

INSEGNAMENTO	DOCENTE	CFA
Grafica, editoria comunicazione	Testa Bruno	6

OBIETTIVI FORMATIVI E RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI ►

Conoscenza e comprensione al completamento del corso che facciano emergere le competenze che ha acquisito, in riferimento alle capacità, critiche e di giudizio espresse nelle prove di laboratorio, relazioni, etc.

Sapere comunicare quanto si è appreso direttamente a parole, ma anche con il supporto di presentazioni in immagini e grafiche che sono fornite dalle moderne tecnologie digitali.

APPORTO SPECIFICO AL PROFILO PROFESSIONALE / CULTURALE ►

Gli obiettivi formativi del corso di studi hanno viaggiato coerentemente con i profili professionali futuri e gli sbocchi occupazionali previsti. In quest'ottica, definiti gli obiettivi che si volevano raggiungere, gli studenti sono stati motivati a lavorare su laboratori e sintesi ben precise come un target di lavoro reale.

PREREQUISITI RICHIESTI ►

Raggiungimento di elaborazione inerente a visualizzazione /story board e character rielaborati e finalizzati alla attuale comunicazione visiva. Approfondimento su registi e film e il fenomeno tutto italiano di Carosello.

CONTENUTI DELL'INSEGNAMENTO ►

Significato di grafica e comunicazione. Story board e character dal cinema a Carosello.

Storia della pubblicità in Italia in un percorso didattico e laboratoriale. Ripercorrere un secolo e mezzo di campagne pubblicitarie, grafica e comunicazione del nostro paese. Attraverso questo percorso gli studenti acquisiscono le basi storiche e sociali in cui si è mossa e si muove la comunicazione in tutti i settori dei mass media, ma soprattutto cosa è successo in Italia.

Percorso didattico e laboratoriale con realizzazione progetto TARZAN il mito dell'avventura tra giungla, storia e società.

ARGOMENTI ►

Dal visual alla presentazione. La pubblicità nel suo percorso storico e grafico: da "prima" della pubblicità e partendo dall'800 e studiando i vari percorsi di comunicazione e strategie fino al nostro secolo. Quindi essere pronti per capire come la comunicazione e la grafica con le sue immagini si adatta e parla, tra le esigenze della società in cui viene realizzata.

METODI DIDATTICI ►

Presentazione di argomenti in forum con immagini e testi realizzati ad ok. Lettura e commento in diretta di tutti i capitoli in cui è stata suddivisa la Storia della pubblicità in Italia. Laboratori e prove da esaminare insieme inerenti sempre al percorso didattico.

BIBLIOGRAFIA ►

Storia della pubblicità italiana, di Vanni Codiluppi, edizioni Carrocci editore

Tarzan il mito dell'avventura tra giungla, storia e società, di Raffaele De Falco, edizioni NPE