

## **Percorso “DESIGN DELLA COMUNICAZIONE VISIVA E PUBBLICITARIA”**

### **PROGRAMMA di TECNICHE PROFESSIONALI DEI SERVIZI COMMERCIALI E PUBBLICITARI**

#### **CLASSE PRIMA**

##### **Modulo 1 - I Codici Visivi (alfabetizzazione grafica)**

- Gli strumenti di base del disegno.
- Punto, linea (orizzontale, verticale, obliqua, curve, spezzate)
- La luce, la tecnica del chiaro-scuro: rappresentazioni di immagini con tecniche diverse (matita, pastelli, pennarelli)
- La composizione, equilibrio (statico/dinamico), simmetria/asimmetria.
- La superfici: texture e pattern.
- Il colore: sintesi sottrattiva, colori primari e secondari colori complementari.

##### **Modulo 2 - La Forma**

- Concetto di forma: caratteristiche e proporzione
- figura, simbolo, segno astratto
- rapporto figura sfondo, forma e contro-forma

##### **Modulo 3 - Il lettering**

- Origini ed evoluzione della scrittura dal pittogramma all'editoria digitale e dei relativi supporti.
- Definizione del carattere e delle sue componenti fondamentali (aste, grazie)
- modulata, uniforme, rette, spezzate, curve, miste.
- Morfologia del carattere -gamma seriale- (tono, corpo, larghezza, inclinazione. Occhio medio),
- I caratteri tipografici (font) con i suoi stili: tondo, corsivo, grassetto, maiuscolo, maiuscoletto, minuscolo.
- Le famiglie principali dei caratteri tipogr. e la classificazione estetica di Aldo Novarese.
- La leggibilità del carattere e la sua espressività.

##### **Modulo 4 - L'impaginazione**

- Concetto di gabbie e strutture modulari impaginative.
- La composizione del testo (epigrafe, giustificata, a band. sinistr, a band. destra, etc)
- Elaborazioni d'impaginazioni che prevedano l'inserimento di immagini, titoli e testo.
- Il rettangolo armonico –i formati UNI- rettangolo aureo.
- Carta: tipologie, grammatura, formati.

##### **Modulo 5 - Lettering creativo**

- La lettera espressiva
- La parola con la lettera mancante
- Il calligramma

## **Modulo 6 - Il mezzo informatico**

- Conoscenza Pc e delle sue periferiche: tastiera, mouse, stampante.
- Salvataggio ed archiviazione dei file, in un laboratorio configurato in rete locale (intranet).
- Acquisizione delle immagini tramite scanner.

## **Modulo 7 – SW vettoriale, Illustrator**

- Introduzione ad Illustrator: principali strumenti e menu.
- Semplici e laborazioni di immagini e realizzazione di alcuni caratteri alfabetici storici.
- Elaborazione lettera espressiva e/o parola con lettera mancante.
- Elaborazione calligramma.
- La ricerca iconografica tramite internet

## **CLASSE SECONDA**

### **Modulo 1 – Il Marchio**

- Classificazione e breve storia delle diverse tipologie di marchi.
- Il monogramma personale.
- Progettazione a mano e a computer di marchi-logotipi.
- I coordinati di base: carta intestata, busta, biglietto da visita.
- Approfondimento del sw Illustrator

### **Modulo 2 – Il colore**

- La teoria del colore di J. Itten
- Colori primari, secondari, terziari e i complementari; il cerchio cromatico a dodici parti.
- I sette contrasti di colore di Itten.
- Metodi di colore: RGB e CMYK.
- L'esperimento di Isaac Newton; lo spettro visibile; sintesi additiva e sottrattiva.

### **Modulo 3 – Caratteri e testo**

- Classificazione dei caratteri: Consolidamento delle conoscenze relative alla storia ed evoluzione stilistica della scrittura e del carattere tipografico, nonché alla storia e tecnica dei principali sistemi di stampa.
- Impostazioni tipografiche: gamma seriale, corpo, interlinea, giustezza e composizione del testo.
- Gabbie di impaginazione: colonne, allineamenti e gabbia modulare.
- Calligramma: Interpretazione di un testo con abbinamento di immagini e caratteri.

