



PASSERELLE/IDONEITÀ IN 3^a IPS - 4^a IPS

TECNICHE PROFESSIONALI DEI SERVIZI COMMERCIALI PUBBLICITARI

AMMISSIONE ALLA 4^a IPS

MATERIA DI INDIRIZZO

Prof.: CARPANELLI MADDALENA – carpanelli.maddalena.PROF@salesianibologna.it

Testo di riferimento: Gli occhi del grafico, discipline grafiche. Giovanni Federle e Carla Stefani, Clitt

Argomenti su cui verterà la prova (relativamente al programma di 2^a IPS):

- TUTTO IL PROGRAMMA PER L'AMMISSIONE ALLA 3^a IPS

a cui si aggiungono i seguenti argomenti (relativamente al programma di 3^a IPS)

inserire gli eventuali riferimenti alle pagine del libro:

La composizione: La pagina comunica, gabbia e griglia, allineamenti, suggerimenti per comporre

Gli artefatti: Il pieghevole, la pubblicità, il manifesto e il poster, l'invito, il packaging

Audiovisivo e multimediale: i nuovi mezzi, il web, lo storyboard

dispense aggiuntive del docente

MARCHIO PER AZIENDA

Marchio e comunicazione; La funzione del marchio; Il progetto del marchio; La struttura del marchio; Manuale d'uso del marchio.

Coerenza formale, sintesi grafica e stilizzazione.

Ricerca e analisi di marchi e logotipi.

Esercitazioni pratiche:

analisi di marchi e logotipi;

progettazione monogramma personale;

progettazione marchio e logotipo per un committente.

IMMAGINE COORDINATA DI BASE E CORPORATE IDENTITY

Disegno del marchio, la carta intestata, biglietto da visita, locandina.

Progettazione modulistica commerciale partendo dalle regole determinate da una normativa grafica esistente.

Esercitazioni pratiche:

applicazione del marchio progettato alla modulistica commerciale cartacea e digitale,

manuale d'uso di immagine coordinata (InDesign).

GRAFICA EDITORIALE

La Gabbia; La griglia; La griglia come strumento; La spaziatura orizzontale; La spaziatura verticale; Gestione Fonts e Paragrafi; L'interlinea.

Impaginazione e gerarchia degli spazi

Regole generali di composizione e impaginazione

Forme diverse di scomposizione e organizzazione dello spazio

Metodi di gestione colore e spazi cromatici

Tipi di allineamenti; La separazione dei paragrafi; La gerarchia;

Gli indici; La tabella; La numerazione delle pagine.

Funzionalità del programma InDesign, principalmente per produrre strumenti di comunicazione editoriale ed esecutivi per la stampa.

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.

PRINCIPI DI PACKAGING

Principi di packaging e la creazione di etichette.

STORIA E CLASSIFICAZIONE DEL CARATTERE, IL TESTO, LA LEGGIBILITÀ, L'AVVICINAMENTO

Classificazione dei font

Analisi e gestione delle fonti tipografiche

Font e leggibilità

La componente espressiva del testo

LOCANDINA E MANIFESTO

- Uso delle griglie per la costruzione del design e per la struttura di agina. Principali prodotti editoriali e loro caratteristiche peculiari.
- Funzionalità delle diverse forme di gestione grafica del testo Il template di stampa;
- La grafica e l'impaginazione; Font, livelli e paragrafazione;

Output di stampa; Le abbondanze; I profili colore per la tipografia.

Layout e prove di stampa; Il manifesto; Il volantino

LABORATORIO

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

Domande simili a quelle che potrebbero capitare durante la prova

VERIFICA MARCHIO

1) Definizione di pittogramma?

Il pittogramma è la parte _____ di un marchio, la parte grafica non _____ e non _____ . Il pittogramma rimanda all' _____ allo stesso modo del logo.

2) Il marchio: Vero o falso? Scegli la risposta esatta.

- Il monogramma è la composizione delle lettere finali interpretate graficamente.
- Nel progettare un marchio è importante conoscere ed applicare correttamente le leggi della comunicazione visiva.
- La registrazione del marchio ne tutela l'esclusività.
- Il marchio può essere costituito solo da una combinazione di nome e simbolo.
- Il marchio permette di riconoscere l'azienda produttrice in tutti i contesti in cui essa si presenta,

3) Elenca alcuni artefatti grafici dove può essere presente il marchio aziendale:

4) Differenza tra pittogramma e ideogramma. Spiega nel modo più esaustivo possibile.

