



PASSERELLE/IDONEITÀ IN 4^ IPS
2022/23

TECNICHE PROFESSIONALI DEI SERVIZI COMMERCIALI PUBBLICITARI

AMMISSIONE ALLA 5^ IPS

MATERIA DI INDIRIZZO

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

Testo di riferimento: Gli occhi del grafico, discipline grafiche 3-4, 5. Giovanni Federle e Carla Stefani, Clitt

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

- TUTTO IL PROGRAMMA PER L'AMMISSIONE ALLA 4^ IPS
Esercizi idoneità IPS.pdf

Argomenti su cui verterà la prova (relativamente al programma di 4^ IPS):

METODO PROGETTUALE E PRINCIPALI PRODOTTI PUBBLICITARI

Riferimenti ai materiali teorici > Libro modulo 8 **il pieghevole**, modulo 1 **fare grafica** + dispensa del docente **gestalt**

- o Metodo di progettazione, principi di composizione, Teoria della Gestalt
- o Iter di un progetto grafico thumbnail layout, rough, finished layout
- o Prodotti grafici di stampa, a chi è destinato, funzionalità
- o Pieghevole, Volantino, Flyer, Cartolina, Biglietto augurale, Brochure,
- o Manifesto, Locandina, Poster - Ricerca e analisi prodotti grafici.

EDITORIA: BIGLIETTO PIEGHEVOLE

- o Sviluppare una buona capacità di osservazione, di analisi, di progettazione e di esecuzione grafica in relazione al progetto assegnato.
- o Sapersi relazionare con un committente reale.
- o Gestione del progetto grafico dal brief fino al layout definitivo con un buon grado di autonomia, sia tecnica che teorica. Saper interpretare un brief orale e scritto, essere puntuale nelle consegne.
- o Visione esempi biglietti augurali, analisi del mezzo.
- o Esercitazioni pratiche
- o Progettazione grafica del biglietto augurale (bozzetti-layout) per un committente reale, studio / ricerca di un adeguato messaggio verbale e visivo, layout definitivo della proposta selezionata, mockup realistico.
- Esercitazioni pratiche
- **Concorso pieghevole natalizio per la scuola salesiana** con gestione di tutti gli elementi della comunicazione. Analisi pieghevole, disegno pieghe, progettazione visual, applicazione, esecutivi per la stampa, costruzione prototipo tridimensionale virtuale (mock-up).

PACKAGING

Riferimenti ai materiali teorici > Libro modulo 8 **il packaging** + dispensa del docente **Packaging**

- o Conoscenza dei concetti e delle caratteristiche peculiari legati al packaging, essere in grado di gestirli autonomamente nell'iter di lavoro e di esporre con proprietà di linguaggio in forma scritta e orale, aver sviluppato una buona capacità di osservazione, di analisi, di progettazione e di esecuzione grafica.
- o Saper gestire tutte le fasi di progettazione e realizzazione di un prodotto di cartotecnica bidimensionale e tridimensionale.

- o Analisi delle CARATTERISTICHE delle principali TIPOLOGIE di packaging e relazione col marketing aziendale.

ELEMENTI DI MARKETING E COMUNICAZIONE PUBBLICITARIA

- o Conoscere il mercato, target, concorrenza, marketing mix,
- o 4 P del marketing: quali sono e dove si applicano
- o Prodotto e prezzo: ciclo di vita del prodotto.
- o Studio target, target audience e personas.

Esercitazioni pratiche

Restyling della confezione di un prodotto scelto con gestione di tutti gli elementi della comunicazione. Analisi packaging cartaceo esistente e di due concorrenti, disegno fustella, progettazione della nuova grafica, applicazione, esecutivi per la stampa, costruzione prototipo tridimensionale virtuale (mock-up).

Foto del mock-up e utilizzo come packshot per una pagina pubblicitaria.

