

FORMAT PROPOSTO

sezioni	Note per la compilazione
1. Titolo UdA	<p style="text-align: center;">Il segno distintivo: il marchio</p> <p style="text-align: center;">UDA mista ASL: realizzazione di un marchio per un'azienda vitivinicola</p>
2. Contestualizzazione	<p>Questa UDA si inserisce all'interno del Canovaccio formativo sui cinque anni: "Il segno: uno, nessuno... centomila". L'indirizzo DESIGN ha individuato come tema centrale del curriculum il "segno", pertanto la realizzazione di un marchio come "segno" distintivo dell'impresa si inserisce perfettamente nel canovaccio formativo.</p> <p>L'UDA nasce da una commessa esterna: il cliente, l'Azienda vitivinicola e agriturismo "La Caminata", chiede una campagna pubblicitaria a mezzo stampa a partire dall'elaborazione del marchio e dell'immagine coordinata e dallo studio delle etichette di vini fino ad arrivare al depliant informativo delle attività dell'agriturismo e al sito web.</p> <p>Nello specifico, questa UDA chiede alla classe di progettare il marchio e l'immagine coordinata.</p> <p>Ogni alunno presenterà la propria proposta di marchio giustificando le proprie scelte in forma scritta/orale anche in lingua straniera. I marchi saranno sottoposti al giudizio del committente e il marchio selezionato riceverà un buono di 200€ spendibile in un negozio a scelta dello studente: una libreria o un negozio specializzato in materiali artistici o un negozio di elettronica.</p> <p>Per quanto riguarda il collegamento con l'asse storico sociale e l'asse dei linguaggi questa UDA svilupperà le competenze di comunicazione scritta e orale tenendo conto del contesto e dello scopo della comunicazione (1- stesura del brief a partire da informazioni ricevute da terzi; 2- stesura di un report sul percorso svolto individualmente argomentando le proprie scelte)</p> <p>Questa UDA si collegherà strettamente ad altre UDA di classi IV e V centrate sulla progettazione di brochure e sito web dell'azienda committente La caminata.</p>
3. Destinatari	Classe III – Servizi commerciali percorso DESIGN della comunicazione visiva e pubblicitaria
4. Monte ore complessivo	Indicativamente non essere inferiore a 60 e non superiore a 80
5. Situazione/problema /tema di riferimento dell'UdA	<p>Si chiede l'ideazione e progettazione del brand aziendale.</p> <p>Ad ogni alunno è richiesto:</p> <ul style="list-style-type: none"> • la stesura del brief del cliente sulla base delle informazioni ricevute dall'incontro con il cliente e dalla visita aziendale; • l'ideazione del brand aziendale (marchio e dell'immagine coordinata) • la presentazione degli esecutivi al cliente argomentando le proprie scelte in forma scritta/orale anche in lingua straniera. • La preparazione degli esecutivi di stampa e i file in uscita per il sito <p>Il progetto selezionato riceverà un compenso di 200€ spendibile in un negozio a scelta dello studente: una libreria o un negozio specializzato in materiali artistici o un negozio di elettronica.</p>
6. Competenze target	<ol style="list-style-type: none"> 1. Produrre i principali documenti aziendali curandone il profilo grafico: produrre elaborati d'impaginazione adeguati tenendo conto delle esigenze di stampa, allestimento e/o allestimento multimediale (competenza 1 profilo); 2. Utilizzare le strumentazioni e le tecniche più adatte alla progettazione e produzione di prodotti grafici: scegliere le fonti, le modalità e gli strumenti tecnologici più idonei all'acquisizione di immagini per la grafica (fotografie, disegni, grafici, ecc.); predisporre prodotti grafici e di comunicazione e promozione (competenza 2 profilo) 3. Riconoscere e comprendere gli elementi grafici della rappresentazione, della

