PROGRAMMA FORMATIVO : ARTICOLAZIONE, PROPEDEUCITA’ E DURATA

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **Unità di Risultati di Apprendimento** | **Unità di competenza/Contenuti** | **Durata** |
| **1** | **Inquadramento della professione** | **Conoscenze*** Orientamento al ruolo
* I diritti ed i doveri del datore e del prestatore di lavoro
* I contratti nazionali e collettivi
* l contratto a tempo determinato e indeterminato
* Il contratto di apprendistato: caratteristiche, riferimenti normativi
* Gli sbocchi professionali
* Principi etici fondamentali
 | **5** |
| **2** | **Tradurre le esigenze del cliente in un progetto grafico** | **Conoscenze*** Principi di marketing e comunicazione strategica
* Tecniche di pianificazione e organizzazione del lavoro
* Strategie e tecniche di vendita
* Gestione e tecniche di budgeting
* Tecniche di progettazione
* Tecniche di gestione del cliente
* Tecniche di ascolto e di relazione

**Abilità*** Interpretare il brief e le specifiche di progettazione per inquadrare le esigenze del cliente e definire la soluzione creativa più efficace in relazione a target, obiettivi, contenuti e tipologia di mezzi
* Stimare i costi e i tempi necessari per eseguire il lavoro rispetto ai vincoli posti dal cliente
 | **15** |
| **3** | **Definire idee creative e realizzare bozze** | **Conoscenze*** Tecniche di team building
* La creatività e la tecnica: le fasi di sviluppo di un progetto grafico, dall'idea all'esecutivo
* Pensiero creativo: tecniche di brainstorming

**Abilità*** Elaborare idee raccogliendo e analizzando informazioni e partecipando attivamente a momenti di brainstorming
* Selezionare il concept creativo più efficace in termini di richiamo, originalità e comprensione definendo stile e tono di comunicazione
* Realizzare schizzi e bozzetti a mano libera o al computer, utilizzando strumenti digitali di progettazione (come CAD) e software per la creazione di immagini
 | **15** |
| **4** | **La comunicazione visiva** | **Conoscenze*** Principi di semiotica e comunicazione visiva
* Principi della percezione visiva
* Psicologia e semantica del colore
* Il rapporto tra figura e sfondo
* Gli elementi compositivi del layout: visual e copy
 | **15** |
| **5** | **Impaginare un prodotto grafico** | **Conoscenze*** Fondamenti di informatica
* Storia ed evoluzione del graphic design
* Origini e tecniche della pubblicità
* Struttura del messaggio pubblicitario (head line, visual, body copy, marchio, baseline, pay off, pack shot
* Le relazioni tra colore, testo e leggibilità
* Il lettering
* Elementi di copywriting
* Tecniche di rappresentazione (rought, visual, layout, e finished layout, esecutivo)
* Tipologie e caratteristiche degli elaborati grafici: flyers, depliant, brochure, cataloghi, packaging, supporti di digital advertising

**Abilità*** Individuare, in relazione alle specifiche tecniche delle varie tipologie di prodotti visivi (loghi, banner e insegne pubblicitarie, locandine, poster, volantini, prodotti editoriali packaging etc.), la
* soluzione creativa più efficace per rappresentare graficamente un messaggio, considerando gli elementi cognitivi, sociali e culturali che possono influenzare la percezione visiva
* Selezionare i font e il lettering più adeguati in merito alle caratteristiche specifiche degli elementi testuali (titoli, head line, body copy, pay off) confrontandosi se necessario con il
* Copywriter ed individuando stile, tipologia e dimensione in relazione alla rilevanza ed alla visibilità
* Utilizzare con flessibilità e versatilità i software grafici interfacciando le loro specifiche funzionalità in relazione al progetto/ prodotto grafico da realizzare
* Comporre il layout grafico definendo la dimensione ed il posizionamento degli elementi (visual, headline, body copy, pach shot, marchio, pay off ) per ottenere il visual desiderato
* Tenere il cliente aggiornato durante l'intero processo di progettazione fino alla presentazione del prodotto finito sottoponendo campioni e bozze per definire i dettagli comprendendo gli eventuali cambiamenti necessari
* Collaborare attivamente con il gruppo creativo durante le varie fasi del progetto
 | **30** |
| **6** | **Realizzare e manipolare immagini** | **Conoscenze*** Software per elaborazione di immagini digitali
* Elementi di fotografia

