

## GLI INDIRIZZI DI STUDIO



- **Istituto Tecnico statale, Settore tecnologico**

indirizzo "**Grafica e comunicazione**"  
(durata 5 anni)

- **Istituto Professionale statale, Servizi commerciali**

opzione "**Promozione commerciale e pubblicitaria**"  
(durata 5 anni, attivato dal 2013/2014)

**L'Istituto Tecnico e l'Istituto Professionale** hanno la durata di cinque anni e sono suddivisi in due bienni e in un quinto anno, al termine del quale gli studenti sostengono l'esame di Stato e conseguono rispettivamente il **Diploma di Istruzione tecnica e il Diploma di Istruzione professionale.**

Il superamento dell'esame di Stato dà la possibilità di accedere alle diverse facoltà universitarie.

## I curricoli e gli sbocchi occupazionali

**Istituto Tecnico di Stato** settore **Tecnologico** indirizzo

### "Grafica e comunicazione"

DISCIPLINE	Ore settimanali				
	Classe 1 <sup>a</sup>	Classe 2 <sup>a</sup>	Classe 3 <sup>a</sup>	Classe 4 <sup>a</sup>	Classe 5 <sup>a</sup>
Lingua e letteratura italiana	4	4	4	4	4
Lingua inglese	3	3	3	3	3
Storia	2	2	2	2	2
Matematica	4	4	3	3	3
Diritto ed economia	2	2	-	-	-
Scienze integrate (Scienze della Terra e Biologia)	2	2	-	-	-
Geografia	-	1	-	-	-
Scienze motorie e sportive	2	2	2	2	2
Religione cattolica o attività alternative	1	1	1	1	1
<b>TOTALE AREA COMUNE</b>	<b>20</b>	<b>21</b>	<b>15</b>	<b>15</b>	<b>15</b>
Complementi di matematica	-	-	1	1	-
Tecnologie e tecniche di rappresentazione grafica	3 <sup>1</sup>	3 <sup>1</sup>	-	-	-
Scienze integrate (Fisica)	3 <sup>1</sup>	3 <sup>1</sup>	-	-	-
Scienze integrate (Chimica)	3 <sup>1</sup>	3 <sup>1</sup>	-	-	-
Tecnologie informatiche	3 <sup>2</sup>	-	-	-	-
Scienze e tecnologie applicate	-	3	-	-	-
Teoria della comunicazione	-	-	2	3	-
Progettazione multimediale	-	-	4 <sup>2</sup>	3 <sup>3</sup>	4 <sup>3</sup>
Tecnologie dei processi di produzione	-	-	4 <sup>2</sup>	4 <sup>2</sup>	3 <sup>2</sup>
Organizzazione e gestione dei processi produttivi	-	-	-	-	4
Laboratori tecnici	-	-	6 <sup>4</sup>	6 <sup>4</sup>	6 <sup>5</sup>
<b>TOTALE AREA DI INDIRIZZO</b>	<b>12</b>	<b>12</b>	<b>17</b>	<b>17</b>	<b>17</b>
<b>TOTALE</b>	<b>32</b>	<b>33</b>	<b>32</b>	<b>32</b>	<b>32</b>

#### Nota

I numeri **in apice** indicano le ore di compresenza degli insegnanti tecnico-pratici durante le attività di laboratorio.

**Negli ultimi tre anni di corso sono previste attività di alternanza scuola-lavoro per almeno 400 ore.**

## **L'Istituto tecnico di *Grafica e comunicazione* è rivolto a ragazzi che...**

- attraverso il conseguimento di una solida base culturale di carattere scientifico e tecnologico intendono operare nell'ambito delle moderne forme di comunicazione visiva e multimediale, intervenendo nel processo produttivo dall'ideazione alla realizzazione del prodotto;

### **vogliono acquisire competenze ...**

- nell'uso delle tecnologie per progettare e realizzare la comunicazione interpersonale e di massa nelle sue diverse forme (sistemi integrati di stampa, *web communication*, fotografia, immagini audio-video)
- nella gestione dei processi produttivi che caratterizzano il settore della grafica, dell'editoria, ed i servizi ad esso collegati, curando la progettazione e la pianificazione dell'intero ciclo di lavorazione dei prodotti.

