



GRAPHIC & WEB COMMUNICATION

Programma corso 800 ore

ROMA

GRAFICA EDITORIALE

di Marco Farina



ABSTRACT

Durante il corso di Indesign verranno affrontati argomenti come l'impaginazione, l'advertising e la struttura di uno sfogliabile, dal libro al magazine. Il progetto didattico prevede una parte teorica, una tecnica ed una pratica ad ogni lezione, in modo da garantire la effettiva comprensione di ogni singolo argomento. Verranno visionate con cura le tipologie di stampe su supporti rigidi e cartacei.

TEMI DEL CORSO

INTRODUZIONE AL CORSO INDESIGN CONCETTI DI BASE - GRAPHIC DESIGN

presentazione del programma didattico generale e dei progetti didattici di classe: la rivista creativa, la brochure, il portfolio 70 ore concetti base sull'uso del colore, colori pantone e gli altri standard di riferimento, formati standard dei files e differenze, unità di misura e riferimenti, formati di carta, formati editoriali, panoramica della fase di stampa, panoramica dei modelli digitali per l'impaginazione

INTRODUZIONE AL SOFTWARE: PRESENTAZIONE DI INDESIGN

a cosa serve indesign, l'integrazione di indesign nel flusso di lavoro adobe, finalità e destinazione d'uso, potenzialità del software

INTRODUZIONE AL SOFTWARE: IL LAYOUT DI INDESIGN

studio della struttura e delle linee guida principali da tenere in considerazione per il suo utilizzo, palette e strumenti di base con dimostrazione pratica dei "modelli di layout" disponibili per indesign, approfondimento sugli strumenti essenziali da conoscere per lavorare in indesign

INDESIGN - LE FUNZIONI

creazione di un nuovo file, il foglio di lavoro, il pannello delle pagine, approfondimento uso mastro e sezioni di pagina, la creazione dei "contenitori": box, forme e guide identificative, la gestione dei livelli in indesign, creazione di un elemento testuale nel foglio e poi nelle mastro, formattazione del resto (caratteri, paragrafi, colore, contenuti), stili di carattere e stili di paragrafo, guida all'importazione dei files, la gestione dei link e dei collegamenti, distribuzione del testo sulle forme, disegno vettoriale, pannello stile distribuzione del testo intorno ad una forma, pannello oggetto + stili di livello, impaginazione avanzata

PREPARARE UN PROGETTO

Lezioni pratiche attraverso l'utilizzo di InDesign: brochure, flyer, rivista, portfolio, bigliettino da visita, volantino fronte retro, pieghevole a tre ante, quartino

STAMPA

Approfondimento ed esempi formati di stampa, Studio delle principali tecniche e tecnologie di stampa, Verifica finale del file per la stampa, L'esportazione finale del file (esportazione, standard, modelli "pacchetto" e file XMP), Le tipografie online e quelle offline

POST PRODUZIONE

di Pierluigi Amato



ABSTRACT

Dalla camera oscura, oggi, la camera chiara. Come la luce, oggi accesa, del digitale segue il percorso materico della luce tutta. Non dei tasti e dei pulsanti, ma dei metodi, per un linguaggio in evoluzione, in continua ricerca di futuribili rivoluzioni.

OBIETTIVI DIDATTICI

Il corso inizierà con il trasmettere agli studenti le tecniche di post produzione utilizzate nel tempo, partendo dalla post produzione analogica in camera oscura fino ad arrivare all'era digitale, alla camera chiara ed alla sua evoluzione.

In secundis, con un alternanza tra lezioni teoriche e pratiche sul software Adobe Photoshop, il percorso didattico fornirà le conoscenze delle tecniche e dei metodi di post produzione e ritocco contemporanei e le capacità di gestione dei files dal punto di vista della post produzione.

Verrà analizzata la post produzione non solo nella forma di lavorazione digital-retouch, ma anche come la grafica comunica con le immagini nell'era digitale.

TEMI DEL CORSO

LA POST PRODUCTION

La post produzione come linguaggio e come pratica artistica per reagire al caos della cultura globale nell'era digitale.

FILES

I tipi di files nel digitale, la loro lavorazione ed utilizzo in relazione alla destinazione web, compressione e ricampionamento.