	<p>struttura grafica, della percezione comunicativa, della sintesi, delle forme e del colore. (competenza 3 profilo)</p> <p>4. Collaborare alla promozione e alla comunicazione dell'immagine aziendale anche in termini di sostenibilità economico-sociale e in considerazione del patrimonio culturale e artistico locale. (competenza 4 profilo)</p> <p>5. Argomentare una propria idea e la propria tesi su una tematica specifica, con dati pertinenti e motivazioni valide, usando un lessico appropriato all'argomento e alla situazione.</p> <p><i>Non inserire più di 4/5 competenze</i></p>
<p>7. Saperi essenziali</p>	<ul style="list-style-type: none"> • L'immagine coordinata: dalla carta intestata alla bolla di accompagnamento(comp1). • Software professionali specifici per la gestione dei processi della progettazione grafica e comunicazione. (comp2) • Principali applicativi informatici di elaborazione e trattamento di immagini, fotografie digitali (comp2) • Principi di Infografica: simboli, icone e pittogrammi, immagini, simboli e schemi (comp3) • Elaborazioni geometriche o stilizzazioni della forma (comp3) • La sintesi espressiva: Grafici e mappe, diagrammi e animazioni per rappresentare e informare. (comp3) • I principali software di disegno vettoriale (comp3) • I principali software di produzione e ritocco fotografico (comp3) • Strategie di esposizione orale e scritta con un lessico e una fraseologia adeguata e settoriale anche in lingua straniera (comp4) • Elementi di base dell'immagine aziendale: elementi della copy strategy (comp4) • Strumenti e modalità di rappresentazione e comunicazione anche grafici: il tono di voce e i diversi format impaginativi-comunicativi(comp4) • Elementi costitutivi del patrimonio artistico culturale. (comp4)
<p>7. Insegnamenti coinvolti</p>	<p>Tecniche professionali dei servizi commerciali pubblicitari 25 h Economia aziendale 5h + 4h per UDA elettiva collegata "Analisi costi-benefici) Tecniche di comunicazione 8h Storia dell'arte 6h Italiano/storia 8h + 2 h di lavoro a casa Matematica 2 + 2 h di lavoro a casa Inglese/francese 4 + 2 h di lavoro a casa Tot. 70 ore + 3h per la premiazione</p>
<p>8. Attività degli studenti</p>	<p>- Fasi da svolgere</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) incontro con il committente e visita all'azienda con riprese e documentazione visiva e scritta 2) elaborazione informazioni e stesura del brief 3) individuazione delle caratteristiche, degli elementi chiave e della mission e della vision aziendale 4) ideazione e progettazione del marchio e dell'immagine coordinata (brand identity) 5) presentazione degli esecutivi e report individuale sul lavoro svolto 6) invio esecutivi in stampa <p>- Contenuti essenziali delle attività</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) incontro con il committente e visita all'azienda: gli alunni dovranno prendere appunti e documentare tramite foto e/o video sia l'incontro che la visita. Per quanto riguarda l'incontro con il committente sarà fornita una traccia che indichi le informazioni essenziali, lo stesso accadrà per la visita aziendale; 2) stesura del brief e relazione sulla visita: sulla base delle informazioni raccolte i ragazzi dovranno produrre una relazione in forma digitale corredata da immagini e/o video. 3) individuazione delle caratteristiche, degli elementi chiave e della mission e della vision aziendale: brainstorming; riflessione sulle caratteristiche economiche, giuridiche e culturali del contesto territoriale del contesto in cui l'azienda opera; positioning e targeting. 4) progettazione e realizzazione del marchio: Tavole esecutive con progettazione e geometrizzazione del marchio. <p>Stampe con esecutivi in positivo e negativo, prove leggibilità, prove colore, indicazioni</p>