### **Modulo 4 – Forma e colore**

- Stilizzazione: Introduzione alla semplificazione della forma visiva, interpretare e caratterizzare le forme: studio della segnaletica.
- Illustrazione: copia, visualizzazione e sperimentazione di diverse tecniche illustrative.
- La carta: grammatura e formati. Il rettangolo armonico e il rettangolo aureo.

### **Modulo 5 – Disegno geometrico**

- Poligoni e solidi: costruzioni geometriche dei principali poligoni.
- Proiezioni ortogonali. Assonometria e prospettiva.

## **CLASSE TERZA**

### **Mod. 0 - Recupero e consolidamento**

- La classificazione estetica di Aldo Novarese.
- Corpo, interlinea, giustezza, composizione e stile del testo.
- La leggibilità del carattere.

- Scelta del tipo di carattere/i in rapporto al prodotto grafico e per le differenti pubblicazioni.

### **Modulo 1 – Il Visual**

- Visualizzazione e rendering di soggetti figurativi ripresi da annunci pubblicitari.
- Il colore, modelli cromatici (CMYK e RGB).
- Contrasti di Itten, psicologia del colore e valore simbolico dei colori
- L’annuncio pubblicitario, analisi delle parti che lo caratterizzano e delle sue tipologie

### **Modulo 2 - Il marchio**

- Caratteristiche del Marchio: unicità, riproducibilità e leggibilità, memorabilità.
- Realizzazione del manuale di immagine del logo.
- Iter progettuale: ricerca dati, analisi del brief, rough, layout, finished layout.
- Realizzazione del marchio con il sw Illustrator.

### **Modulo 3 - L’Immagine coordinata di base**

- I formati standard della carta ISO.
- La piegatura del foglio.
- Stampati per la modulistica di base e altri prodotti di merchandising.

### **Modulo 4 - Storia dei sistemi di stampa dei materiali per la scrittura**

- Le prime forme di stampa: la xilografia, calcografia, litografia, serigrafia.
- L’evoluzione tecnica dei procedimenti di stampa.

### **Modulo 5 - Grafica Editoriale**

- Le gabbie e lo schema impaginativo nella progettazione grafica
- Gli elementi compositivi della pagina a stampa: titolo, sottotitolo, body copy, etc.
- Analisi di un annuncio pubblicitario con i relativi tipi di visual.
- Il pieghevole: pieghe, ante e chiusura.

### **Modulo 6 – Introduzione al SW Photoshop**

- Le immagini vettoriali e bitmap.
- I formati grafici per la stampa e il web. La risoluzione delle immagini raster.
- L’acquisizione tramite scanner.
- Ritocco fotografico e elaborazioni immagini.

### **Modulo 7 – Introduzione al SW InDesign**

- Pagine mastro, colonne e allineamenti, numerazione automatica, contorna con testo.
- Impaginazione immagini, titoli, sottotitoli, testo, didascalie.
- Realizzazione doppie pagine.

### **Modulo 8 – File per la stampa**

- Abbondanza con il sw Illustrator, salvataggio in PDF con tutti i segni di registro.

## **CLASSE QUARTA opzione “PROMOZIONE COMMERCIALE PUBBLICITARIA”**

### **Modulo 1 – Grafica e affissione**

Cenni storici sul manifesto. Formati e “moduli” per l’affissione. Pubblicità esterna statica e dinamica: il poster, le tabelle. Pubblicità interna: la locandina, il manifesto.

Il flyer.

Marchio-logotipo

### **Modulo 2 – lo stampato e il prodotto editoriale**

- L’interfaccia, strumenti e menu del sw InDesign
- Gabbia di impaginazione, margini, colonne e allineamenti (gabbia modulare)
- Uso della/e pagina/e mastro.
- Testata rivista.
- Copertina e doppie pagine di una rivista.

