

REPERTORIO DEI TITOLI E DELLE QUALIFICAZIONI DELLA REGIONE CAMPANIA

STANDARD FORMATIVO	
Denominazione Standard Formativo	Tecnico esperto delle attività di ideazione e sviluppo dell'immagine di campagne pubblicitarie
Livello EQF	5
Settore Economico Professionale	SEP 24 - Area comune
Area di Attività	ADA.24.04.15 - Ideazione e sviluppo di progetti pubblicitari
Processo	Marketing, sviluppo commerciale e pubbliche relazioni
Sequenza di processo	Pubbliche relazioni, comunicazione, promozione e pubblicità
Qualificazione regionale di riferimento	Tecnico esperto delle attività di ideazione e sviluppo dell'immagine di campagne pubblicitarie
Descrizione qualificazione	Il tecnico esperto delle attività di ideazione e sviluppo dell'immagine di campagne pubblicitarie opera all'interno delle Agenzie Pubblicitarie e di Comunicazione curando principalmente la parte visiva delle campagne. A lui spetta quindi il compito di tradurre in termini visivi l'idea della campagna. Definisce la veste grafica e lo stile generale del prodotto e, in collaborazione con il Project Manager, specifica le soluzioni visive per ogni singola sezione. Le sue aree di attività riguardano principalmente il mondo della fotografia e dell'audiovisivo, dell'immagine e del packaging. Deve essere un buon grafico, avere ottime conoscenze delle tecniche e dei processi di stampa e di computer grafica
Referenziazione ATECO 2007	M.70.21.00 - Pubbliche relazioni e comunicazione M.73.11.01 - Ideazione di campagne pubblicitarie M.73.11.02 - Conduzione di campagne di marketing e altri servizi pubblicitari M.73.12.00 - Attività delle concessionarie e degli altri intermediari di servizi pubblicitari
Referenziazione ISTAT CP2011	3.3.3.6.1 - Tecnici della pubblicità
Codice ISCED-F 2013	0211 Audio-visual techniques and media production
Durata minima complessiva del percorso (ore)	600
Durata minima di aula (ore)	300
Durata minima laboratorio (ore)	60
Durata minima delle attività di aula e laboratorio rivolte alle KC (ore)	60
Durata massima DAD aula	0
Durata massima FAD aula	0
Durata minima tirocinio in impresa (ore)	240
Durata minima stage + Laboratorio (ore)	300
Requisiti minimi di ingresso dei partecipanti	Possesso di titolo di studio / qualifica professionale attestante il raggiungimento di un livello di apprendimento pari almeno a EQF 4, acquisito nell'ambito degli ordinamenti di istruzione o nella formazione professionale, fatto salvo quanto disposto alla voce ""Gestione dei crediti formativi"". Per quanto riguarda coloro che hanno conseguito un titolo di studio all'estero occorre presentare una dichiarazione di valore o un documento equipollente/corrispondente che attesti il livello del titolo medesimo. Per i cittadini stranieri è inoltre necessario il possesso di un attestato, riconosciuto a livello nazionale e internazionale, di conoscenza della lingua italiana ad un livello non inferiore al B1 del QCER. In alternativa, tale conoscenza deve essere verificata attraverso un test di ingresso da conservare agli atti del soggetto formatore. Sono

	dispensati dalla presentazione dell'attestato i cittadini stranieri che abbiano conseguito il diploma di scuola secondaria superiore presso un istituto scolastico appartenente al sistema italiano di istruzione. Tutti i requisiti devono essere posseduti e documentati dal corsista al soggetto formatore entro l'inizio delle attività. Non è ammessa alcuna deroga
Requisiti minimi didattici comuni a tutte le UF/segmenti	Formazione d'aula specifica e formazione tecnica mediante attività pratiche/ laboratoriali
Requisiti minimi di risorse professionali	Docenti qualificati, provenienti per almeno il 50% dal mondo del lavoro. I docenti devono possedere un titolo di studio adeguato all'attività formativa da realizzare e una documentata esperienza professionale e/o di insegnamento, almeno triennale, nel settore di riferimento. Per i docenti impegnati unicamente in attività formative di natura pratica/laboratoriale, i predetti requisiti si riducono al possesso della sola documentata esperienza professionale e/o di insegnamento almeno triennale strettamente attinente all'attività formativa da realizzare. I tutor di stage / tirocinio devono possedere titolo di studio adeguato all'attività formativa da realizzare e, nello specifico, una documentata esperienza professionale almeno triennale nel settore di riferimento.
Requisiti minimi di risorse strumentali	È necessario disporre di aule e/o laboratori congruamente attrezzati
Requisiti minimi di valutazione e di attestazione degli apprendimenti	1. Prevedere verifiche periodiche di apprendimento a conclusione di ogni UF. 2. Condizione minima di ammissione all'esame finale è la frequenza di almeno l'80% delle ore complessive del percorso formativo. 3. Esame finale pubblico in conformità alle disposizioni regionali vigenti. La valutazione finale ha lo scopo di verificare l'acquisizione delle competenze previste dal corso. 4. Certificazione rilasciata al termine del percorso: "Certificazione di qualifica professionale" per "Tecnico esperto delle attività di ideazione e sviluppo dell'immagine di campagne pubblicitarie"
Grado minimo d'istruzione previsto	-
Età minima prevista	-
Gestione dei crediti formativi	E' ammesso il riconoscimento dei crediti formativi (di ammissione e di frequenza) in conformità alle disposizioni previste dalla normativa regionale vigente, salvo quanto altrimenti disposto
Eventuali ulteriori indicazioni	
ELENCO DELLE UNITA' FORMATIVE	
1 - Gestione degli strumenti tecnici e tecnologici per la produzione di progetti pubblicitari 2 - Ideazione e sviluppo dell'immagine della campagna pubblicitaria 3 - Selezione dei canali della comunicazione visiva 4 - Sviluppo dei progetti e realizzazione di prototipi di campagne pubblicitarie	