	<p>quadricromia e pantoni, utilizzo dei font.</p> <p>5) report e presentazione individuale del lavoro svolto: autoanalisi e riflessione sul metodo di lavoro adottato</p> <p>6) Impaginazione e mostra degli esecutivi al committente per la selezione del lavoro che più risponde alle indicazioni del brief e alla mission e vision aziendale.</p> <p>- modalità (collettive, di gruppo, personalizzate, in presenza, a distanza, sul campo, ...)</p> <p>Le fasi 1,2,3 saranno di gruppo; le fasi 4,5,6 saranno svolte individualmente e personalizzate.</p> <p>Le fasi 1 e 2 in presenza; le fasi 3-4-5-6 in presenza e a distanza</p>
<p>9. Attività di accompagnamento dei docenti</p>	<p>Indicare:</p> <p>-le attività didattiche e di supporto con le metodologie previste(lezione frontale, studio e analisi di casi, ricerche on line, lavoro in coppia,)</p> <p>Tecniche professionali: Il marchio e il logo: regole di progettazione e applicazione a un coordinato base.</p> <p>Progettazione grafica e corretto iter progettuale da svolgere rispetto al brief assegnato: Dal rough al layout: introduzione al disegno per la progettazione.</p> <p>Il processo esecutivo del disegno.</p> <p>Teoria dei raccordi grafici applicata: ricostruzione geometrica del marchi mediante individuazione dei raccordi</p> <p>L'abbinamento lettering/marchio: prove di accostamenti, pesi ottici e leggibilità.</p> <p>Il colore: regole e applicazioni riguardanti contrasti cromatici e rapporti armonici.</p> <p>Economia aziendale: caratteristiche dell'azienda (ripasso) ed i segni distintivi; aspetti giuridici ed economici del marchio; analisi costi e benefici. – (metodologie: lezione frontale, studio e analisi di ricerche on line; lavoro in piccoli gruppi</p> <p>Tecniche di comunicazione: segni (indici, simboli e icone); elementi di percezione visiva; la Gestalt; la percezione del colore – (metodologie: lezione frontale, studio e analisi di casi, lavoro in coppia)</p> <p>Storia dell'arte: peculiarità artistiche del contesto in cui l'azienda è inserita;</p> <p>Italiano/Storia: revisione stesure brief, relazioni + storia dell'azienda e storia locale;</p> <p>Matematica: proporzioni, sezione aurea.</p> <p>Inglese/francese: esposizione della relazione finale in lingua straniera</p> <p>-i <i>processi cognitivi principali associati</i> alle attività degli studenti e da supportare da parte dei docenti e/ tutor:</p> <p>Analisi (brief e incontro con committente)</p> <p>Interpretazione (brief, incontro con il committente; contesto territoriale dell'azienda</p> <p>Sintesi (condensazione di significati nel marchio)</p> <p>Argomentazione (argomentazione delle scelte effettuate e delle tecniche utilizzate a partire dall'interpretazione del brief)</p> <p>Generalizzazione (riflessione sul metodo di lavoro)</p>
<p>10. Prodotti realizzazioni in esito</p>	<p>A. brief e relazione;</p> <p>B. glossario essenziale della comunicazione visiva;</p> <p>C. conto economico con analisi costi/benefici e grafici positioning e targeting</p> <p>D. tavole esecutive e presentazione multimediale del marchio e dell'immagine coordinata;</p> <p>E. Relazione sul concept e sulle scelte effettuate e delle tecniche utilizzate.</p>
<p>11. Criteri per la valutazione e la certificazione dei risultati di apprendimento</p>	<p>Indicare :le variabili valutative chiave (evidenze) di prodotto e di processo e i livelli previsti per la rubrica:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pertinenza e aderenza al brief. Iter progettuale seguito. Composizione e impaginazione. Allestimento dell'elaborato - <p>le modalità operative di valutazione e gli strumenti da somministrare agli studenti(produzioni scritte, compiti, esperimenti, discussioni, prove esperte, ...):</p> <ul style="list-style-type: none"> - Relazione, dossier, tavole esecutive con progettazione e presentazione elaborati, stampe esecutive, file in uscita per la stampa.

	- <i>il peso dell'UdA in termini di voti.</i>		
	-		
	Disciplina	Compito di realtà	Incidenza del voto ¹ sulla media finale
	Italiano	Brief e Relazione	20%
	Storia	La storia locale dell'azienda nel territorio	15%
	Inglese	Brief e Relazione	20%
	Francese	Brief e Relazione	20%
	Matematica	conto economico con analisi costi/benefici	15%
	Tecniche professionali (grafica)	Progettazione marchio e immagine coordinata	Concorre con media aritmetica
	Tecniche di comunicazione	glossario essenziale della comunicazione visiva	30%
	Economia	conto economico con analisi costi/benefici e grafici positioning e targeting	15%
	Storia dell'arte	La storia culturale locale dell'azienda nel territorio	15%
Fotografia	Documentazione fotografica visita aziendale	Con tecniche. prof.	

Allegati

A corredo dell'UdA, si propongono i seguenti strumenti per la gestione didattica e valutativa:

<p>a) Piano generale di lavoro delle UdA (canovaccio formativo)</p> <p>b) Piano di lavoro dell'UDA <i>vedi allegati A e B</i></p>	<p>Riepiloga le UdA previste - almeno su base annuale - secondo una logica integrata e un filo conduttore progressivo. Fornisce anche dati del monte ore previsto.</p> <p>E' redatto dal Consiglio di classe, sentiti i Dipartimenti (se esistenti)</p> <p>In fase di prima applicazione, le UdA interdisciplinari progettate potrebbero non coprire tutto il monte ore disponibile. Il resto verrebbe coperto da una programmazione didattica più tradizionale.</p> <p>Il piano può essere oggetto di revisione periodica, anche in funzione delle progressioni individuali.</p>
<p>c) Rubrica di valutazione</p>	<p>Si basa su una griglia riferita alle competenze target che sono il focus della singola UdA.</p> <p>Va compilata, a cura dei docenti coinvolti, per ciascun studente alla conclusione delle attività previste. <i>vedi allegati</i></p> <p>Riportare le competenze di riferimento, le evidenze, i livelli di padronanza e i relativi descrittori</p>
<p>d) Scheda - consegne per gli studenti</p>	<p>Questa scheda fa parte integrante dell'UdA ed è destinata allo studente e traduce in modo semplice gli elementi essenziali dell'UdA in modo che lo studente possa comprendere al meglio che cosa (e perché) gli viene chiesto con i relativi criteri di valutazione.</p> <p>Indicare, in forma essenziale:</p> <ul style="list-style-type: none"> • che cosa si chiede loro di fare • con quali scopi e motivazioni • con quali modalità (a livello individuale, di gruppo, collettivo, in aula, laboratorio, extra scuola, ...) • per realizzare quali prodotti • in quanto tempo • con quali risorse a disposizione (tecniche, logistiche, documentali, ...)

PIANO DI LAVORO UDA “Il segno distintivo: il marchio”

FASI	Insegnamenti	Attività	Strumenti	Esiti	Tempi	Competenze (Vedi Modello UDA, pt 6)
1	1) Insegnante di italiano /economia aziendale/tecniche professionali	Incontro con il committente e visita aziendale	Macchina fotografica telecamera Traccia per gli appunti e la relazione	Appunti multimediali Si solleciterà un confronto orale relativo agli aspetti di maggiore interesse per il compito finale (=realizzazione del marchio)	3H (tecniche professionali)	COMPETENZA target 2,4 Attenzione e concentrazione Utilizzo di supporti per riprese fotografiche e videoregistrazioni <i>COMPETENZA ASSE LINGUISTICO</i>
2	2) Insegnante di italiano Competenza avanzata Asse linguaggi	Stesura del brief e relazione sulla visita aziendale Divisione della classe in coppie e/o piccoli gruppi che dovranno confrontare le informazioni raccolte e implementarle attraverso ricerche on line per produrre una relazione multimediale da presentare ai docenti di tecniche professionali, economia aziendale e italiano in cui si evidenzieranno gli aspetti che hanno maggiormente colpito l'interesse.	Quaderno e appunti, PC e programmi di videoscrittura ed elaborazione immagini	Brief e relazione (A) multimediale da presentare ai docenti di tecniche professionali (acquisirà la valutazione del brief), economia aziendale e italiano (acquisirà la valutazione della relazione nella propria disciplina)	3H a scuola (tecniche professionali) 3 ore a scuola + 2H a casa (italiano)	COMPETENZA target 2,4 Saper selezionare, condividere le informazioni acquisite Completezza e pertinenza Organizzazione e chiarezza di analisi e sintesi <i>COMPETENZA ASSE LINGUISTICO</i>
2	3) Insegnante di inglese/francese Competenza avanzata Asse dei linguaggi	Brief in lingua straniera	PC, dizionario, libro di testo	Brief (A) in lingua straniera	2 H in classe 1H a casa	COMPETENZA target 1,4 Saper utilizzare mezzi informatici e di presentazione <i>COMPETENZA ASSE LINGUISTICO</i>
3	4) Insegnante di Economia Aziendale Competenza base Asse professionalizzante	Predisposizione di un questionario relativo agli aspetti più strettamente economico aziendali relativi all'azienda e alle scritture che la interessano	Quaderno e appunti	Compilazione di un questionario	5H In classe	COMPETENZA target 4 Capacità di analisi e di contestualizzazione