PHOTOSHOP I

Analisi del software di post-produzione, dall'interfaccia alla struttura dell'area di lavoro, gli strumenti base ed il loro utilizzo.

IL SISTEMA ZONALE

Il sistema zonale, cosa fanno e come utilizzarli, applicazione di maschere digitali, impilaggio files.

PHOTOSHOP II

Strumenti avanzati e tecniche di lavorazione miste.

COMPOSITING

Compositing e CGI, galleria filtri e filtri avanzati, le lampade di fusione

DA PHOTOSHOP AD ADOBE

La creazione e lo spostamento dei files da photoshop verso gli altri software Adobe, come comunicano le piattaforme tra loro

LA GRAFICA NELLE IMMAGINI

L'interazione tra grafica ed immagini, la creazione di nuove immagini digitali e loro output.

FOTOGRAFIA

di Emanuele Mancini



OBIETTIVI DIDATTICI

La prima parte del programma prevede una panoramica sulla Fotografia.

Lo studente acquisirà conoscenze sulle macchine fotografiche, gli obiettivi e le attrezzature utilizzate in sala posa. Saranno poi analizzate le regole basilari della fotografia, su come settare una reflex per scattare nelle varie condizioni di luce.

Una volta acquisite le conoscenze sulla parte fotografica, si passa poi alla fase di scatto in sala posa e di editing delle immagini. Verrà inoltre fatta una collaborazione con il corso di impaginazione grafica, utilizzando il materiale fotografico prodotto.

Il risultato finale sarà la realizzazione di una brochure di un catalogo di prodotti utilizzati in ambito cosmetico.

TEMI DEL CORSO

FOTOGRAFIA

- Cenni storici
- Tipi di macchine fotografiche
- Tipi di obiettivi
- Regola dei terzi
- Sezione aurea
- Schemi di luce
- Tempo di Scatto, Diaframma e ISO - Istogramma
- Bilanciamento del bianco

FOTOGRAFIA: FASE DI SCATTO

- Settaggio ottimale di una reflex
- Come orientarsi nella sala posa
- Organizzare uno shooting fotografico - Come coordinarsi con la modella e la makeup artist
- Scatto fotografico

FOTOGRAFIA: POST PRODUZIONE

- Sviluppo in Camera RAW
- Varie tipologie di postproduzione
- Strumenti di correzione e fotoritocco - Esportazione delle immagini piattaforme tra loro

HTML & WEB MASTER

di Alessandro Pacilli



TEMI DEL CORSO

INTRODUZIONE INTERNET E WEB MARKETING

cenni storici, evoluzione del web, il funnel del marketing, il customer journey

HTML

tag HTML principali per la gestione di oggetti base nella pagina, gli attributi, gerarchizzazione dei contenuti mediante i tag, i link, gli elenchi, le immagini, le tabelle, i selettori, le classi

CSS

i css, principali attributi css

CSS E DREAMWEAVER

principali attributi css e la loro applicazione su Dreamweaver

DREAMWEAVER E STRUMENTI GOOGLE DEVELOPER

utilizzo base del software Dreamweaver e analisi dei principali tools online per gli sviluppatori

PROVA PRATICA

realizzazione di un frame newsletter o pagina intro html

I CMS

introduzione al mondo dei CMS, analisi dei principali CMS, i template, i plugin, Hosting (server e database), acquisto di uno spazio web e sue caratteristiche

INSTALLAZIONE WORDPRESS

download, settaggio ed Installazione WordPress, selezione dei temi, siti per risorse esplorazione della dashboard di WordPress

WORDPRESS

Spiegazione delle varie aree di wordpress, gli articoli e le categorie, i media, alias e permalink, personalizzazione aspetto del tema, il menu, i widget, i plugin, installazione dei principali plugin e settaggio, i plugin, installazione di plugin avanzati, le altre impostazioni, gli utenti ed i permessi, realizzare un e-commerce con Woocommerce, test, prova pratica realizzazione landing page

WEB DESIGN E USER EXPERIENCE

tecniche di web design: layout, risoluzioni, dispositivi

BRAND IDENTITY

di Enrico Tanno



ABSTRACT

Durante il corso di Brand Identity, Graphic Design, Illustrator e User Experience verranno affrontati gli argomenti teorici e pratici per avere le conoscenze, le competenze e le capacità di un Graphic Designer che si occupa di Identità visiva e progetti digitali. Le lezioni prevedono una prima parte teorica e una seconda parte di laboratorio, dove si applicano nel pratico i concetti appresi sotto la guida del docente.