CORSI ANNUALITÀ

Anno	Ore	Esame Intermedio
1° Anno	600	No

DETTAGLIO UNITA' FORMATIVA n.1

Denominazione unità formativa	Gestione degli strumenti tecnici e tecnologici per la produzione di progetti pubblicitari
Livello EQF	5
Denominazione unità di competenza	Gestione degli strumenti tecnici e tecnologici per la produzione di progetti pubblicitari (2347)
Risultato formativo atteso	Controllare la produzione dell'immagine attraverso la combinazione di simboli verbali, visivi e sonori
Abilità	<ol style="list-style-type: none">1. Ideare la stesura e l'organizzazione dei contenuti rappresentati sui supporti multimediali, preservando i principi di usabilità e navigabilità2. Individuare i materiali, le tecniche e le risorse tecnologiche necessarie a garantire la qualità dei materiali e dei prodotti3. Ricercare i materiali adeguati alla realizzazione del packaging, effettuando il controllo dei formati e della confezione4. Utilizzare le risorse tecniche hardware e la strumentazione software dedicata5. Utilizzare le tecnologie appropriate per la realizzazione di progetti di comunicazione multimediale6. Valutare le opportunità di utilizzo di soluzioni grafiche e prodotti multimediali anche interattivi
Conoscenze	<ol style="list-style-type: none">1. Applicazioni software per la gestione e la creazione di immagini: x-press, illustrator, free hand, photoshop2. Elementi di flash design per la gestione di immagini, suoni e animazioni3. Elementi di progettazione cad per il design di interni e l'analisi architettonica4. Programmi di grafica digitale per la gestione dei formati grafici e delle immagini vettoriali5. Software per il web design, per costruire e gestire la comunicazione visiva on line6. Strumenti di presentazione multimediale per eseguire la presentazione dei prototipi7. Supporti e strumenti fotografici per la stampa artistica e la gestione delle tecniche di impaginazione8. Tecnologie web per la gestione delle immagini e dei video in ambito multimediale
Vincoli (eventuali)	

DETTAGLIO UNITA' FORMATIVA n.2

Denominazione unità formativa	Ideazione e sviluppo dell'immagine della campagna pubblicitaria
Livello EQF	5
Denominazione unità di competenza	Ideazione e sviluppo dell'immagine della campagna pubblicitaria (2348)
Risultato formativo atteso	Trasformare le idee associate all'oggetto da promuovere in immagini attraverso l'identificazione dello stile del design
Abilità	<ol style="list-style-type: none"> 1. Interpretare i linguaggi e decodificare i messaggi della comunicazione visiva traducendoli mediante codici estetico-formali 2. Interpretare il brief o le specifiche di progetto provenienti dal reparto progettazione per individuare le soluzioni di immagine che meglio interpretano gli obiettivi della campagna 3. Interpretare le strategie d'immagine dei clienti, il posizionamento di mercato, i target di riferimento 4. Ordinare gli strumenti della comunicazione, producendo i messaggi visivi che la diffondono attraverso conoscenze scientifiche ed artistiche 5. Raccogliere dati e informazioni per definire l'immagine e la grafica della campagna pubblicitaria 6. Selezionare news e informazioni utili alla rappresentazione, riadattandole alle esigenze specifiche dell'immagine progettata 7. Trasformare in termini di comunicazione visiva il messaggio dell'impresa/cliente per rispondere ai principi di identificazione
Conoscenze	<ol style="list-style-type: none"> 1. Caratteristiche socio-culturali del contesto al fine di anticipare le ultime tendenze della società e della moda, le abitudini e i costumi del momento 2. Elementi di psicologia dei consumi e della comunicazione, per l'identificazione dei processi comportamentali che definiscono le scelte, le tendenze e i costumi di uno specifico target 3. Elementi di sociologia per l'applicazione delle tecniche di analisi del contesto socio-culturale 4. Legislazione della comunicazione per la tutela e la disciplina dei diritti d'autore 5. Storia dell'arte e architettura per valutare le scelte di stile delle campagne in relazione alla necessità di eseguire ricostruzioni di ambienti, immagini e rappresentazioni 6. Tecniche di analisi di mercato per la conoscenza e la raccolta delle informazioni che caratterizzano il contesto di riferimento 7. Tecniche di design per la definizione dello stile degli ambienti utilizzati nella campagna pubblicitaria 8. Tecniche e metodologie della comunicazione visiva per la gestione dell'immagine e dello stile trasmesso nei diversi contesti sociali
Vincoli (eventuali)	