3	5) Insegnante di storia e di storia dell'arte Competenza avanzata asse storico-sociale e professionalizzante	Ricerca sulla storia locale del territorio in cui sorge e opera l'azienda o, in alternativa, percorso tematico di storia di settore: dal sigillo, allo stemma al marchio industriale.	PC e programmi di videoscrittura ed elaborazione immagini Archivi e biblioteca	Verifiche scritte/orali	2H storia 6 H storia dell'arte	COMPETENZA target 3,4 Gestione della cronologia Saper selezionare, condividere le informazioni acquisite Completezza e pertinenza Organizzazione e chiarezza di analisi e sintesi <i>COMPETENZA ASSE LINGUISTICO</i>
3	6) Insegnante di economia Competenza intermedia Asse professionizzante	Analisi costi e benefici	Testo Appunti	Esercizi basati su esempi concreti. Conto economico con analisi costi/benefici e grafici positioning e targeting (C)	4H In classe	COMPETENZA target 1,4 Utilizzare mezzi informatici di presentazione
4 PREREQUISITO)	7) Insegnante di matematica Competenza base asse matematico-scientifico	Proporzioni e scale (consolidamento prerequisiti)	quaderno	Esecuzione di esercizi	2H in classe 2H a casa	Correttezza e pertinenza <i>COMPETENZA ASSE MATEMATICO-SCIENTIFICO</i>
4 PREREQUISITO A SUPPORTO	8) Insegnante Tecniche di comunicazione e Competenza intermedia asse profession. e dei linguaggi	Lettura, analisi e interpretazione di immagini pubblicitarie ricercando: elementi della comunicazione (modelli comunicativi); icone, indici, simboli (semiotica); leggi della percezione (Gestalt); uso del colore (aspetti fisici, psicologici e culturali); figure retoriche e scopi della comunicazione. Redazione di un glossario essenziale, ragionato e illustrato per la comunicazione visiva	Computer Dizionario di psicologia Libro di testo Internet Riviste e giornali Excel	Glossario essenziale ragionato e illustrato per la comunicazione visiva (B)	8 H in classe + 2 a casa	COMPETENZA target 2,3 + Selezionare e condividere le informazioni acquisite. Usare il linguaggio specifico. <i>COMPETENZA ASSE LINGUISTICO</i>
4	9) Insegnante di Tecniche professionali Competenza intermedia Asse professionalizzante	Il marchio e il logo: regole di progettazione e applicazione a un coordinato base. Le regole della grammatica viva Il disegno vettoriale Discussione di gruppo e brainstorming a partire dal brief	Quaderno e appunti Software specifici di disegno vettoriale	Rough. Tavole grafiche Stampe del marchio in vettoriale e prove colore	4 in classe 1 a casa	COMPETENZA target 2,3,1,4 Progettare graficamente un marchio analizzando e interpretando le richieste della committenza

4	Insegnante di Tecniche professionali Competenza avanzata Asse professionalizzanti	Il marchio e il logo: regole di progettazione e applicazione a un coordinato base. Progettazione grafica e corretto iter progettuale da svolgere rispetto al brief assegnato: 1. Dal rough al layout: introduzione al disegno per la progettazione. 2. Il processo esecutivo del disegno. 3. Teoria dei raccordi grafici applicata: ricostruzione geometrica del marchio mediante individuazione dei raccordi 4. L'abbinamento lettering/marchio: prove di accostamenti, pesi ottici e leggibilità. 5. Il colore: regole e applicazioni riguardanti contrasti cromatici e rapporti armonici.	Computer Software specifici del settore. Strumenti da disegno e software di presentazione	Tavole esecutive (D): Stampe con esecutivi in positivo e negativo, prove leggibilità, prove colore, indicazioni quadricromia e pantoni , utilizzo dei font	3 H in classe + 1 H a casa	COMPETENZA target 1,2,3,4 Progettare graficamente un marchio analizzando e interpretando le richieste della committenza
4	10) Insegnante di tecniche professionali Competenza avanzata Asse professionale Asse dei linguaggi	Progettazione immagine coordinata dal biglietto da visita alla fattura, alla segnaletica degli spazi, alla pagina web.	Computer Software specifici del settore Strumenti da disegno e software di presentazione	Condivisione, organizzazione e rielaborazione del materiale per la progettazione della brand identity (D - presentazione multimediale del marchio e dell'immagine coordinata)	4 H in classe 2 H a casa	COMPETENZA target 1,4 Progettare graficamente un'immagine coordinata
5	11) Insegnante di tecniche professionali e di italiano Competenza avanzata Asse dei linguaggi	Report esplicativo del lavoro svolto su supporto multimediale, presentazione al cliente, SELEZIONE (fase 6) preparazione degli esecutivi per la stampa	Software specifici di settore Internet	Relazione sul concept e sulle scelte effettuate e delle tecniche utilizzate (E)	4 H In classe (tecniche professionali) 3H in classe+ 2 H a casa (italiano)	COMPETENZA target 2,4 Saper selezionare, condividere le informazioni acquisite Completezza e pertinenza Organizzazione e chiarezza di analisi e sintesi COMPETENZA ASSE LINGUISTICO
5	12) Insegnante di inglese/francese Competenza avanzata Asse dei linguaggi	Report esplicativo del lavoro svolto su supporto multimediale in lingua straniera	PC, dizionario, libro di testo	Report esplicativo del lavoro svolto su supporto multimediale (A) in lingua straniera	2 H in classe 1H a casa	COMPETENZA target 2,4 Saper utilizzare mezzi informatici e di presentazione COMPETENZA ASSE LINGUISTICO
6	13) Collegio docenti + committente	PREMIAZIONE (questa fase potrà essere svolta contemporaneamente per più gruppi classe che hanno concluso UDA o progetti ASL)	Aula magna, proiettore, microfono	Valorizzazione del prodotto selezionato e del lavoro del gruppo classe	3H	

