

INSEGNAMENTO	DOCENTE	CFA
ABPR19 GRAPHIC DESIGN TIPOLOGIA: TEORICO-PRATICA	ALFREDO GHIDELLI	6

OBIETTIVI FORMATIVI E RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI ►

- Trasmettere agli studenti le competenze necessarie per un'analisi critica e consapevole prima della progettazione vera e propria.
- Gli studenti dovranno essere in grado di saper individuare spazi visuali e capacità intuitiva di progettazione.
- In autonomia proporre scelte progettuali sensate e innovative per le varie tematiche proposte.
- Autonomia nella scelta dei supporti e ricerca nelle tecniche grafiche più attuali
- Conoscenza delle varie fasi di confezione del progetto grafico

APPORTO SPECIFICO AL PROFILO PROFESSIONALE / CULTURALE ►

L'acquisizione degli obiettivi formativi, la capacità di rendersi responsabili e coscienti nel lavorare in team, l'accrescimento culturale attraverso l'acquisizione di letture e informazioni del settore, la partecipazione a seminari, workshop e briefing progettuali e la volontà dello studente nel voler "emergere" porteranno lo stesso ad un approccio sensato al mondo del lavoro o ad una preparazione idonea per affrontare il biennio successivo.

PREREQUISITI RICHIESTI ►

Acquisizione dei contenuti delle materie specialistiche e laboratoriali, padronanza dei software professionali per la gestione progettuale, capacità e autocritica nell'affrontare i briefing aziendali e progettuali, conoscenze di comunicazione pubblicitaria.

CONTENUTI DELL'INSEGNAMENTO ►

GRAZIE ALLE COLLABORAZIONI APERTE CON IL TERRITORIO GLI STUDENTI SPAZIERANNO IN VERI PROGETTI LAVORATIVI.

- STUDIO IMMAGINE D'IMPRESA Approccio e valutazione della proposta progettuale
- REALIZZAZIONE SPOT PUBBLICITARI PER I SOCIAL Come costruire un video e la giusta comunicazione verbale
- STRATEGIE DI COMUNICAZIONE PER LANCI PRODOTTI Studio del rischio d'impresa sul prodotto commerciale
- STRATEGIE DI COMUNICAZIONE VERBALE Come approcciarsi e sperimentare la forma verbale e comunicativa
- SCRIVERE PER IL WEB Comunicare per eventi, prodotti, autofinanziamenti
- IMMAGINE COORDINATA PER EVENTI Realizzare un piano di strategia organizzativa
- BRIEFING AZIENDALI Come gestire un briefing
- LA WEB RADIO Pianificazione e progettazione
- STUDIO E REALIZZAZIONE SET FOTOGRAFICI PER PRODOTTI DA PROMUOVERE L'immagine deve trasmettere il messaggio
- STRATEGIE DI MARKETING Come impostare un piano editoriale
- PREVISIONE DEI RISULTATI Come pianificare un piano
- SOCIAL MEDIA MANAGER Come interagire sui social

ARGOMENTI ► POSSONO VARIARE E MODULARSI IN BASE AL PROGETTO

L'EVENTO CULTURALE

IL PRODOTTO COMMERCIALE

LA RIVISTA

IL LETTERING DI TENDENZA

GLI SPAZI DELLA PUBBLICITÀ

COME COMUNICARE NELLA PUBBLICITÀ

L'INFOGRAFICA PER I MUSEI, EVENTI

I MESSAGGI GRAFICI UNIFORMI PER FARE "IMMAGINE"

LA STAMPA E LA SUA TECNOLOGIA DIGITALE

IL FLUSSO DI LAVORO

IMMAGINI PER LA PRODUZIONE DI STAMPE

PACK E RICERCA MODULARE

STAMPA OFFSET

STAMPA DIGITALE

TECNICHE DI STAMPA ALTERNATIVE

EBOOK

VIDEOSPOT

SOCIAL MEDIA MANAGER

METODI DIDATTICI ▶

Approccio diretto e lavorativo con la realtà del territorio (ente, fondazione, azienda, museo, cooperativa, impresa, etc...)

Workshop e Seminari specialistici.

Controllo finale di tutte le fasi, momento di verifica con il gruppo di studenti.

BIBLIOGRAFIA ▶

ABECEDARIO DEL GRAFICO – Michele SPERA – Gangemi Editore

PROGETTAZIONE GRAFICA – Clemente FRANCAVILLA – Logos Edizioni

LE REGOLE DELLA COMUNICAZIONE FRA DESIGN E ADVERTISING ELEMENTI DI PROGETTAZIONE GRAFICA – Giovanni FEDERLE e Carla STEFANI – Clitt Edizioni

MANUALE DI PROGETTAZIONE GRAFICA – Mariuccia TERONI – Apogeo Edizioni