**Abilità*** Utilizzare software grafici per fotoritocco, fotomontaggio, modifica, creazione e manipolazione di immagini raster impiegando la gamma di funzioni disponibili
* Realizzare l'immagine del progetto (fotografie e illustrazioni) attingendo ad archivi già esistenti o realizzandole ad hoc per adattarle alle esigenze del cliente
 | **40** |
| **7** | **Realizzare immagini vettoriali** | **Conoscenze*** Software di illustrazione vettoriali

**Abilità*** Utilizzare software grafici per la realizzazione di immagini vettoriali (logo, packaging, etc.) impiegando la gamma di funzioni disponibili
 | **40** |
| **8** | **Impaginare prodotti editoriali** | **Conoscenze*** Software per l'impaginazione di prodotti editoriali
* Tipologie e caratteristiche dei prodotti editoriali

**Abilità*** Utilizzare software grafici per la realizzazione di prodotti di grafica editoriale o multi pagina impiegando la gamma di funzioni disponibili
 | **40** |
| **9** | **Realizzare marchi e logotipi** | **Conoscenze*** Principi di brand image
* Tipologie ed elementi di un marchio : pittogramma o icona, logotipo e payoff
* Il manuale del marchio e l'immagine coordinata
* **Abilità**
* Realizzare un marchio individuando la tipologia e la combinazione di elementi necessari a rendere l'azienda identificabile e differenziabile dai concorrenti definendone le linee guida e le possibilità di variazioni in termini di formati, colori ammissibili, famiglia di font utilizzabili e fornendo esempi di declinazione
 | **30** |
| **10** | **Stampare e pubblicare prodotti grafici** | **Conoscenze*** Caratteristiche di un esecutivo di stampa
* Tecniche e processi di stampa
* Le principali tipologie di stampa: offset, roto-offset, serigrafia
* La stampa digitale
* Tipologie e caratteristiche dei supporti di stampa e tecniche di personalizzazione
* Tipologie e caratteristiche delle finiture di stampa (verniciatura UV e Offset, fustelle, stampa a caldo, rilievo
* La carta: tipologie e caratteristiche (qualità, formati, grammature)
* Il codice del colore: RGB e CMYK e la classificazione PANTONE

**Abilità*** Preparate un esecutivo di stampa verificando codifica colore, risoluzione, incorporazione font ed immagini, formato, scale, tracciati di ritaglio per fustellature e sagomature, sovrastampe,
* registri, eccedenze, segni di taglio, finiture particolari (rilievi, riserve UV, etc.)
* Selezionare la tipologia di stampa più indicata valutando numero di copie, tempi di lavorazione e costi
* Realizzare una prova di stampa al fine di verificare la conformità del prodotto grafico realizzato ed individuare eventuali modifiche prima della messa in produzione
* Realizzare un esecutivo convertendo il file prodotto in un altro file compatibile con le specifiche di stampa o di pubblicazione richieste in relazione alle tecnologie ed ai supporti impiegati
 | **20** |
| **11** | **Operare in sicurezza nel luogo di lavoro** | **Conoscenze*** Legislazione sulla salute e sicurezza sui luoghi di lavoro e applicazione delle norme di sicurezza
* Gli obblighi del datore di lavoro e del lavoratore

**Abilità*** Organizzare la prevenzione in azienda
* Applicare i protocolli di prevenzione e riduzione del rischio professionale
 | **8** |
|  | **Durata del tirocinio curriculare** |  | **180** |
|  | **Durata complessiva del corso** |  | **438** |