- Pieghevole.
- Opuscolo/brochure.

### **Modulo 3 – Il packaging**

- La cartotecnica: I materiali, carta e cartoni. I formati standard.
- Cenni storici sul packaging.
- Funzioni e problematiche correlate al packaging.
- I materiali e il problema ecologico dello smaltimento/riciclaggio dei rifiuti.
- Il “venditore silenzioso”: gli aspetti comunicativi del packaging.
- Vincoli e normativa dell’etichetta.
- Fustelle, tagli, cordonature, punti d’incollaggio, finestre: la propedeutica alla progettazione.
- Progettazione della veste grafica della confezione di un prodotto.

### **Modulo 4 - Tecnica e pianificazione pubblicitaria**

- Il target group: target globale, focus target, popolazione totale, pubblico fuori target.
- Target di marketing e consumer (o end user); opinion leader, i prescrittori, target audience.
- La segmentazione: caratteristiche socio – demo – psicologiche.
- Segmentazione comportamentale d’uso; geocustering. I segmenti obiettivo.
- Mass media: aratteristiche dei mezzi di comunicazione di massa
- vantaggi e limiti di ogni media; concetto di mezzo e veicolo.
- Analisi di alcuni piani media.
- Vision, mission, piano di marketing
- Analisi di pagine pubblicitarie
- Individuazione dell’obiettivo di comunicazione e del concept.
- Elementi strutturali: headline, visual, body-copy, pack-shot, caption, sub-headline, logo.
- Pay-off e tono di voce.

### **Modulo trasversale**

- Acquisizione del codice pubblicitario
- Linguaggio e terminologia internazionale pubblicitaria e di marketing

## **CLASSE QUINTA**

### **Modulo 1 - L’immagine coordinata aziendale**

- Corporate Image: caratteri significativi per la definizione dell’Identità aziendale.
- Progettazione di un manuale di riferimento per l’immagine coordinata aziendale.
- Esercitazione con i sw Illustrator, Photoshop e inDesign.

### **Modulo 2 - Il packaging**

- Funzioni e problematiche correlate al packaging.
- La progettazione del packaging
- Fustelle, tagli, cordonature, punti d’incollaggio, finestre: la propedeutica alla progettazione.
- Progettazione della veste grafica della confezione di un prodotto di largo consumo.

### **Modulo 3 - Web e pubblicazioni multicanale**

- Progettare per il web: I contenuti di un sito web. Come funziona il web.
- Prodotti e servizi per il web.
- Cross Media Publishing.
- Introduzione alla pubblicazione multicanale. Il supporto XML

### **Modulo 4 - Promozione pubblicitaria eventi**

- Comunicazione in fiera

- Lo Stand. Le pubbliche relazioni in fiera. Progettazione dell'allestimento grafico di uno stand.
- L'evento sportivo e musicale
- Gadget e merchandising. Progettazione della comunicazione pubblicitaria di un evento.

#### **Modulo 5 - Tecnica e pianificazione pubblicitaria**

- La marca tra significato e valore
- Comunicazione e brand building.
- Tipologie ed estensione di marca. Immagine e identità della marca. Il valore della marca.
- La comunicazione pubblicitaria. La campagna pubblicitaria.
- Comunicazione on line: strumenti e azioni pubblicitarie in internet.
- Marketing esperienziale, emozionale e relazionale.
- Marketing non convenzionale: guerriglia, viral e consumer generated media.
- Le strategie di comunicazione
- Gli obiettivi di business, marketing e pubblicitari. Le strategie concorrenziali.
- Le strategie di sviluppo ed espansione; di fidelizzazione.
- Customer satisfaction: la soddisfazione del cliente.
- Metodologie di analisi della soddisfazione del cliente: il modello Servqual.
- La soddisfazione del cittadino (citizen satisfaction).
- Linguaggio e terminologia internazionale pubblicitaria e di marketing; il lessico dei pubblicitari