

BANDO RIESCO AUTORIZZATO  
DALLA REGIONE LAZIO

# Corso Grafico Pubblicitario

# CORSO GRAFICO PUBBLICITARIO

Il corso in Grafico Pubblicitario intende fornire competenze trasversali per la progettazione e lo sviluppo di prodotti grafici e campagne di comunicazione che siano al passo con le nuove tecnologie e ai nuovi modelli espressivi propri del nostro secolo.

Gli insegnamenti sono strutturati in modo tale da guardare alle tematiche relative al Design da diversi punti di vista. Saranno affrontate sia questioni teoriche, ossia gli aspetti tecnico-scientifici, socio-culturali e normativi, sia gli aspetti prettamente progettuali.

La parte relativa alla progettazione sarà svolta attraverso la guida di grafici, Art Director e Copywriter attivi sul mondo del lavoro che sapranno guidare i partecipanti fino al livello del dettaglio esecutivo.

Durante il corso saranno visitate aziende, laboratori e musei in modo tale da comprendere da vicino i processi di produzione e lavorazione. L'obiettivo del corso è quello di fornire in modo più completo possibile tutti gli strumenti per poter affrontare e controllare l'intero processo realizzativo di un progetto di comunicazione, il tutto attraverso una visione sistemica del lavoro.

Qualora richiesto dallo studente, la formazione si concluderà con uno stage presso uno dei partner proposti dall'Istituto Pantheon o da realtà autonome scelte dai partecipanti, i quali potranno chiedere un periodo di internship anche tramite l'assistenza della segreteria del Corso.

La figura del Grafico Pubblicitario è quella di un progettista dotato di competenze sistemiche, capace di innovare, sia come libero professionista sia all'interno di realtà aziendali. È una figura con competenze trasversali tra quelle del Graphic Designer, del Designer e del Progettista Multimediale. Ha la capacità di migliorare le performance del progetto comunicativo intervenendo in modo creativo nei processi e nello studio degli elementi.

Le figure formate da questo percorso di studi potranno inserirsi nel mondo del lavoro come:

- Graphic Designer,
- Grafico Pubblicitario,
- Grafico Visualizer,
- Designer della comunicazione,
- Professionisti del marketing presso studi, agenzie di comunicazione e agenzie di produzione multimediale.

## **REQUISITI E PROVE DI SELEZIONE:**

Il percorso formativo è rivolto ad residenti o domiciliati nella Regione Lazio da almeno sei mesi , purché maggiorenni e in possesso di Diploma di Scuola Media Superiore o titolo equipollente.

I candidati tutti in possesso del requisito minimo del possesso del Diploma di Scuola Media Superiore, verranno selezionati attraverso 2 fasi:

### **Fase 1 - PROVA SCRITTA:**

accertamento dei requisiti sostanziali in ingresso attraverso un test strutturato volto a verificare le conoscenze base nel settore del Design e di cultura Generale;

### **Fase 2 – COLLOQUIO:**

Colloquio di tipo specialistico e motivazionale, finalizzato a valutare la motivazione alla partecipazione al corso e alla figura professionale in uscita, il livello di approfondimento delle conoscenze e capacità in ingresso, l'attitudine al ruolo, la capacità di relazione in un contesto di lavoro, predisposizione alle attività esecutive, capacità di analisi e sintesi; inoltre verranno valutate la capacità di organizzazione e pianificazione delle attività; flessibilità e capacità di adattamento, curiosità e spirito d'iniziativa.

Costituisce requisito preferenziale essere donne che vogliono inserirsi in settori in cui sono poco rappresentate (grafica pubblicitaria) o che vogliono reinserirsi nel mercato del lavoro dopo un periodo di assenza, oppure disoccupati di lunga durata.

Un ulteriore titolo preferenziale è il possesso di diploma di Scuola Media Superiore in campi affini.