### **Prospettive post-diploma**

- sbocchi occupazionali presso studi grafici, studi fotografici, nell'industria grafica, in case editrici, case di produzione audiovisive, aziende di produzione e distribuzione televisiva, agenzie di comunicazione, web-agencies, stamperie
- accesso a tutte le facoltà universitarie o agli Istituti Tecnici Superiori.

**Istituto Professionale di Stato** indirizzo **Servizi commerciali** opzione

**“Promozione commerciale e pubblicitaria”**

DISCIPLINE	Ore settimanali				
	Classe 1 <sup>a</sup>	Classe 2 <sup>a</sup>	Classe 3 <sup>a</sup>	Classe 4 <sup>a</sup>	Classe 5 <sup>a</sup>
Lingua e letteratura italiana	4	4	4	4	4
Lingua inglese	3	3	3	3	3
Storia	2	2	2	2	2
Matematica	4	4	3	3	3
Diritto ed economia	2	2	-	-	-
Scienze della Terra e Biologia	2	2	-	-	-
Geografia	-	1	-	-	-
Scienze motorie e sportive	2	2	2	2	2
Religione cattolica o attività alternative	1	1	1	1	1
<b>TOTALE AREA COMUNE</b>	<b>20</b>	<b>21</b>	<b>15</b>	<b>15</b>	<b>15</b>
Fisica	2	-	-	-	-
Chimica	-	2	-	-	-
Informatica e laboratorio	2	2	-	-	-
Tecniche professionali dei servizi commerciali	5 <sup>2</sup>	5 <sup>2</sup>	8 <sup>2</sup>	8 <sup>2</sup>	8 <sup>2</sup>
Seconda lingua straniera (francese)	3	3	2	2	2
Economia aziendale	-	-	3	3	3
Storia dell'arte ed espressioni grafico artistiche	-	-	2	2	2
Tecniche di comunicazione	-	-	2	2	2
<b>TOTALE AREA DI INDIRIZZO</b>	<b>12</b>	<b>12</b>	<b>17</b>	<b>17</b>	<b>17</b>
<b>TOTALE</b>	<b>32</b>	<b>33</b>	<b>32</b>	<b>32</b>	<b>32</b>

**Nota**

I numeri **in apice** indicano le ore di compresenza degli insegnanti tecnico-pratici durante le attività di laboratorio.

**Negli ultimi tre anni di corso sono previste attività di alternanza scuola-lavoro per almeno 400 ore.**

**L'Istituto professionale di *Promozione commerciale e pubblicitaria* è rivolto a ragazzi che...**

- sono attratti dalla prospettiva di operare in equipe, con l'assunzione di autonome responsabilità, nei servizi di promozione commerciale e pubblicitaria delle imprese
- sono interessati ai processi della moderna comunicazione, sia aziendale sia di natura sociale, rivolta al cliente o al cittadino
- amano le lingue, le relazioni sociali e vogliono sviluppare la propria creatività nell'ideazione, organizzazione e gestione di eventi promozionali e campagne pubblicitarie;

**vogliono acquisire competenze**

- nella grafica pubblicitaria per la promozione delle vendite e dell'immagine aziendale, ma anche nell'ideazione di campagne di informazione e sensibilizzazione sociale, attraverso l'uso dei diversi strumenti di comunicazione, il disegno grafico e pubblicitario, il web design (computer grafica), con una formazione che si qualifica anche attraverso lo studio della Storia dell'arte.

**Prospettive post-diploma**

- sbocchi occupazionali sia nel settore dei servizi aziendali per la comunicazione e promozione pubblicitaria, sia nel settore dei servizi per la promozione di eventi e l'informazione di utilità pubblica
- accesso a tutte le facoltà universitarie o agli Istituti Tecnici Superiori.