

SCHEDA DI DOCUMENTAZIONE	
Nome dell'unità	Mens sana in corpore sano
Titolo EAS	EAS 3: Facciamo pubblicità alle terme.
Autore	Licia Re
Grado	Secondo anno Secondaria di Primo Grado
Breve descrizione	Questa EAS fa parte di un'unità di apprendimento trasversale a diverse discipline (italiano, storia, arte, inglese, tecnologia) (EAS1). Partendo dallo stupore dei ragazzi, seguito alla visita, si è domandato loro cosa avremmo potuto fare per far conoscere questo monumento, così centrale ma poco frequentato. Subito nasce l'idea della creazione di uno spot pubblicitario (tipo Pubblicità Progresso). Dopo una fase di stimolo che ha previsto l'analisi prima autonoma poi guidata, di numerosi spot di PP, è stato esposto nella fase del framework, il concetto di pubblicità (commerciale e no). A seguire i ragazzi, divisi in piccoli gruppi di Cooperative Learning, hanno ideato e realizzato un corto sull'area monumentale.
Obiettivi di apprendimento	ITALIANO 1) Esporre oralmente all'insegnante e ai compagni argomenti di ricerca, anche avvalendosi di supporti specifici (schemi, mappe, presentazioni al computer, ecc.). 3) Produrre testi multimediali, utilizzando l'accostamento dei linguaggi verbali con quelli iconici e sonori. 4) Ricavare informazioni esplicite e implicite da testi espositivi, per documentarsi su un argomento specifico o per realizzare scopi pratici. 5) Produce e pubblica responsabilmente semplici elaborati utilizzando i programmi, la struttura e le modalità operative più adatte al raggiungimento dell'obiettivo.
Livello degli studenti	Gli studenti dovrebbero avere conoscenze minime nell'uso delle tecnologie più in uso (utilizzo del tablet e di alcune applicazioni).
Metodologia didattica	Lavoro in gruppi di Cooperative Learning, debriefing, problem solving.
Sequenza	1) Situazione di stimolo: Brainstorming su come proseguire l'attività di ricerca e studio del monumento. 2) Consegna di una Web Quest, da svolgere a casa, sulla valorizzazione dei Beni Culturali nella quale si proponevano vari link (siti sull'argomento e a diversi spot Pubblicità Progresso) e una situazione di Problem Solving. 3) Fase di framework nella quale, mediante una breve lezione frontale, si spiega ai ragazzi cos'è uno spot pubblicitario (elementi, funzioni, strategie, tecniche linguistiche). 4) Analisi collettiva di spot pubblicitari alla ricerca degli elementi costitutivi e degli aspetti subliminali. 5) fase di ideazione e progettazione del prodotto con compilazione di una scheda fornita dal docente. 6) Realizzazione delle riprese, registrazioni audio e montaggio del corto. 7) Debriefing strutturato e valutazione del

	lavoro.
Tempo assegnato	Un'ora per introdurre l'attività (stimolo e richiamo al framework), due ore per lavoro ideativo e di progettazione in classe in gruppo, due ore per il montaggio e un'ora per il debriefing.
Setting	I ragazzi sono divisi in piccoli gruppi. Nelle fasi operative di montaggio del prodotto finale si creano anche dei gruppetti di esperti nelle varie applicazioni (Polaris Office, e-Movie etc.) che fanno da consulenti ai compagni per la soluzione di problemi tecnici. In classe ogni alunno è dotato di tablet ma, per questa attività, si è deciso di farne utilizzare solo due per ogni piccolo gruppo.
Prodotto	Breve corto tipo "Pubblicità Progresso"
Valutazione	La valutazione è relativa ai diversi Obiettivi di apprendimento previsti.