## **OBIETTIVI:**

Gli obiettivi individuati per il Corso in “Grafico Pubblicitario” sono è quello di trasmettere ai partecipanti la comprensione del forte legame tra la Grafica e la Tecnologia facendo acquisire al discente le qualità del “problem solver”, rendendolo in grado di comprendere e anticipare le esigenze del mercato, mediarle con le intenzioni aziendali e tradurle in un progetto concreto e realizzabile. L'importanza di una sempre maggiore formazione specialistica in questo settore appare quindi strategica per la trasversalità dell'azione ed i suoi possibili impatti su altri settori. I settori nei quali i partecipanti possono spendere la propria formazioni sono pertanto infiniti, applicandosi ad ogni campo della comunicazione in ogni settore merceologico. L'expertise dell'Istituto di Cultura Pantheon, attivo dal 1969 in questo settore garantisce inoltre un approccio “job oriented”, attraverso una preparazione al passo con i tempi sia per gli aspetti teorici che progettuali.

Gli Obiettivi della nostra proposta sono:

- Preparare Grafici pubblicitari nel campo della produzione evolutiva di prodotti innovativi, con capacità strategiche e visione e gestione di processi complessi, tipici dell'Industria 4.0
- Supportare la ricerca di una nuova occupazione tra i partecipanti ai corsi tra le aziende convenzionate con il nostro Istituto.

- Confrontarsi con le dinamiche dell'innovazione e della ricerca nei molteplici settori della grafica;
- Acquisire la capacità di gestire tutte le fasi del processo progettuale;
- Accrescere la qualità dell'offerta formativa specialistica nel campo nell'area della grafica;
- Stimolare una formazione multidisciplinare e trasversale in ambito tecnico/artistico
- Promuovere la formazione e sostenere lo sviluppo di operatori qualificati ed adattabili;
- Stimolare percorsi di autoimprenditorialità per i partecipanti;

## **MODULI FORMATIVI**

### **Titolo del Modulo 1: Graphic Design 4.0**

**Durata:** 50 h

#### **Obiettivi:**

Il modulo di GRAPHIC DESIGN 4.0 ha l'obiettivo di assicurare padronanza dei metodi e delle tecniche artistiche e l'acquisizione di specifiche competenze disciplinari e professionali. Il fine è quello di fornire conoscenze e metodologie progettuali ed espressive nell'uso degli strumenti della rappresentazione e delle pratiche artistiche, con particolare riguardo al Graphic Design. Il Designer veicola l'innovazione sotto il profilo creativo, estetico, sociale e tecnologico. La sua cultura progettuale deve essere trasversale, coprendo aspetti teorici e competenze tecniche più specifiche. L'obiettivo è comprendere il forte legame tra il Design e la Tecnologia facendo acquisire al designer le qualità di problem solver, rendendolo in grado di comprendere e anticipare le esigenze del mercato, mediarle con le intenzioni aziendali e tradurle in un progetto concreto e realizzabile.

#### **Unità didattica:**

- 1.1 Progettazione (durata: 10 ore);
- 1.2 Lettering (durata: 10 ore);
- 1.3 Visual Design (durata: 10 ore);
- 1.4 Brand Design (durata: 10 ore);
- 1.5 Digital Design (durata: 10 ore);

**Conoscenze:** Progettazione grafica, studio del lettering, analisi della Brand identity, studio del graphic design in relazione al design digitale.

#### **Abilità:**

- Elaborazione condizione fattibilità tecnica.
- Raccolta, organizzazione delle esigenze comunicative della committenza.
- Capacità di redigere ipotesi di architettura grafica

**Didattica:** Lezioni frontali articolate in: aula, laboratori ed esercizi progettuali pratici e simulazioni attraverso la realizzazione di modelli, discussione di case studies e testimonianze di esperti.

**Valutazione:** Prova tecnico pratica intermedia. Prova tecnico pratica finale.

## **Titolo del Modulo 2: Design della Comunicazione**

**Durata:** 20 h

### **Obiettivi:**

L'obiettivo del modulo in DESIGN DELLA COMUNICAZIONE mira a far conoscere ai discenti i più importanti modelli della comunicazione, la storia e le teorie dei media e i principali paradigmi di ricerca sull'influenza dei mezzi di comunicazione di massa nella società, le caratteristiche del fare comunità e della comunicazione in rete, di padroneggiare autonomamente le conoscenze legate alla nascita ed evoluzione dei mass media applicate alla multimedialità.