TEMI DEL CORSO

TEORIA DEL COLORE

- Studio approfondito dei contrasti di colore di Itten e applicazioni pratiche della teoria del colore al digitale
- Come scegliere un colore accessibile e che funzioni cross media senza imprevisti sui vari software
- Come ottenere dei contrasti di colore e come creare un punto focale

LETTERING

- Panoramica sui font storici più validi
- Classificazione dei font
- Come scegliere un font valido
- La gerarchia dei testi subordinata ai contenuti
- Gestione dei testi
- Grandezze Seo Friendly
- Google Web fonts e Google Material Design

BASIC DESIGN

- Il ritmo, la griglia, la composizione nel campo pittorico.
- Generare tensioni, l'equilibrio simmetrico e asimmetrico.
- Generazione di un punto focale.
- Classificazione e tipologia delle immagini: il livello di astrazione.

BRAND IDENTITY

- Tipologia delle immagini e livello di astrazione
- Case studies
- Logotipo e marchio. I diversi tipi di composizione nel logo design
- Naming e progettazione di un logotipo in fase di laboratorio condiviso
- Creazione di una brand guide (manuale di uso del logo) in pdf in Adobe Illustrator
- Applicazione del logo su supporti digitali e cartacei

ADOBE ILLUSTRATOR

- Panoramica dell'interfaccia e della strumentazione
- Gli strumenti di selezione
- Forme geometriche elementari e intersezioni tra queste
- Pennino e Curve di Bezier
- Testi e colori
- Lavorare per la stampa e lavorare per web
- I formati di salvataggio
- Come si interfaccia Illustrator con altri programmi (gli oggetti avanzati)
- Path Expand e Ricalco dinamico
- Esercizi: Creare delle illustrazioni con forme geometriche elementari, creazione di una business card
- Creazione di un logotipo con Adobe Illustrator

USER EXPERIENCE

- Introduzione, Cosa è la UX e come è posizionata nel mondo del marketing digitale.
- I generatori di traffico gratis e a pagamento
- Panoramica sul mondo del web marketing

UX - CONCEPT

- Generare idee e validarle. Progettazione di Naming e Mappa del sito web. Come organizzare la struttura dell'applicativo.
- Architettura delle informazioni - IA
- Analisi funzionale basica
- Prime bozze / idee realizzate su carta di una doppia mappa di navigazione del prototipo web per individuare i touch points tra gli obiettivi di business dell'applicativo e le aspettative dello user.
- Definizione di una mappa univoca di navigazione e dei contenuti dell'applicativo.

UX - DESIGN DEL PROTOTIPO

- Progettazione del prototipo tramite elementi di graphic design, teoria del colore e User Interface.
- Studio e definizione dei componenti Web
- Studio e posizionamento dei contenuti e dei componenti all'interno dell'applicativo.
- Censimento dei componenti web esistenti, approfondendone le caratteristiche, le dimensioni, l'aspetto e la funzionalità.
- Definire quali di questi sono idonei alle esigenze funzionali dell'applicativo.
- Google Material Design
- Creazione di un Wireframe per approvazione di un applicativo
- Concetto di User Interface - UI
- Creazione di un'interfaccia grafica pixel perfect, personalizzazione del wireframe approvato
- Responsività e concetto di risoluzione relativa alla proporzione rispetto al viewport
- Accessibilità per persone disabili.
- Simulazione della consegna dell'interfaccia dell'applicativo ad un ipotetico reparto di sviluppo web e ad un ipotetico cliente.
- User Interface su Photoshop, Illustrator e Adobe XD, che saranno i software principali per la realizzazione del prototipo.
- Adobe XD: come realizzare un prototipo con Adobe XD. Panoramica della strumentazione e uso basico del software
- Definizione del prototipo ed esportazione