	+ Dirigente + genitori					
--	-------------------------------	--	--	--	--	--

FASI UDA

- 1) incontro con il committente e visita all'azienda: gli alunni dovranno prendere appunti e documentare tramite foto e/o video sia l'incontro che la visita. Per quanto riguarda l'incontro con il committente verrà fornita una traccia che indichi le informazioni essenziali da raccogliere, lo stesso accadrà per la visita aziendale;
- 2) stesura del brief e relazione sulla visita: sulla base delle informazioni raccolte i ragazzi dovranno produrre una relazione in forma digitale corredata da immagini e/o video.
- 3) individuazione delle caratteristiche, degli elementi chiave e della mission e della vision aziendale: brainstorming; riflessione sulle caratteristiche economiche, giuridiche e culturali del contesto territoriale del contesto in cui l'azienda opera; positioning e targeting.
- 4) progettazione e realizzazione del marchio:
- 5) report e presentazione individuale sul lavoro svolto: autoanalisi e riflessione sul metodo di lavoro adottato anche in lingua straniera
- 6) selezione e premiazione

Prodotti richiesti agli alunni

- A. brief e relazione (anche in lingua straniera);
- B. glossario essenziale della comunicazione visiva;
- C. conto economico con analisi costi/benefici e grafici positioning e targeting
- D. tavole esecutive e presentazione multimediale del marchio e dell'immagine coordinata;
- E. Relazione sul concept e sulle scelte effettuate e delle tecniche utilizzate (anche in lingua straniera)

DIAGRAMMA DI GANTT

	TEMPI						
FASI	Novembre	Dicembre	Gennaio	Febbraio	Marzo	Aprile	Maggio
1 incontro con il committente e visita all'azienda							
2 stesura del brief e relazione sulla visita		A - brief e relazione					
3 individuazione caratteristiche chiave dell'azienda e del territorio			C - Conto economico				
4 progettazione e realizzazione del marchio	Prerequisiti Matematica Tecniche di comunicazione	B.- glossario		D - esecutivi			
5 report individuale sul lavoro svolto					E.-report		
6 selezione e premiazione				selezione			premiazione