### **Unità didattica:**

- 2.1 Analizzare, comprendere e progettare la comunicazione (durata: 4 ore);
- 2.2 Strategie di comunicazione pubblicitaria (durata: 8 ore);
- 2.3 Storytelling (durata: 8 ore);

### **Conoscenze:**

- Analizzare, comprendere e progettare una campagna di comunicazione efficace.
- Conoscenza delle più diffuse strategie di comunicazione pubblicitaria.
- Lo storytelling come strumento per comunicare la propria azienda.

### **Abilità:**

- Elaborazione piano di lavorazione in termini di risorse, tempi e vincoli di progetto.
- Capacità di individuare la migliore veste grafica per il proprio prodotto multimediale.
- Selezione ambienti e linguaggi di sviluppo grafico.

### **Didattica:**

Lezione frontale articolate in: lezioni in aula, laboratori ed esercizi progettuali pratici e simulazioni attraverso la realizzazione di modelli, discussione di case studies e testimonianze di esperti.

**Valutazione:** Prova tecnico pratica intermedia. Prova tecnico pratica finale.

## **Titolo del Modulo 3: Computer Graphic**

**Durata:** 40 h

**Obiettivi:**

Il corso fornisce allo studente gli strumenti e le strategie necessarie per realizzare un progetto di grafica tramite i mezzi informatici. Infatti alla fine del corso lo studente sarà in grado di modificare e modellare immagini, quali fotografie o immagini vettoriali, fino alla realizzazione di un progetto ben definito. In particolare si acquisiranno strumenti e metodi relativi all'impostazione strutturale di una corretta gerarchia degli elementi.

**Unità didattica:**

- 3.1 Basic Design Vettoriale (durata: 10 ore);
- 3.2 Visual Design Raster (durata: 10 ore);
- 3.3 Desktop Publishing (durata: 10 ore);
- 3.4 Adobe Acrobat (durata: 10 ore);

**Conoscenze:**

- Studio dei più diffusi programmi di elaborazione grafica.
- Gestione di file vettoriali complessi. Gestione del lavoro. Conoscenza dei formati di elaborazione.

**Abilità:**

- Ideazione e utilizzo dei software ed applicativi per lo sviluppo grafico.
- Capacità di definire il layout grafico del prodotto.

**Didattica:** Lezione frontale articolate in: lezioni in aula, laboratori ed esercizi progettuali pratici e simulazioni attraverso la realizzazione di modelli, discussione di case studies e testimonianze di esperti.

**Valutazione:** Prova tecnico pratica intermedia. Prova tecnico pratica finale.

**Titolo del Modulo 4: Brevetti e proprietà intellettuale**

**Durata:** 12 h

**Obiettivi:**

L'obiettivo del modulo è rendere in grado i discenti di proteggere i propri progetti dalla contraffazione o copia da parte di terzi attraverso lo studio e la conoscenza delle normative in vigore in Italia e in Europa.

**Unità didattica:**

- 4.1 Copyright (durata: 4 ore);
- 4.2 Proprietà intellettuale (durata: 4 ore);
- 4.3 Contraffazione o copia (durata: 4 ore);

**Conoscenze:**

Apprendere le normative del settore riguardanti il copyright di un marchio/prodotto.



**Abilità:**

Lo studente avrà acquisito le competenze necessarie alla protezione di un progetto grafico, saprà come riconoscere casi di contraffazione o copia e saerà muoversi all'interno delle normative italiane ed europee.

**Didattica:**

Lezione frontale, esercizi progettuali pratici e simulazioni attraverso la realizzazione di modelli, discussione di case studies e testimonianze di esperti.

**Valutazione:** Prova tecnico pratica finale.

**Titolo del Modulo 5: Design Digitale per l'industria 4.0**

**Durata:** 20 h

**Obiettivi:**

L'obiettivo del modulo è rendere in grado i discenti di proteggere i propri progetti dalla contraffazione o copia da parte di terzi attraverso lo studio e la conoscenza delle normative in vigore in Italia e in Europa.

