in modo funzionale tecniche e materiali.	Produce in modo consapevole e creativo messaggi visivi molto originali. Conosce e padroneggia strumenti e tecniche in modo efficace. Conosce in modo completo regole e codici del linguaggio visivo e li applica con soluzioni originali e creative.	Produce in modo consapevole messaggi visivi abbastanza originali. Conosce e utilizza strumenti e tecniche in modo autonomo. Conosce e applica in modo adeguato regole e codici del linguaggio visivo.	Produce messaggi essenziali e adeguati allo scopo comunicativo. Conosce strumenti e tecniche essenziali e li utilizza con una certa autonomia. Conosce e applica in modo essenziale regole e codici del linguaggio visivo.	Produce messaggi essenziali e adeguati allo scopo comunicativo solo se guidato. Conosce strumenti e tecniche fondamentali e li utilizza solo se guidato. Conosce alcune semplici regole del linguaggio visivo e le applica solo se guidato.

VALUTAZIONE DEI PROCESSI

Competenza chiave: SOCIALI E CIVICHE

Competenze specifiche: a partire dall'ambito scolastico, assumere responsabilmente atteggiamenti, ruoli e comportamenti di partecipazione attiva e comunitaria.

Criteri /Evidenze	Livelli di padronanza			
	Avanzato (A)	Intermedio (B)	Base (C)	Iniziale (D)
Nel gruppo rispetta il proprio turno di parola ponendo attenzione alla situazione comunicativa, fa proposte che tengano conto anche delle opinioni e delle esigenze altrui e assume comportamenti rispettosi di sé, degli altri e dell'ambiente.	Nel gruppo rispetta responsabilmente il proprio turno di parola ponendo particolare attenzione alla situazione comunicativa, fa proposte che tengano conto anche delle opinioni e delle esigenze altrui e assume comportamenti rispettosi di sé, degli altri e dell'ambiente.	Nel gruppo rispetta il proprio turno di parola ponendo attenzione alla situazione comunicativa, fa proposte che tengano conto anche delle opinioni e delle esigenze altrui e assume comportamenti rispettosi di sé e degli altri.	Nel gruppo rispetta il proprio turno di parola con l'intervento dell'insegnante ponendo sufficiente attenzione alla situazione comunicativa, fa proposte e assume comportamenti rispettosi di sé e degli altri.	Nel gruppo rispetta il proprio turno di parola con l'intervento continuo dell'insegnante, tende a far prevalere le sue proposte e assume comportamenti rispettosi di sé e degli altri.

