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** |