**Unità didattica:**

- 4.1 Il prodotto del futuro: smart products and smart design (durata: 4 ore);
- 4.2 Design thinking per l'innovazione digitale (durata: 4 ore);
- 4.3 Il processo della progettazione tipica del design di prodotto e di servizio per trovare nuove soluzioni (durata: 4 ore);
- 4.4 Le tappe del design thinking: empathize - define - ideate - prototype - test (durata: 4 ore);
- 4.5 Il Rapid Prototyping (durata: 4 ore);

**Conoscenze:**

Apprendere le metodologie del design thinking attraverso l'approccio progettuale proprio del progettista (designer).

**Abilità:**

Capacità di ideazione e progettazione di campagne di comunicazione mirate alla ottimizzazione della customer experience in funzione del consumatore inteso come soggetto privilegiato nella filiera nell'industria 4.0.

**Didattica:**

Lezione frontale, esercizi progettuali pratici e simulazioni attraverso la realizzazione di modelli, discussione di case studies e testimonianze di esperti.

**Valutazione:** Prova tecnico pratica intermedia. Prova tecnico pratica finale.

## **Titolo del Modulo 5: Project Work**

**Durata:** 12 h

### **Obiettivi:**

Obiettivo del Project Work è consentire all'allievo la realizzazione di un percorso progettuale secondo logiche di interconnessione tra diversi sistemi e strumenti di gestione tra loro collegati. Il Project Work sarà definito mirando ad ottenere una ricaduta sulle performances del partecipante che lo realizza tenendo conto degli elementi specifici del settore di appartenenza e della fattibilità; pertanto sarà necessario l'ausilio metodologico/tecnico della docenza, sia nella modalità "in presenza", sia nella modalità "a distanza". Il Project Work deve essere inteso come progetto di miglioramento su diversi macro-temi progettuali e il discente potrà sviluppare degli action plan operativi per dare avvio a futuri progetti.

### **Unità didattica:**

4.1 Elaborazione di progetto (durata: 4 ore);

### **Conoscenze:**

Il Project Work rappresenta una sperimentazione attiva dei contenuti appresi durante il Corso, collegato alla metodologia "learning by doing" basata sulla realizzazione di un progetto professionalizzante con obiettivi prefissati e contesti reali d'intervento che stimoleranno nei partecipanti creatività, capacità interpretativa, analisi critica e soprattutto collegamento fra aspetti teorici ed operativi.

### **Abilità:**

Capacità di gestire un progetto in totale autonomia con la supervisione dei docenti.

### **Didattica:**

esercizi progettuali pratici e simulazioni attraverso la realizzazione di modelli, discussione di case studies.

### **Valutazione:**

Prova tecnico pratica intermedia. Prova tecnico pratica finale.



## PIANO DIDATTICO

Moduli formativi	Durata (ore)	Metodologia
<b>Modulo 1 –Graphic Design 4.0</b>	<b>50</b>	<b>Aula</b>
U.D. 1.1. • progettazione	10	Aula
U.D. 1.2 • lettering	10	Aula
U.D. 1.3 • visual design	10	Aula
U.D. 1.4 • brand design	10	Aula
U.D. 1.5 • digital design	10	Aula
<b>Modulo 2 - Design della comunicazione</b>	<b>20</b>	<b>Aula</b>
U.D. 2.1 • analizzare, comprendere e progettare la comunicazione	4	Aula
U.D. 2.2. • strategie di comunicazione pubblicitaria	8	Aula
U.D. 2.3 • storytelling	8	Aula
<b>Modulo 3 - Computer Graphic</b>	<b>40</b>	<b>Aula</b>
U.D. 3.1 • basic design vettoriale	10	Aula
U.D. 3.2 • visual design raster	10	Aula
U.D. 3.3 • desktop publishing	10	Aula
U.D. 3.4 • adobe acrobat	10	Aula
<b>Modulo 4 - Brevetti e proprietà intellettuale</b>	<b>8</b>	<b>Aula</b>
U.D. 4.1 • Copyright	4	Aula
U.D. 4.2 • Proprietà intellettuale	2	Aula
U.D. 4.3 • Contraffazione e copia	2	Aula
<b>Modulo 5 – Design digitale per l’Industria 4.0</b>	<b>20</b>	<b>Aula</b>
U.D. 5.1 • Il prodotto del futuro: smart, producte e smart design	4	Aula
U.D. 5.2 • Design Thinking per l’innovazione digitale	4	Aula
U.D. 5.3 • Processo della progettazione tipica del design di prodotto e di servizio per nuove soluzioni	4	Aula
U.D. 5.4 • le tappe del design thinking: empathize – define- ideate – prototipe - test	4	Aula
U.D. 5.5 • Rapid Prototyping	4	
<b>Modulo 6 – Project Work</b>	<b>12</b>	<b>Aula</b>
U.D. 6.1 • Elaborazione progetto	12	Aula
<b>Durata complessiva del percorso di formazione ( ore 150) e del tirocinio (ore 0)</b>		

