

CORSO PER GRAPHIC DESIGNER

Codice Organismo	AH0734			
Titolo del progetto (inserire il titolo indicato nel D.A.)	NIKE Corso per Graphic Designer - GraphDes			
Codice Progetto	Prot. N. 649 dell'allegato A al D.A. n. 2912 del 28/12/2007 - PROF2008			
Numero interventi formativi	1			
Settore di intervento (a)	ICT			
Obiettivo (b)	FORM			
Numero edizioni	n. 1			
Sede dell'intervento formativo (ripetere la sede-prov e comune in caso di più edizioni dell'intervento formativo)	Provincia	PA	Comune	Palermo
Tipologia dei destinatari (c)	Disoccupati/Inoccupati Giovani disoccupati da più di 6 mesi Adulti disoccupati da più di 12 mesi Giovani disoccupati da meno di 6 mesi Adulti disoccupati da meno di 12 mesi Donne			
Livello di scolarità richiesto (d)	Dipl. Scuola Media Superiore			
Altri requisiti richiesti	Residenza regione Sicilia Dipl. Scuola Media Superiore Stato di disoccupazione/inoccupazione			
Profilo Professionale in uscita	<p>Graphic Designer</p> <p>Tale professionista avrà competenze specifiche nell'ambito della progettazione grafico-visuale della Comunicazione di un ente/azienda/prodotto. Ha quindi conoscenze generali relative a:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tecniche di comunicazione, - teoria della grafica, <p>Ha competenze approfondite su:</p> <ul style="list-style-type: none"> - multimedialità - innovazione tecnologica - immagine coordinata (identità globale di un'azienda o di un evento); - grafica editoriale (libri, riviste, cataloghi); - packaging (progetti per confezioni di prodotti); - marchi e logotipi; - allestimento di spazi espositivi (design per mostre, fiere, esposizioni); - segnaletica; - grafica per il web; - grafica di animazione. <p>Può trovare lavoro presso:</p> <ul style="list-style-type: none"> - studi professionali di graphic design, grafica editoriale, packaging, visual identity, comunicazione multimediale, exhibit design; - uffici grafici interni alle aziende: impostazione degli stampati e della comunicazione interna e esterna; - reparto grafico delle redazioni dei periodici: nel ruolo di direttore creativo o di responsabile dell'impaginazione; - case editrici: nel ruolo di responsabile della progettazione o di responsabile dell'immagine di una linea editoriale (come ad esempio per collane di libri o opere multimediali); - agenzie di pubblicità: assumendo il ruolo di consulente per il coordinamento di una campagna o di specifici interventi di comunicazione legati all'immagine corporate (marchio e sua 			

