

PASSERELLE/IDONEITÀ IN 4[^] IPS

TECNICHE PROFESSIONALI DEI SERVIZI COMMERCIALI PUBBLICITARI

PROGRAMMA DI 3[^] IPS

MATERIA DI INDIRIZZO

Prof.: TRIVISONE ANNUNZIATA - trivisone.annunziata.PROF@salesianibologna.it

Testo di riferimento: PROGETTAZIONE GRAFICA, Clemente Francavilla, Hoepli

Argomenti su cui verterà la prova (relativamente al programma di 3[^] IPS):

inserire gli eventuali riferimenti alle pagine del libro > file digitale "Passerella_3-4IPS-TPP_Scansioni_Libro.pdf"

ELEMENTI DI PSICOLOGIA DELLA FORMA (cap. 1)

- 1.1 Relatività di colore, dimensione, forma.
- 1.2 Realtà fisica e percettiva.
- 1.3 Interazione oggetto campo, l'equilibrio visivo
- 1.4 Il campo ottico e le sue leggi.
- 1.16 Leggi della configurazione visiva, Gestalt. (approfondimento dispense digitali "Psicologia della Gestalt.pdf")

MONOGRAMMA, MARCHIO E LOGOTIPO (cap. 4 e 8)

- 4.1 - Definizioni (Marchio e Immagine Coordinata)
- 4.2 - Funzioni del Marchio
- 4.3 - Classificazione tipologica e formale
- 8.2, 8.4, 8.5 – Metodologia progettuale (lettura)
- Esercitazioni pratiche:
analisi di marchi e logotipi;
progettazione monogramma personale;
progettazione marchio e logotipo per un committente.



IMMAGINE COORDINATA, MODULISTICA COMMERCIALE (cap. 6 e 7)

- 6.3 - Dalla modulistica all'azione di immagine coordinata aziendale
- 6.4 - La modulistica commerciale (principali veicoli, requisiti)
- 7.1 - La composizione del testo
- 7.2 - La struttura del progetto grafico
- 7.3 (p 159-160) - Il valore della gabbia di layout
- Esercitazioni pratiche:
analisi di immagini coordinate;
applicazione del marchio progettato alla modulistica commerciale cartacea e digitale,
manuale d'uso di immagine coordinata (InDesign).

PRINCIPALI MEZZI DI COMUNICAZIONE DI MASSA, LA PUBBLICITÀ (cap. 11)

- 11.1 - L'annuncio stampa (print ads) [pagina pubblicitaria]
- 11.2 - Gli elementi costitutivi
- 11.3 - Funzioni comunicative
- 11.4 - Letture analitiche: esempi
- 11.8 (p 204-205) – Il manifesto
- 11.9 - Un capitolo a parte: il manifesto di advertising (+ formati)
- Principali mezzi, caratteristiche e funzioni comunicative
(Allegati digitali: *Pieghevole_Volantino.jpg, brochure_Opuscolo.jpg, Manifesto_Locandina.jpg*)

- Esercitazioni pratiche:
Progettazione di manifesto, locandina e depliant coordinati per evento culturale o tema sociale.
Studio e realizzazione (o restyling) pagina pubblicitaria per periodico cartaceo e web con visual originale composto grazie al fotomontaggio.

LABORATORIO

- DISEGNO VETTORIALE: ILLUSTRATOR
- IMPAGINAZIONE EDITORIALE: INDESIGN (basi)
- ELABORAZIONE IMMAGINI: PHOTOSHOP

Esercitazioni pratiche descritte sopra nella cartella "Allegati_Esercitazioni_Passerella in 4 IPS-TPP"

Domande simili a quelle che potrebbero capitare durante la prova

VERIFICA MARCHIO

1) Elenca i requisiti che deve possedere un marchio

Identificazione (aspetto semantico):

Coerenza formale (aspetto sintattico):

Versatilità (aspetto funzionale):

2) Come si può ottenere un'efficace identificazione del marchio col referente?

3) Scrivi la definizione di Tipogramma e Logotipo.

4) In cosa consiste la fase di "metaprogetto"?

5) Elenca le fasi di lavoro per la realizzazione di un marchio.

VERIFICA IMMAGINE COORDINATA

1) Cosa significa "impaginare"?

2) Quali sono le regole base per l'impaginazione di un testo "giustificato" (o a pacchetto).

3) Indica, aiutandoti con un disegno sul retro del foglio, tutti gli elementi che possono comporre una carta da lettere intestata e la loro disposizione.

4) Disegna le aree non stampabili della busta e spiega perché non si può stampare in queste aree.

5) Quali di questi elementi contribuisce al coordinamento nell'immagine coordinata?

caratteri tipografici

colori

elementi grafici

posizione del marchio o logotipo

dimensione del testo

tipo di cartoncino

6) Elenca almeno 10 proprietà del carattere tipografico che il grafico gestisce per comunicare.

7) Cosa s'intende per gerarchia in comunicazione visiva?

8) Quali sono i requisiti che deve avere un biglietto da visita commerciale?

avere dimensioni max. 8.5x5.5 cm

contenere il ruolo dell'intestatario

essere memorabile

contenere marchio ed elem. grafici nei margini di 5 mm.

stile coordinato con la carta intestata

essere stampato sul fronte e sul retro

9) Quanto misura una busta americana con finestra?

21x29,7 cm.

22,8x11 cm.

21x11 cm.

21x10 cm.

10) Secondo il tuo libro di testo, da cosa dipende il successo dell'informazione visiva?

VERIFICA PUBBLICITÀ

1) Scrivi la definizione dettagliata di pubblicità descrivendone le principali caratteristiche.

2) Quali sono gli scopi che la comunicazione pubblicitaria, commerciale e sociale, persegue?

3) Cos'è una Campagna Pubblicitaria?

4) Chi e in quale modo si occupa della realizzazione della Pubblicità Progresso?

5) Come avviene la diffusione di una campagna di Pubblicità Progresso?

6) Di seguito sono elencati i principali elementi dell'annuncio pubblicitario.

Per ognuno indica brevemente le finalità (obbiettivi) del loro utilizzo in relazione alla comunicazione.

Elemento	Finalità comunicative
VISUAL	
PACKSHOT	
HEADLINE	
BODYCOPY	
MARCHIO	
PAYOFF	

Materiale allegato (fotocopie del testo o altro – da lasciare alla Presidenza):

Allegati_Teoria_Passerella in 4 IPS-TPP

- Passerella_3-4IPS-TPP_Scansioni_Libro.pdf,
- ElementiAnnuncio.pdf,
- Marchio_Teoria_sintesi.pdf,
- MARCHIO_Classificazione_Formale.pdf,
- Pieghevole_Volantino.jpg,
- Brochure_Opuscolo.jpg,
- Manifesto_Locandina.jpg,
- Psicologia della Gestalt.pdf

Allegati_Esercitazioni_Passerella in 4 IPS-TPP”

- BRIEF MONOGRAMMA PERSONALE 2015.pdf
- BRIEF_ImgCoordinata_2015-16_GdF.pdf
- Brief_Avis_2015-16.pdf