

REA<sup>®</sup>

VISUAL



**GRAPHIC COMMUNICATION**  
Programma corso 300 ore

**ROMA**

80 ore

# BRAND IDENTITY

di Massimo Nava



○ INTRODUZIONE AL CORSO

○ IL CONCETTO DI "IDENTITÀ" E DI "LOGO" NELLA CULTURA

○ CORPORATE E BRAND IDENTITY ESTESA

concetti di base e casi studio di riferimento

○ FORMATI, FILES E RIFERIMENTI

immagini raster e vettoriali, la costruzione digitale e le generative arts 2d, 3d, frattali e altri generi

○ ILLUSTRATOR: INTRODUZIONE AL SOFTWARE

panoramica essenziale layout, tavole da disegno e gerarchia dei livelli, strumenti, pannelli e layout, funzionalità di disegno: pennelli e add ons, funzionalità di interazione e modifica delle immagini, funzionalità di manipolazione dell'immagine, font, librerie e gestione del testo, gestione del colore e delle librerie di riferimento, stili grafici e librerie, filtri, plugin e integrazioni (2d, 3d e griglie virtuali), simboli, istanze e automatismi strumenti speciali e tecniche miste, tips & tricks da conoscere, interazione con design e modelli (packaging, templates, mockup), impaginazione e modelli editoriali: web, digitale e stampa, gestione dei files e dialogo con photoshop e indesign

○ ILLUSTRATOR: DISEGNO E APPROFONDIMENTO

character design, figure astratte, combinazioni di immagini, costruzione di icone, creative tips & gems on illustrator

○ BRAND IDENTITY: PARTE I

logo, stile, design e mood, modelli creativi, casi studio e trends, ricerca e riferimenti: dal web ai casi studio, psicologia dei colori

○ BRAND IDENTITY: PARTE II

brainstorming: dalla carta alla tavola di disegno  
strumenti alternativi: tablet, pen, tavoletta wacom, cintiq, conversione digitale, app & softwares

○ BRAND IDENTITY: PARTE III

naming, logotipo, pittogramma, headline e payoff, glifi e aggiunte, icone e librerie  
case studies, applicazioni utili (suggestions)

○ BRAND IDENTITY: PARTE IV

il brand manual: modelli, varianti e orientamento, la corporate identity - varietà e casi studio, varianti di stile, strategia e mood board, advertising

○ BRAND IDENTITY: PARTE V

elevator pitch: presentare il progetto di un logo, storytelling ed engagement, integrare varianti di stile, suggestioni animate, librerie di affiancamento, applicazioni pratiche e simulazioni, licenze d'uso: risorse, font, shapes, modelli e contratti

○ PROJECT WORKS

logo personale dei partecipanti: simulazione 1 - creazione logo per azienda, simulazione 2 - creazione logo per progetto creativo, simulazione 3 - creazione logo per azienda ii

100 ore

# ADVERTISING

di Giovanni Savelli



## INTRODUZIONE AL CORSO: LA SUGGERIZIONE DELL'IMPATTO VISIVO

Testare la conoscenza base su photoshop: verranno mostrate delle immagini di pura CGI e si cercherà di capire tramite dialogo su cosa verterà il corso

## ORIENTAMENTO: CONCEPT, MOOD E DIREZIONI CREATIVE

Ricerca su delle immagini d'ispirazione, facente parte del ramo grafico/visivo e verrà chiesto alla classe di cimentarsi nella spiegazione di ogni immagine; come secondo loro è stata prodotta e pensata

## LA POST PRODUZIONE E I SOFTWARE

Cenni sulla storia del software e sulla storia della post produzione, dall'800 ai giorni nostri

## IL COLORE: COMPrensIONE, ANALISI E APPROFONDIMENTO

Teoria dei pixel, teoria dei colori, sintesi additiva e sottrattiva

## PHOTOSHOP: OVERVIEW I

interfaccia generale di photoshop: comandi principali (panoramica completa e anatomia dei pannelli), metodi di salvataggio, formati di file e rischi sulla compressione, panoramica strumenti per categoria (editoriale, creativa, fotografica, ecc..)

## PHOTOSHOP: OVERVIEW II

selezioni base e complesse, pennelli di base e pennelli avanzati, filtri e plugin di terze parti (overview)

## PHOTOSHOP: OVERVIEW III

maschere: gestione, adattamento e applicazioni pratiche, le regolazioni di livello, maschere vettoriali

## PHOTOSHOP: WORK IN PROGRESS

alla classe verranno assegnate delle immagini prestabilite, senza libertà di modificare o stravolgere il lavoro, così che ognuno abbia la stessa difficoltà del compagno, verranno assegnati diversi lavori da sviluppare tra casa e accademia, questo servirà da azzeramento, così da avere la classe tutta sullo stesso livello, il web: formati, esportazione e ottimizzazione

## PHOTOSHOP: AUTORI, GENERI E STILI

autori di riferimento e tecniche speciali, stili e settori (dalla pubblicità al fotoritocco creativo), digital arts, advertising, 2d, 3d e photobashing: introduzione ai generi creativi

## LIBRERIE CREATIVE

la gestione delle librerie creative e le risorse consigliate, la scelta delle immagini "giuste", criteri di post-produzione ed errori frequenti

## ORIENTAMENTO

il ruolo del grafico nel flusso di lavoro, la collaborazione con gli altri ruoli professionali, evoluzione della figura e prospettive

## MASH UP - LAVORARE IN TEAM

lezione di fotografia (base) in sala posa, per dimostrare il valore di una buona post produzione e del rapporto collaborativo a stretto contatto con fotografi e figure complementari

70 ore

# GRAFICA EDITORIALE

di Marco Farina



## INTRODUZIONE AL CORSO INDESIGN

presentazione del programma didattico generale e dei progetti didattici di classe: la rivista creativa, la brochure, il portfolio

## CONCETTI DI BASE - GRAPHIC DESIGN

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" e file XMP), Le tipografie online e quelle offline

30 ore

# VIDEO EDITING

di Marco Farina

## LINGUAGGIO VIDEO

brevi cenni storici, linguaggio tecnico, tipologie di montaggio

## APPROCCIO A PREMIERE

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 di uno spot pubblicitario abbinato ad uno dei lavori grafici realizzati durante l'anno



20 ore

# MOTION GRAPHICS

di Massimo Nava

## INTRODUZIONE

cenni storici, introduzione alla grafica raster/vettoriale, panoramica sui formati grafici curve bezier, terminologia tecnica

## COSA VUOL DIRE ANIMARE

il tempo in animazione, in between animation, fotogrammi, key frame, layout/inquadrature, ingombri dell'inquadratura (safe area), terminologia tecnica

## GRAFICHE PER IL VIDEO

creare una grafica per il video, creare grafiche in chiave, creare sequenze di immagini come importare le grafiche e come interpretare il metraggio, terminologia tecnica

## EFFETTI E TESTI

panoramica effetti, intervenire sul colore, trasparenza, transizioni tra immagini, terminologia tecnica, esercizio in aula per applicare effetti, livelli di regolazione, parentela tra livelli, creare un testo, animare un testo, unire il testo ad una grafica, principali utilizzi dei testi in tv e al cinema, panoramica effetti da applicare ai testi, titoli di coda

## LE MASCHERE E TRACCIATI

creare le maschere, modificarne i parametri e animarle, applicazione maschere su video e grafiche, creare un freeze frame e giocare con le maschere, creare tracciati, animare un oggetto su tracciato, utilizzo pratico di questa funzione  
tracciamento del movimento: introduzione

## ESPORTARE

come esportare un video, una sequenza di immagini, un'immagine singola