	applicazione); collaborazione con agenzie, studi o committenti individuali su progetti specifici, con il ruolo di free lance.
Sintesi dell'intervento Formativo	<p>Nel mondo contemporaneo in cui la comunicazione è fattore di successo, il graphic designer è la figura chiave. Attraverso il linguaggio della grafica e della comunicazione visiva, il graphic designer può determinare il successo di prodotti e servizi, amplificando la loro brand identity e precisandone meglio il loro posizionamento. All'interno di questo corso, s'imparerà a comprendere il contesto del mercato e a comunicare usando tutti gli strumenti visivi e narrativi, tra cui anche video e new media. Per questa ragione il corso di studio approfondirà tutti i campi della comunicazione: dalla creazione di un marchio, all'immagine coordinata, sino a giungere all'advertising. Solo così, il graphic designer sarà in grado di applicare tutte le regole del marketing e della comunicazione ad ogni suo progetto. Creare e definire concept, ricercare e definirne lo stile: queste sono oggi le nuove regole di base di un perfetto graphic designer ed il suo lavoro saprà dare voce a immagini e parole. Obiettivo del corso è quindi di formare un professionista che realizzi in forma visiva e creativa messaggi complessi, utili a stabilire un efficace livello di interazione con i destinatari dei messaggi stessi.</p> <p>L'attività formativa per le sue peculiari caratteristiche legate a tematiche fortemente innovative prevede l'intervento di docenti ed esperti con esperienze specifica sulle tematiche trattate.</p> <p>Per favorire l'acquisizione e l'integrazione delle competenze (di base, trasversali, specialistiche), particolare importanza è stata data alle metodologie formative; l'impostazione metodologica del corso consentirà l'integrazione di momenti di formazione tradizionale (in aula, frontale e FAD) con momenti di formazione di tipo seminariale (focus di approfondimento con libero dibattito), e con una parte finale di formazione-intervento (stage) in cui il discente assume il ruolo di protagonista attivo del processo formativo. Nel dettaglio si prevede quanto segue:</p> <p>a. formazione "blended" - ossia moduli di formazione finalizzati al trasferimento di competenze di base, trasversali e parte delle competenze specialistiche, sia attraverso un'attività frontale d'aula (teoria ed esercitazioni) sia attraverso formazione a distanza (fad).</p> <p>b. seminari formativi - ossia focus e approfondimento delle tematiche più innovative tenuti da esperti del settore; i seminari consentiranno ai partecipanti, in un ambiente informale e da pari a pari, di condividere con esperti esperienze reali di lavoro, casi studio e buone pratiche, all'interno dei quali saranno focalizzati aspetti di particolare interesse sollevati dai partecipanti stessi.</p> <p>d. stage - Le attività di stage forniranno agli allievi la possibilità di concretizzare le conoscenze acquisite durante tutto il percorso formativo, di inserirsi in un contesto ed una struttura organizzativa aziendale, sperimentando "on the job" lo start up delle idee progettuali. Tale progettualità riguarderà prevalentemente: immagine coordinata (identità globale di un'azienda o di un evento); grafica editoriale (libri, riviste, cataloghi); packaging (progetti per confezioni di prodotti); marchi e logotipi; allestimento di spazi espositivi (design per mostre, fiere, esposizioni); segnaletica; grafica per il web; grafica di animazione, etc. Le attività programmate di stage assumeranno quindi una connotazione formativa in quanto permetteranno ai partecipanti di applicare on the job quanto appreso e di avere un confronto diretto con modalità lavorative concrete e con un "ruolo" professionale progressivamente costruito in aula durante il percorso formativo effettuato.</p>
Obiettivi dell'intervento formativo	L'obiettivo è formare un professionista che realizzi in forma visiva e creativa messaggi complessi, utili a stabilire un efficace livello di interazione con i destinatari dei messaggi stessi mediante il trasferimento di conoscenze di base ed avanzate per l'utilizzo di programmi di grafica e di impaginazione nonché delle appropriate competenze tecniche per un efficace approccio alla gestione del progetto di grafica e alla sua realizzazione.
Principali argomenti trattati	<p>Area I - Competenze di base: Applicazione del D.lgs 626/94; Inglese; Informatica di base; Formazione ambientale; Diritto del lavoro e sindacale.</p> <p>Area II - Competenze specialistiche tecnico professionali: Teoria della grafica; Strumenti e Tecniche di comunicazione; Grafica bitmap: Fotoshop; Grafica vettoriale: Illustrator; Grafica 3D: 3D Studio Max; SW per impaginazione grafica: InDesign; Realizzazione di progetti grafici.</p>

		Area III - Competenze trasversali: Presentazione Corso; Cultura d'impresa; Cultura europea; Spendibilità della professione; Pari Opportunità.			
Durata dell'intervento formativo		Anni:	Mesi: 9	ore: 900	
		Teoria:159	Pratica: 631	FAD: 110	
Organizzazione settimanale (numero giorni): dal lunedì al venerdì		Organizzazione giornaliera: (numero ore al di) 5 hh dalle 14.00 alle 19.00			
Stage		Si: x	Aziende ospitanti: Serverstudio srl		
		No:	Officine Informatiche Siciliane snc Enti Museali Aziende turistiche		
Attestato Rilasciato (°)		CQSup			
Numero Allievi	Totale 15	Maschi	7	Femmine	8
Modalità di selezione		Si (specificare quale) Test di cultura generale Colloquio individuale		no	
Altre informazioni					
Iscrizioni presso		SERVER s.r.l.			
Indirizzo		Via Mariano Stabile, 160 90139 Palermo			
Recapiti telefonici		091/322601		091/6055799 fax	