## **FASI OPERATIVE**

### **I Fase. Attività di Orientamento (18 ore)**

L'attività si concretizzerà nell'organizzazione di incontri individuali di orientamento che avranno una durata complessiva di 18 ore a favore di ogni Fruitore della carta.

#### **Obiettivi:**

L'orientamento è un processo che permette alla persona di prendere decisioni quando deve scegliere la direzione da seguire in ambito personale o professionale. Di conseguenza l'orientatore è colui che fornisce gli strumenti per individuare la strada da percorrere e raggiungere efficacemente la destinazione. Per questo oggi è fondamentale parlare di orientamento permanente, inteso come un processo continuo focalizzato all'individuazione e al potenziamento delle capacità della persona per realizzarsi integralmente.

Nello specifico, la persona deve essere in grado di:

- Conoscere sé stessi e le proprie risorse in funzione di attitudini, interessi, valori, conoscenze e competenze;
- Conoscere la realtà sociale e il mercato del lavoro;
- Conoscere le figure professionali compatibili con il proprio potenziale;
- Scoprire e sviluppare una progettualità personale e professionale;
- Acquisire una maturazione della capacità decisionale;
- Individuare il proprio obiettivo professionale;
- Individuare il proprio progetto professionale;
- Acquisire gli strumenti idonei ad un'efficace ricerca del lavoro.

#### **Contenuti:**

Oggetto del Modulo di Orientamento sarà la definizione dei concetti di:

- Orientamento professionale: insieme di azioni volte a supportare l'ingresso nel mercato del lavoro. In questo caso l'orientamento è volto a verificare e valorizzare le competenze, individuare i punti deboli da rafforzare e definire un obiettivo professionale raggiungibile.
- Orientamento per il reinserimento lavorativo: insieme di azioni volte a sostenere un cambiamento di status/ruolo nel mercato del lavoro. Attraverso un'analisi del percorso professionale ed il bilancio di competenze si ridefinisce un nuovo progetto professionale in linea con le capacità individuali ed il contesto di riferimento;
- Evoluzione del mercato del lavoro giovanile: i nuovi strumenti legislativi di politiche attive, agevolazioni alla creazione di impresa, strumenti teorici e pratici per l'avvio di percorsi autoimprenditoriali;
- Skills di placement individuale: tecniche per un'elaborazione efficace del curriculum vitae e della lettera di presentazione, strumenti pratici per condurre un buon colloquio di selezione.

## **II Fase. Formazione d'aula (150 ore + 4 ore esame)**

### **III Fase. Tirocinio (50 ore)**

Stage Formativo garantito a tutti i partecipanti che si realizzerà in una delle 26 imprese convenzionate con l'Istituto Pantheon per questo progetto, oppure in una delle aziende convenzionate con il partner. Lo stage avrà durata di 50 ore, con un impegno giornaliero non superiore alle 6 ore.

## **SEDE DEL CORSO**

Istituto Pnatheon Design & Technology - Via delle Fornaci 155 – 00165 Roma

## **DURATA DEL CORSO**

Gennaio 2018 - Aprile 2018

## **RIFERIMENTI E CONTATTI**

Istituto Pnatheon Design & Technology

Via delle Fornaci 155 – 00165 Roma

Tel: 06-6786478

Email: [info@istitutopantheon.it](mailto:info@istitutopantheon.it)

[www.istitutopantheon.it](http://www.istitutopantheon.it)