5) Nel progettare un marchio è importante tenere presente che: Vero o falso? Scegli la risposta esatta.

- Deve essere leggibile in dimensioni diverse: deve mantenere immutata la propria forza comunicativa anche se riprodotto in dimensioni ridotte o ingrandite.
- Deve essere riproducibile solo per un tipo di supporto con tutte le tecniche di stampa.
- Non sempre deve rappresentare un'idea: la sua forma può essere gradevole e funzionale senza rappresentare la filosofia dell'azienda.
- Deve esprimersi attraverso forme sintetiche, per essere immediatamente riconoscibile è necessario che sia disegnato con forme semplici.
- È unico ed originale, la sua forma può essere riconducibile a qualche altro marchio ma con un messaggio comunicativo differente.

6) Il marchio deve:

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> essere unico e inconfondibile agli occhi del consumatore | <input type="checkbox"/> rappresentare con efficacia l'identità di un prodotto o di una azienda |
| <input type="checkbox"/> trasmettere una emozione | <input type="checkbox"/> tutte le precedenti |

7) Definizione di marchio:

È quell' _____ grafico che nasce con lo scopo di riassumere in pochi _____ il messaggio, i _____ e i principi che caratterizzano un _____ .

8) Descrivi la storia del logo nutella, l'analisi del logo e il messaggio di comunicazione

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) 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

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

6) 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

7) Quanto misura una busta americana con finestra?

- 21x29,7 cm.
- 22,8x11 cm.
- 21x11 cm.
- 21x10 cm.

VERIFICA COPERTINE EDITORIALI

1) Cosa si intende per sfrido di lavorazione?

- taglio, macchia o altra lesione fatta per vandalismo su un'immagine o su un'opera d'arte.
- l'insieme dei residui di lavorazione
- Elemento decorativo
- il sottrarsi dal dovere con inganno

2) I formati più comuni nella pubblicazione dei libri (più risposte plausibili)

- 13x19 cm per le collane tascabili
- 22x24 cm per gli albi illustrati
- 50x50 cm per i libri fotografici
- 42x29,7 cm per formati orizzontali
- 10x15 cm formato mini
- 17x24 cm formato standard

3) Materiali della copertina (più risposte plausibili)

- carta
- mdf
- cartone
- plastica
- cartone rivestito

4) Nelle considerazioni progettuali di una copertina di un libro perché è da considerare la sua tridimensionalità?

5) Definizione di amanuense?

6) Indicare e nominare tutti gli elementi che riconoscete in questa copertina

7) Quali sono i fattori da tenere conto nella progettazione di una copertina di un libro? Descrivi in maniera esaustiva un fattore che hai appreso a scelta

8) Per cosa ricordiamo Aldo Manuzio

9) Nell'evoluzione storica si passa dalla tipografia, alla composizione manuale fino ad arrivare all'impaginazione digitale, descrivi quali sono le tappe salienti e le sue caratteristiche

10) Quali file contiene un pacchetto di salvataggio di indesign (più risposte plausibili)

Materiale allegato:

Esercizi o domandi simili a quelle che potrebbero capitare durante la prova

Link diretto: https://drive.google.com/drive/folders/1KGd8EycN9xjUrWN9vbgQcrp8UL8o-Yih?usp=share_link

Esercizi idoneità IPS.pdf

Dispense aggiuntive Passerella in 4 IPS-TPP

Link diretto: https://drive.google.com/drive/folders/1ofmor_K0r-erFt4rLc0HrKQZE5WJJa13?usp=share_link

Marchio - coordinato immagine.pdf

manifesto.pdf

copertina del libro.pdf

mezzi artefatti.pdf

la composizione del testo.pdf

preparare un file di stampa.pdf

Allegati brief in 4 IPS-TPP

Link diretto: https://drive.google.com/drive/folders/1I6RYHkrTVhVtv0ZNPgJiH9uM1TdL-xrJg?usp=share_link

- Brief_marchio e manuale.pdf
- BRIEF analisi di un brand.pdf
- Brief coordinato immagine
- Brief annuncio pubblicitario su più mezzi