

REA[®]

VISUAL



**G R A P H I C & W E B
C O M M U N I C A T I O N**

Programma corso REA Academy

NAPOLI

150 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

150 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

60 ore

GRAFICA EDITORIALE

di Massimo Nava



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

40 ore

WEB DESIGN



di Alessandro Pacilli

- HTML**
tag HTML principali per la gestione di oggetti base nella pagina, gli attributi, gerarchizzazione dei contenuti mediante i tag, i link, gli elenchi, le immagini, le tabelle, i selettori, le classi
- CSS**
i css, principali attributi css
- I CMS**
introduzione al mondo dei CMS, analisi dei principali CMS, i template, i plugin, Hosting (server e database), acquisto di uno spazio web e sue caratteristiche
- INSTALLAZIONE WORDPRESS**
download, settaggio ed Installazione WordPress, selezione dei temi, siti per risorse esplorazione della dashboard di WordPress
- WORDPRESS**
Spiegazione delle varie aree di wordpress, gli articoli e le categorie, i media, alias e permalink, personalizzazione aspetto del tema, il menu, i widget, i plugin, installazione dei principali plugin e settaggio, i plugin, installazione di plugin avanzati, le altre impostazioni, gli utenti ed i permessi, realizzare un e-commerce con Woocommerce, test, prova pratica realizzazione landing page
- WEB DESIGN E USER EXPERIENCE**
tecniche di web design: layout, risoluzioni, dispositivi

40 ore

WEB MARKETING



di Germano Proietti

- INTRODUZIONE INTERNET E WEB MARKETING**
cenni storici, evoluzione del web, il funnel del marketing, il customer journey
- ADWORDS**
introduzione a google adwords ed al pay per clic, apertura dell'account e setting di una campagna, ricerca delle parole chiave e realizzazione dei gruppi di annunci, le estensioni annuncio, il remarketing e il monitoraggio delle conversioni
- GOOGLE ANALYTICS**
installazione, le metriche, i kpi, gli obiettivi, il monitoraggio degli eventi
- REPORT**
realizzazione di un report

60 ore

SOCIAL MEDIA

di Massimo Nava



- INTRODUZIONE AL SOCIAL MEDIA MARKETING**
Tutto quello che c'è da sapere sulla nascita dei "social", Storia, Piattaforme e dinamiche essenziali, i 3 "piloni" fondamentali, le 4 regine, concetti chiave di riferimento, fenomeni, meteore e altre storie interessanti, cicli, rivoluzioni e società moderna, la fase di ascolto, la società dei dati
- SOCIAL MEDIA MAP**
panoramica di genere, modelli di business, visual marketing, storytelling creativo, advertising e promozione, best target references, community, influencers e la fan base
- STRATEGIE E DINTORNI**
personal brand, social commerce & selling, social caring, wiki e modelli alternativi community, tribe marketing e awareness, gamification & advertgameemail, landing e altri strumenti, non-conventional marketing: input, stili e casi studio da conoscere
- FACEBOOK ABOUT - TUTTO QUELLO CHE C'È DA SAPERE**
la piattaforma - overview generale, fan pages - interfaccia, impostazioni e caratteristiche, fan pages - templates e funzionalità integrate, fan pages - add ons (canvas, moduli, instant articles) facebook, fan pages e instagram, gruppi ed eventi, approfondimenti
- FACEBOOK ABOUT - CAMPAGNE PROMOZIONALI E PROFILI BUSINESS**
analisi di pubblico e insights per le fan pages: pixel di monitoraggio, creazione del pubblico (fasce audience e segmenti), adv-interfaccia e dinamiche essenziali, adv-modelli promozionali e formati, adv-gestione del budget e pianificazione, adv-analisi dei dati, del pubblico e riavvio
- INSTAGRAM**
overview generale, formati e modelli di business, gestione di hashtag e riferimenti, pubblico e riferimenti target per la community, strategie e modelli di business, approfondimenti
- LINKEDIN**
panoramica della piattaforma, profilazione di base e avanzata, predisposizione delle aree di supporto, networking: strategie e modelli di business, apertura di pagine brand e vetrine, apertura di gruppi tematici, altre opzioni e funzionalità accessorie (profinder, slideshare, lookup ecc..), formazione, lavoro e ricerca, advertising, campagne e metriche, strategie e modelli di business
- TWITTER**
panoramica della piattaforma, dinamiche essenziali e interazioni cardine, configurazione del profilo widget e applicazioni, hashtag e aggregazione contestuale, funzioni speciali per i profili, advertising, campagne e metriche, strategie e modelli di business
- YOUTUBE**
panoramica dei canali e introduzione agli account, dashboard, creative studio e applicazioni, funzioni speciali e metriche di riferimento, configurazione del canale, configurazione e predisposizione dei video, modelli creativi, gestione delle playlist e del canale, reti, interazioni e modelli di business, vlog, blogger e fenomenologie della community, note tecniche sulla produzione dei video
- PIATTAFORME, DINAMICHE E APPROFONDIMENTI A CONFRONTO**
tumblr, pinterest, google+, snapchat, telegram, vimeo, twitch, spotify, soundcloud, reti, interazioni e modelli di business, vlog, blogger e fenomenologie della community, note tecniche sulla produzione dei video
- RELOAD STRATEGY**
ruoli professionali e nuove figure del mondo del lavoro, strumenti di lavoro per l'analisi, la pianificazione, la produzione e la pubblicazione dei contenuti, il piano editoriale standard, crossmedia vs transmedia, email marketing e database professionali, feed, aggregazione e social wall, social sharing, interazioni e integrazioni con le pagine web