LABORATORIO E SIMULAZIONI PRATICHE

- Creazione di una Brand Identity con Adobe Illustrator
- Creazione di Illustrazioni e Grafiche con Adobe Illustrator
- User Experience: creazione di un prototipo grafico responsive e pixel perfect di un applicativo web
- Creazione di un proprio portfolio

STAMPA 3D

di Ing. Fabio Brama



ABSTRACT

Durante questo corso introduttivo al mondo della Stampa 3D verranno illustrate le varie tecnologie esistenti con il focus sulle tecnologie FFF ed SLA. Inoltre sarà possibile vedere l'esecuzione di alcuni elementi stampati e con l'accesso all'accademia di poter stampare i propri modelli di prova.

OBIETTIVI DIDATTICI

Lo scopo del corso è fornire uno sguardo generale al mondo della stampa 3D ed alcune basi teoriche per poter affrontare al meglio il progetto della stampa di un oggetto.

TEMI DEL CORSO

INTRODUZIONE STAMPA 3D

Come questa tecnologia si discosta dal passato e si proietta al futuro

CENNI STORICI

Uno sguardo all'evoluzione della stampa 3D

TIPI E TECNOLOGIE DI STAMPANTI 3D:

Una breve analisi delle varie tecnologie esistenti

FUNZIONE E STRUTTURA DELLE STAMPANTI SLA E FFF

L'attenzione si concentra sulle tecnologie più diffuse e più "abbordabili" per il portafoglio

MATERIALI PER LA STAMPA 3D

Esistono decine se non centinaia di materiali al giorno d'oggi, saranno valutati i materiali più comuni con le relative caratteristiche

IL PROCESSO DI STAMPA

La sequenza di passi che intercorre fra l'idea e l'oggetto finito

PROGRAMMI DI MODELLAZIONE 3D

Ne esistono vari, a cosa servono?

SLICERS

Breve studio dei programmi di interfaccia fra il modello e la stampante 3D, cosa fanno e come

PROBLEMATICHE DI STAMPA

Alcuni errori comuni durante una stampa e come evitarli

UTILIZZO DEI SUPPORTI

Cosa sono, a cosa servono e come farli

TEMPI DI STAMPA

Il tallone d'Achille delle stampanti 3D, il tempo

POST STAMPA

Ho il mio pezzo... e adesso? Cosa fare appena la stampante ha finito il suo lavoro

RIFINITURA E TRATTAMENTI

Alcuni trattamenti superficiali per migliorare l'aspetto dei nostri oggetti

PROTEZIONI

Alcuni materiali devono essere protetti dall'ambiente circostante

MATERIALI PARTICOLARI ED AGING

Disamina di alcuni trattamenti post stampa

MIGLIORARE LE STAMPE

Alcuni consigli su come ottimizzare o migliorare la stampa di un oggetto

SCANNER 3D

Ma se invece di creare, volessi replicare un oggetto già esistente?

DATABASE

Accenni a rubriche online, opensource o meno di modelli 3D da stampare

SERVICE

Non avete una stampante? Potete farvi stampare il vostro oggetto da qualcun altro

SOCIAL MEDIA MKTG

di Davide Lima



ABSTRACT

Dopo una generale introduzione al marketing, il corso si focalizzerà sullo studio delle singole piattaforme social, quali Facebook, Instagram, Twitter, TikTok, LinkedIn e YouTube.

Se ne approfondiranno gli aspetti distintivi, le rispettive potenzialità e funzionalità per poter creare poi strategie e tattiche integrate su misura.

OBIETTIVI DIDATTICI

L'obiettivo del corso è quello di formare figure professionali in grado di ricoprire i ruoli di Digital Strategist e Web Marketer, fornendo loro gli strumenti necessari per poter competere con successo sui mercati online.

TEMI DEL CORSO

Introduzione al marketing, storia del marketing con focus sui cambiamenti avvenuti negli ultimi anni, strumenti del marketing: panoramica di genere, modelli di business, visual marketing, storytelling creativo, advertising e promozione, community, influencers e fan base.