GRIGLIA DI VALUTAZIONE DELL'UNITÀ DI APPRENDIMENTO

INDICATORI	DESCRITTORI		PUNTEGGI
Valutazione prodotti finiti*			
Completezza, pertinenza, organizzazione (relativi ai prodotti finiti)	Liv 4 (8-10)	Il prodotto contiene tutte le parti e le informazioni utili e pertinenti a sviluppare la consegna, anche quelle ricavabili da una propria ricerca personale e le collega tra loro in forma organica	
	Liv 3 (6,5-8)	Il prodotto contiene tutte le parti e le informazioni utili e pertinenti a sviluppare la consegna e le collega tra loro	
	Liv 2 (5,5-6,5)	Il prodotto contiene le parti e le informazioni di base pertinenti a sviluppare la consegna	
	Liv 1 (1-5,5)	Il prodotto presenta lacune circa la completezza e la pertinenza, le parti e le informazioni non sono collegate	
Funzionalità (relativi ai prodotti finiti)	Liv 4	Il prodotto è eccellente dal punto di vista della funzionalità	
	Liv 3	Il prodotto è funzionale secondo i parametri di accettabilità piena	
	Liv 2	Il prodotto presenta una funzionalità minima	
	Liv 1	Il prodotto presenta lacune che ne rendono incerta la funzionalità	
Correttezza (relativi ai prodotti finiti)	Liv 4	Il prodotto è eccellente dal punto di vista della corretta esecuzione	
	Liv 3	Il prodotto è eseguito correttamente secondo i parametri di accettabilità	
	Liv 2	Il prodotto è eseguito in modo sufficientemente corretto	
	Liv 1	Il prodotto presenta lacune relativamente alla correttezza dell'esecuzione	
Rispetto dei tempi (relativi ai prodotti finiti)	Liv 4	Il periodo necessario per la realizzazione è conforme a quanto indicato e l'allievo ha utilizzato in modo efficace il tempo a disposizione	
	Liv 3	Il periodo necessario per la realizzazione è di poco più ampio rispetto a quanto indicato e l'allievo ha utilizzato in modo efficace – se pur lento - il tempo a disposizione	
	Liv 2-1	Il periodo necessario per la realizzazione è più ampio rispetto a quanto indicato e l'allievo ha disperso il tempo a disposizione	
Precisione e destrezza nell'utilizzo degli strumenti e delle tecnologie	Liv 4	Usa strumenti e tecnologie con precisione, destrezza e efficienza. Trova soluzione ai problemi tecnici, unendo manualità, spirito pratico a intuizione	
	Liv 3	Usa strumenti e tecnologie con discreta precisione e destrezza. Trova soluzione ad alcuni problemi tecnici con discreta manualità, spirito pratico e discreta intuizione	
	Liv 2	Usa strumenti e tecnologie al minimo delle loro potenzialità	
	Liv 1	Utilizza gli strumenti e le tecnologie in modo assolutamente inadeguato	
Ricerca e gestione delle informazioni	Liv 4	Ricerca, raccoglie e organizza le informazioni con attenzione al metodo. Le sa ritrovare e riutilizzare al momento opportuno e interpretare secondo una chiave di lettura.	
	Liv 3	Ricerca, raccoglie e organizza le informazioni con discreta attenzione al metodo. Le sa ritrovare e riutilizzare al momento opportuno, dà un suo contributo di base all'interpretazione secondo una chiave di lettura	
	Liv 2	L'allievo ricerca le informazioni essenziali, raccogliendole e organizzandole in maniera appena adeguata	
	Liv 1	L'allievo non ricerca le informazioni oppure si muove senza alcun metodo	