LA PUBBLICITÀ LA CAMPAGNA PUBBLICITARIA

Riferimenti ai materiali teorici > Libro **Cap. 16 + files digitali cartella Packaging**

- o LA PUBBLICITÀ, evoluzione storica, definizione, caratteristiche, terminologia, generi, forme e formati, fasi di lavoro per la creazione di una campagna pubblicitaria (Ricerca, brief, copy strategy, piano media, elaborazione creativa, verifica dei risultati).
- o Le forme della comunicazione: l'annuncio stampa, il manifesto
- o Elementi costitutivi, visual, headline, pay off, body copy
- o Il linguaggio pubblicitario, le figure retoriche (semantiche, di suono...)
- o Pubblicità, definizione, caratteristiche, terminologia, fasi di lavoro per la creazione di una campagna pubblicitaria
- o Tecniche e strumenti per lo sviluppo di una campagna pubblicitaria (cenni introduttivi ed esempi): Ricerca, brief, copy strategy, piano media, elaborazione creativa, verifica dei risultati
- o Codice Autodisciplina Pubblicitaria

L'AGENZIA PUBBLICITARIA E I RUOLI PROFESSIONALI

- o Conoscenza della struttura dell'agenzia a servizio completo, dei diversi reparti e delle professionalità che vi operano. Capacità di individuare i collegamenti tra le diverse funzioni svolte in agenzia e fuori di essa.
- o Esercizio: storytelling in relazione all'attività di stage.

ELEMENTI DI TECNICA PUBBLICITARIA

- o Conoscenza delle definizioni e della terminologia specifica, contesto storico e artistico di sviluppo.
- o Iter di un progetto grafico thumbnail layout, rough, finished layout
- o Saper riconoscere e definire le diverse tipologie di campagna pubblicitaria e di format (classificazione), conoscere le peculiarità dei singoli mezzi e il coordinamento di più mezzi.

SPOT PUBBLICITARIO e CORTOMETRAGGIO

- o Definizione e conoscere le fasi di creazione di uno spot, le professionalità coinvolte, gli strumenti progettuali (Sceneggiatura, script, copione, storyboard, titoli di testa e di coda), la ripresa (campi, piani, inquadrature), il montaggio
- o Grafica in movimento, le principali professioni
- o Esercizi di montaggio con imovie

GRAFICA MULTIMEDIALE e PRODOTTI MULTIMEDIALI

- o Introduzione alla progettazione di grafica multimediale interattiva, caratteristiche peculiari, differenze d'approccio progettuali.
- o Conoscere i concetti fondamentali di multimedialità, ipertestualità e interattività, la classificazione tipologica dei siti Web, le principali professioni operanti nel settore, gli elementi fondamentali del prodotto multimediale
- o Saper gestire tutte le fasi di progettazione di un sito web, layout e gabbie grafiche responsive.
- o Ottimizzazione immagini per il web, risoluzione grafica, dimensione dell'immagine, formati immagini (jpg, png, gif), colore per il web (RGB)
- o Ottimizzazione audio e video
- o Font per il web, leggibilità, scalabilità e comprensione del testo; pesi del font e font-weight. Google Font

WEB DESIGN E WORDPRESS

Riferimenti ai materiali teorici > Libro modulo 9 **Audiovisivo e multimediale (le caratteristiche, il web) + dispensa del docente web design**

- o Introduzione html ai siti web, Server, hosting e domini, Usabilità dei siti web, CMS e Wordpress
- o grafica e gabbie grafiche nel web

- o Articoli, pagine e menu di navigazione, Logo, favicon per il sito web, inserimento modulo di contatti o form e mappa
- o Esercitazioni pratiche
- o Portfolio lavori personale
- Esercitazioni pratiche
- **Realizzazione portfolio personale in wordpress** con gestione di tutti gli elementi della comunicazione. Progettazione e ottimizzazione risorse, salvataggio per il web.
-

GRAFICA EDITORIALE

- o Studio di un progettista e creazione di un artefatto comunicativo di stampa e destinato al web.
- o Progettazione di una pubblicazione composta da: copertina, pagine interne, stile di paragrafo, stili di carattere

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

Esercizi idoneità IPS.pdf

Allegati_brief_in 4 IPS-TPP ([allegati digitali](#)):

- BRIEF_Packaging_beauty.pdf
- Brief_campagna pubblicitaria.pdf
- Brief_articolo Indesign.pdf
- Brief_pieghevole.pdf
- Brief_remixposter graphic.pdf

Dispense aggiuntive Passerella in 5 IPS-TPP

Metodo di progettazione

strategia di comunicazione

packaging

videomaking

web design

editorial design