Social media marketing - introduzione, strategia del SMM e strumenti del SMM, analisi obiettivi business e analisi consumer, social media strategy, contenuti creativi, differenziazione a seconda della piattaforma usata

FACEBOOK: introduzione alla piattaforma, interfaccia, account, home, funzioni base; ADS e inserzioni; l'importanza del sito per poterlo connettere alla pagina fb; campagne, studio del pubblico; contenuti creativi; Campagne combinate FB/ IG.

INSTAGRAM: introduzione alla piattaforma; overview generale, formati, modelli e strategie di business, gestione di hashtag e riferimenti, pubblico e riferimenti target per la community, approfondimenti instagram marketing, strumenti base di instagram e tipi di profili disponibili, influencer e case study

INSTAGRAM STORIES: cosa sono, come sfruttarle nel piano digital marketing e come misurarne le performance

LA FOTOGRAFIA SUI SOCIAL: come usarla, consigli e reference

DIGITAL MARKETING FUNNEL: marketing funnel su FB; Funzioni avanzate di FB ADS, re-targeting e custom audience, massimizzazione conversioni, Lookalike, A/B test.

CONTENUTI CREATIVI: per conversione, reference, psicologia del marketing e attenzione, copy, grafiche, branding, ideazione di un logo ed editing

LINKEDIN E TWITTER: panoramica introduttiva delle piattaforme e principali funzioni.

YOUTUBE: panoramica dei canali e introduzione agli account creative studio e applicazioni, funzioni speciali, configurazione del canale, configurazione e predisposizione dei video, modelli creativi, gestione delle playlist e del canale.

TIKTOK: cos'è, come funziona e cosa ci si trova, analisi della piattaforma e case study.

MONTAGGIO VIDEO

di Gabriele Morzilli



TEMI DEL CORSO

LINGUAGGIO VIDEO

brevi cenni storici, linguaggio tecnico, tipologie di montaggio

APPROCCIO A PREMIERE

spazio di lavoro, creazione di un progetto, importazione dei file, impostazione di un progetto sequenza, timeline, strumenti principali

MONTAGGIO AUDIO/VIDEO

mixer audio, taglio, transizioni, color correction, effetti video

ESPORTAZIONE

esportare un progetto, i formati di esportazione, come importare un progetto su After Effect, realizzazione di uno spot pubblicitario abbinato ad uno dei lavori grafici realizzati durante l'anno

LABORATORIO

di Enzo Mastrolonardo



TEMI DEL CORSO

Creazione di un Progetto reale per la Promozione di un'entità (Professionista, Impresa, Servizio, Prodotto)

FONDAMENTI DI UN PROGETTO PROMOZIONALE

- Perché un Sito Web
- Che tipo di approccio adottare
- Denominatori comuni per progetti di successo
- Approccio alla SEO

Obiettivo: Comprendere come è possibile monetizzare per se stessi

ANALISI DI MERCATO

- Guardare alla concorrenza in ottica di posizionamento
- Perché puntare sull'organico per la Promozione
- Quali elementi integrare nel contenuto

Obiettivo: Comprendere l'attuale panorama del Segmento di Mercato online dove si esordisce

COSTRUIRE UNA STRATEGIA DIVERSA DAI CONCORRENTI

- La figura dell'Esperto
- Studio delle Persone
- Elementi Visual
- Margine, Ricavo e Guadagno

Obiettivo: Definire i punti chiave del Progetto per la successiva trasformazione in Contenuto di Risposta

PREPARARE LA PIATTAFORMA PER REALIZZARE IL SITO INTERNET

- SEO on Page - Premesse
- Ricerca e Analisi delle Parole Chiave
- Scelta del dominio rispetto a Brand / Keyword Research
- Considerazioni pre-registrazione
- Setup Hosting

Obiettivo: Allestire lo spazio operativo dove risiederà il Progetto

PAGE BUILDER E MINDSET

- YooTheme Page Builder (oppure Divi/Elementor)
- Costruire una Landing partendo dai template
- Costruire una Custom Landing a mano con le sezioni
- Costruzione di Landing in modo Scalabile