Valutazione Assi culturali			
Leggere, comprendere, interpretare sia un testo scritto che la visione di un film (ASSE LINGUA ITALIANA)	Liv 4	Sa contestualizzare ed elaborare le informazioni in modo autonomo.	
	Liv 3	Legge le principali tipologie testuali previste, individuando le informazioni richieste	
	Liv 2	Legge cogliendo il senso generale esplicito del testo	
	Liv 1	Legge senza operare il monitoraggio della comprensione	
Produrre riassunti e testo argomentativo in relazione all'argomento affrontato (ASSE LINGUA ITALIANA)	Liv 4	Scrive testi di vario tipo in modo autonomo e funzionale allo scopo utilizzando il linguaggio tecnico appropriato e consapevole	
	Liv 3	Scrive testi a carattere espositivo/informativo in modo appropriato e corretto utilizzando il linguaggio tecnico appropriato	
	Liv 2	Compone testi frammentari senza l'utilizzo del linguaggio specifico della disciplina	
	Liv 1	Compone testi frammentari senza l'utilizzo del linguaggio specifico della disciplina	
Utilizzare e produrre testi multimediali (ASSE ALTRI LINGUAGGI)	Liv 4	Il prodotto è realizzato in modo accurato, con originalità e contributi personali utilizzando i programmi previsti nel corso di studio	
	Liv 3	La qualità del prodotto è buona, ma non tutte le parti del compito sono completate esaurientemente o nei contenuti o nell'utilizzo degli strumenti previsti	
	Liv 2	La qualità del prodotto realizzato è suff. sia nei contenuti che nell'utilizzo degli strumenti previsti dalla consegna	
	Liv 1	L'alunno non svolge il compito assegnato o la realizzazione è totalmente inappropriata	
Acquisire consapevolezza delle potenzialità e dei limiti delle tecnologie nell'ambito della ricerca per la redazione della brochure/mappa su organigramma/ glossario (ASSE SCIENTIFICO-TECNOLOGICO)	Liv 4	Riconosce il ruolo della tecnologia nella vita quotidiana e nell'economia della società e sa cogliere le interazioni tra esigenze di vita e strumenti.	
	Liv 3	Riconosce il ruolo della tecnologia nella vita quotidiana e sa cogliere le interazioni tra esigenze di vita e strumenti tecnologici	
	Liv 2	Individua basilari interazioni tra esigenze di vita e strumenti tecnologici.	
	Liv 1	Non è in grado di individuare le interazioni tra esigenze di vita e strumenti tecnologici.	
Individuare e analizzare le esigenze dell'azienda relative all'immagine aziendale per elaborare rappresentazioni grafiche e di comunicazione (ASSE SCIENTIFICO-TECNOLOGICO E PROFESSIONALE)	Liv 4	Individua e analizza le esigenze dell'azienda relative all'immagine aziendale e le elabora con rappresentazioni grafiche e di comunicazione scelte e mirate.	
	Liv 3	Riconosce e analizza le esigenze dell'azienda relative all'immagine aziendale e le elabora con rappresentazioni grafiche e di comunicazione.	
	Liv 2	Riconosce le esigenze basilari dell'azienda relative all'immagine aziendale e le riproduce con scelte rappresentazioni grafiche e di comunicazione	
	Liv 1	Non è in grado di individuare le esigenze basilari dell'azienda relative all'immagine aziendale. L'alunno non svolge il compito assegnato.	
Valutazione obiettivi educativi			
Comunicazione e socializzazione di esperienze e conoscenze	Liv 4	L'allievo ha un'ottima comunicazione con i pari, socializza esperienze e saperi interagendo attraverso l'ascolto attivo ed arricchendo-riorganizzando le proprie idee in modo dinamico	
	Liv 3	L'allievo comunica con i pari, socializza esperienze e saperi esercitando l'ascolto e con buona capacità di arricchire-riorganizzare le proprie idee	
	Liv 2	L'allievo ha una comunicazione essenziale con i pari, socializza alcune esperienze e saperi, non è costante nell'ascolto	
	Liv 1	L'allievo ha difficoltà a comunicare e ad ascoltare i pari, è disponibile saltuariamente a socializzare le esperienze	
Superamento delle crisi	Liv 4	L'allievo si trova a suo agio di fronte alle crisi ed è in grado di scegliere tra più strategie quella più adeguata e stimolante dal punto di vista degli apprendimenti	

	Liv 3	L'allievo è in grado di affrontare le crisi con una strategia di richiesta di aiuto e di intervento attivo	
	Liv 2	Nei confronti delle crisi l'allievo mette in atto alcune strategie minime per tentare di superare le difficoltà	
	Liv 1	Nei confronti delle crisi l'allievo entra in confusione e chiede aiuto agli altri delegando a loro la risposta	
Capacità di trasferire le conoscenze acquisite	Liv 4	Ha un'eccellente capacità di trasferire saperi e saper fare in situazioni nuove, con pertinenza, adattandoli e rielaborandoli nel nuovo contesto, individuando collegamenti	
	Liv 3	Trasferisce saperi e saper fare in situazioni nuove, adattandoli e rielaborandoli nel nuovo contesto, individuando collegamenti	
	Liv 2	Trasferisce i saperi e saper fare essenziali in situazioni nuove e non sempre con pertinenza	
	Liv 1	Applica saperi e saper fare acquisiti nel medesimo contesto, non sviluppando i suoi apprendimenti	
Autonomia	Liv 4	È completamente autonomo nello svolgere il compito, nella scelta degli strumenti e/o delle informazioni, anche in situazioni nuove. È di supporto agli altri in tutte le situazioni	
	Liv 3	È autonomo nello svolgere il compito, nella scelta degli strumenti e/o delle informazioni. È di supporto agli altri	
	Liv 2	Ha un'autonomia limitata nello svolgere il compito, nella scelta degli strumenti e/o delle informazioni ed abbisogna spesso di spiegazioni integrative e di guida	
	Liv 1	Non è autonomo nello svolgere il compito, nella scelta degli strumenti e/o delle informazioni e procede, con fatica, solo se supportato	

*Per prodotti finiti si intendono quelli relativi alle sotto-unità UdA: alcuni possono definirsi **di base** altri riguardano compiti relativi a competenze **più avanzate** (testo argomentativo; mappa di elaborazione organigramma azienda; brochure azienda del territorio, invenzione logo o progettazione biglietto da visita, indagine statistica sul consumo di cioccolato, ricerca su impatto ambientale grandi aziende...ecc....)