



G R A P H I C C O M M U N I C A T I O N

Programma corso 300 ore

ROMA

GRAPHIC COMMUNICATION

REGIONALE ANNUALE

GRAFICA EDITORIALE

Docente: Marco Farina

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.

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, 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"). Le tipografie online e quelle offline



GRAPHIC COMMUNICATION

REGIONALE ANNUALE

POST PRODUZIONE

Docente: Pierluigi Amato

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.

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.

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.



GRAPHIC COMMUNICATION

REGIONALE ANNUALE

BRAND IDENTITY I

Docente: Enrico Tanno

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.

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



GRAPHIC COMMUNICATION

REGIONALE ANNUALE

BRAND IDENTITY II

Docente: Enrico Tanno

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



GRAPHIC COMMUNICATION

REGIONALE ANNUALE

FOTOGRAFIA

Docente: Emanuele Mancini

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.

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

GRAPHIC DESIGN

Regionale annuale

STAMPA 3D

Docente: Ing. Fabio Brama

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.

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

INTRODUZIONE STAMPA 3D

Come questa tecnologia si discosta dal passato e si proietta al futuro.
Stampa 3D 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 e UTILIZZO DEI SUPPORTI

Alcuni errori comuni durante una stampa e come evitarli. Supporti, cosa sono, a cosa servono e come farli

TEMPI DI STAMPA

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

POST STAMPA, RIFINITURA E TRATTAMENTI

Ho il mio pezzo... e adesso? Cosa fare appena la stampante ha finito il suo lavoro
Alcuni trattamenti superficiali per migliorare l'aspetto dei nostri oggetti

PROTEZIONI, MATERIALI PARTICOLARI ED AGING

Alcuni materiali devono essere protetti dall'ambiente circostante
Disamina di alcuni trattamenti post stampa

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

GRAPHIC DESIGN

Regionale annuale

SOCIAL MEDIA MKTG

Docente: Davide Lima

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.

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.

INTRO

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

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.

GRAPHIC COMMUNICATION

REGIONALE ANNUALE

MONTAGGIO VIDEO

Docente: *Edoardo Pizzari*

Utilizzo dei programmi Adobe Premiere Pro e After Effects per il montaggio video, animazioni ed effetti visivi. Il modulo si concentrerà sulla realizzazione di video sponsorizzabili sulle varie piattaforme web (Google ADS) e social.

LINGUAGGIO VIDEO

Brevi cenni storici, linguaggio tecnico, tipologie di montaggio

ADOBE PREMIERE PRO

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 video pubblicitari

AFTER EFFECTS

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

EFFETTI VISIVI

Animazioni base, maschere, tracking, composizioni, oggetti 3D, chrome-key

MASTERCLASS

Docente: *Massimo Nava*

- Web Design: HTML/CSS - corso introduttivo
- Web Design: Wordpress - corso generale, inclusivo di orientamento e-commerce
- Motion Graphics: After Effects - Corso introduttivo
- Grafica e Comunicazione: Visual Storytelling
- Grafica e Comunicazione: Storytelling Transmediale
- Gestione del Portfolio e dell'identità
- Advertising e Linguaggi Visivi



GRAPHIC COMMUNICATION

REGIONALE ANNUALE

INFO SOCIO-CULTURALI

SICUREZZA SUL LAVORO E PRIVACY con 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.li
- 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 L37/08

DIRITTI D'AUTORE con Valerio La Terza

Normativa Privacy e Diritti d'Autore

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