Obiettivo: Progettare una Landing

GOOGLE MY BUSINESS PER IL POSIZIONAMENTO

- SEO Local
- Creare, Gestire e Rivendicare una Scheda Locale
- Ottimizzare la Scheda Locale
- Recensioni: Come e Quali
- Keyword Research e Categorie

Obiettivo: Dichiarare la propria presenza in modo divergente

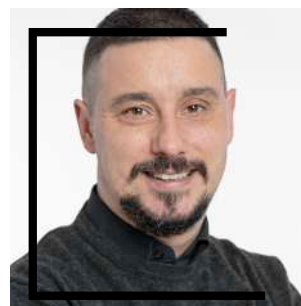
PROMUOVERSI SUL TERRITORIO E NON SOLO

- SEO on page Funzionale alla promozione
- Link Building per Progetti promozionali
- Analytics Tracciare obiettivi e Pubblico
- ADS Dinamiche

Obiettivo: Realizzare, Pubblicare e Promuovere un Progetto Promozionale

GOOGLE ADS

di Germano Proietti



TEMI DEL CORSO

FASE PRELIMINARE

La SEM: Cos'è e il ruolo di Google

Come collocare la SEM in una campagna di Marketing Online

Comportamento d'acquisto: L'importanza di essere ovunque

Funnel: Cos'è e di che si tratta

Come strutturare una campagna di ADS On line: Pianificazione, Obiettivi e scelta dei canali

LA PIATTAFORMA: GOOGLE ADS

Introduzione alla Piattaforma di Google ADS

Tipi di Campagne: Ricerca, Display, Video

Tipologie di Strategia di Offerta: Obiettivi, Offerta e Clic. La Scelta del Budget

Cos'è il Punteggio di Qualità

Effettuare il Set-up di una Campagna

Localizzazione di una Campagna: Lingua e Luogo di Azione

Quante e Quali Campagne e Gruppi di Annunci

Cos'è La Rete di Ricerca di Google

Parole Chiave: Tool di scelta e Tipi di Corrispondenza

Gli Annunci: Come si scrivono, possibilità e limitazioni. Cosa Fare e Cosa Non Fare

Estensioni di annuncio: Tipi e come usarle

Annunci Display: L'importanza di ricordare

Conversioni in Google ADS: Tipologie, Il Ruolo di Analytics e Tag Manager

Modelli di Attribuzione: L'importanza nel calcolo della Conversione

Tools: Il Centro Clienti di Google ADS

Remarketing e Retargeting: A Cosa Servono?

Il Ruolo della Landing Page e come crearne. Tipi e Usi

Errori Comuni e Domande Frequenti

Tools Esterni: Semrush PPC Toolkit

I REPORT: UN'ANALISI EFFICACE

Cosa Sono gli indicatori di Performance(KPI)

Qual'è il ruolo di un report e come usarlo

Integrazione con Analytics per Report Specifici

Rapporto Informativo sulle Aste

Google Data Studio: Caratteristiche e Funzionalità

MASTERCLASS

di Massimo Nava - Benedetto Motisi & Renato Fontana



LINGUA E INFO SOCIO - CULTURALI

LINGUA INGLESE

Conoscere le strutture e le funzioni linguistiche principali, la terminologia professionale e le espressioni tipiche del settore

Dare e comprendere informazioni in una comunicazione orale di tipo quotidiano con la clientela

Saper descrivere luoghi, oggetti e persone

Saper leggere e comprendere i testi tratti da materiali pubblicitari, da giornali, riviste, istruzioni varie

SICUREZZA SUL LAVORO E PRIVACY

di Antonio Sale

Principali tecniche di reporting e budgeting

Il C.C.N.L. del settore, INPS, INAIL

La normativa riguardante la tutela della salute e la sicurezza dei lavoratori nell'ambiente di lavoro e le fonti normative specifiche del settore, D, Legs 81/08 e s.l.i

Saper leggere e comprendere i testi tratti da materiali pubblicitari, da giornali, riviste, istruzioni varie

Nozioni di antincendio e primo soccorso

I dispositivi di protezione individuale (DPI), gestione ed utilizzo

Norme di sicurezza degli impianti L.37/08

DIRITTI D'AUTORE

di Valerio La Terza

Normativa Privacy e Diritti d'Autore