DETTAGLIO UNITA' FORMATIVA n.3

Denominazione unità formativa	Selezione dei canali della comunicazione visiva
Livello EQF	4
Denominazione unità di competenza	Selezione dei canali della comunicazione visiva (2349)
Risultato formativo atteso	Selezionare il mix di canali idonei alla diffusione visiva della campagna sulla base delle specifiche progettuali dell'immagine assegnata
Abilità	<ol style="list-style-type: none">1. Controllare la qualità del processo di produzione dell'immagine visiva nell'ambito dello strumento rappresentativo scelto2. Effettuare l'analisi del target e del posizionamento in relazione ai canali della comunicazione visiva ad esso interessati3. Scegliere fra differenti tecniche illustrative la più adeguata per la realizzazione del prodotto commissionato4. Valutare le caratteristiche riproduttive delle produzioni visive tradizionali e moderne in funzione delle caratteristiche dell'immagine progettata
Conoscenze	<ol style="list-style-type: none">1. Tecniche di valutazione comparativa dei differenti strumenti e mezzi di comunicazione per valutare economicamente le scelte del mix ottimale2. Criteri e indicatori di impatto visivo per comparare le modalità di applicazione e di utilizzo dei mezzi di comunicazione in relazione all'ambiente e al target di destinazione3. Elementi di sociologia per la valutazione dell'impatto dei diversi canali visivi4. Normativa dei diritti d'autore per la tutela della proprietà intellettuale nei rispettivi canali di comunicazione visiva5. Strumenti di produzione multimediale per valutare e misurare l'impatto del messaggio visivo del canale web6. Tecnologie delle produzioni visive tradizionali e moderne per valutare le funzionalità di rappresentazione e di impatto visivo7. Teoria e tecnica della comunicazione di massa per la misurazione della diffusione dell'immagine in specifici contesti
Vincoli (eventuali)	

DETTAGLIO UNITA' FORMATIVA n.4

Denominazione unità formativa	Sviluppo dei progetti e realizzazione di prototipi di campagne pubblicitarie
Livello EQF	5
Denominazione unità di competenza	Sviluppo dei progetti e realizzazione di prototipi di campagne pubblicitarie (2350)
Risultato formativo atteso	Creare una serie di proposte di stile e d'immagine della campagna pubblicitaria rispondenti alla strategia di marketing indicata dal Committente
Abilità	<ol style="list-style-type: none">1. Definire il piano economico e i tempi per la realizzazione del progetto rispettando la tempistica concordata con il cliente2. Effettuare la rilevazione dei dati necessari per la preventivazione3. Fornire le indicazioni sul materiale da utilizzare/produrre per la gestione dell'immagine fotografica4. Impostare le diverse soluzioni per la proposta, attraverso la realizzazione di bozze e schizzi5. Presentare schemi esecutivi che forniscano tutte le indicazioni utili per la riproduzione, sia con tecniche manuali, sia utilizzando sistemi di computer grafica6. Realizzare il layout di presentazione relativo alla proposta scelta7. Realizzare il mock-up per il packaging per qualsiasi tipo di intervento scenografico o decorativo finalizzato all'ambientazione di eventi, set cinematografici e fotografici8. Realizzare una sequenza ordinata e ritmata secondo i tempi previsti, di immagini, testi e commento sonoro legati secondo un'organizzazione cinetica (story board)
Conoscenze	<ol style="list-style-type: none">1. Disegno grafico professionale per la produzione di illustrazioni2. Metodologie di design della comunicazione multimediale per la produzione grafica, pubblicitaria e web design3. Principi di contabilità gestionale per la valutazione dei costi di produzione4. Principi di controllo di gestione e budgeting per effettuare la preventivazione dei costi e dei tempi di lavoro5. Tecnica fotografica per la produzione e gestione delle immagini riprodotte dalla realtà6. Tecniche di allestimento e decorazione per la presentazione degli spazi e dei locali utilizzati nell'ambito della campagna pubblicitaria7. Tecniche di packaging per l'identificazione dell'immagine di confezionamento e di presentazione del prodotto8. Tecniche di produzione visiva per ottimizzare l'efficacia del messaggio e la percezione nell'ambito del target definito9. Tecniche di scenografia e coreografia per la gestione delle immagini nell'ambito di rappresentazioni video o teatrali10. Tecniche di trattamento digitale video per gestire la produzione dell'immagine sui supporti video
Vincoli (eventuali)	