# REPERTORIO DEI TITOLI E DELLE QUALIFICAZIONI DELLA REGIONE CAMPANIA

| STANDARD FORMATIVO | |
|---|---|
| **Denominazione Qualificazione** | **Tecnico esperto delle attività di ideazione e sviluppo dell'immagine di campagne pubblicitarie** |
| **Denominazione Standard Formativo** | **Tecnico esperto delle attività di ideazione e sviluppo dell'immagine di campagne pubblicitarie** |
| **Durata percorso Formativo** | 1 anni |
| **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<br>M.73.11.01 - Ideazione di campagne pubblicitarie<br>M.73.11.02 - Conduzione di campagne di marketing e altri servizi pubblicitari<br>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 |
| **Ulteriori indicazioni per l'e-learning** | Esclusivamente per i Soggetti specificamente accreditati per la FAD, la stessa è consentita secondo quanto previsto all'art. 8, comma 2, della D.G.R. n. 294/2018. |
| **Durata minima complessiva del percorso (ore)** | 600 |
| **Durata minima di aula (ore)** | 300 |
| **Durata minima laboratorio (ore)** | 60 |
| **Durata delle attività formative rivolte alle KC (ore)** | 60 |
| **Percentuale durata massima e-learning sincrona in rapporto alla durata d'aula** | 0 |
| **Percentuale durata massima e-learning asincrona in rapporto alla durata d'aula** | 0 |
| **Durata minima tirocinio curriculare ore** | 240 |

| | |
|---|---|
| **Durata minima tirocinio curriculare + 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/Moduli** | 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 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" |
| **Percentuale Assenza massima consentita** | 20 |
| **Percentuale Termine ultimo di inserimento (TUI)** | 20 |
| **Attestazione in esito** | Certificazione di qualifica professionale |
| **Normativa di riferimento** | |
| **Grado minimo d'istruzione previsto** | - |
| **Età minima prevista in ingresso** | - |
| **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** | |
| **Composizione Standard Formativo** | Unità Formative |

**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) |
| **Descrizione della performance da osservare** | Controllare la produzione dell'immagine attraverso la combinazione di simboli verbali, visivi e sonori |
| **Descrizione breve** | |
| **Abilità** | 1. Ideare la stesura e l'organizzazione dei contenuti rappresentati sui supporti multimediali, preservando i principi di usabilità e navigabilità<br>2. Individuare i materiali, le tecniche e le risorse tecnologiche necessarie a garantire la qualità dei materiali e dei prodotti<br>3. Ricercare i materiali adeguati alla realizzazione del packaging, effettuando il controllo dei formati e della confezione<br>4. Utilizzare le risorse tecniche hardware e la strumentazione software dedicata<br>5. Utilizzare le tecnologie appropriate per la realizzazione di progetti di comunicazione multimediale<br>6. Valutare le opportunità di utilizzo di soluzioni grafiche e prodotti multimediali anche interattivi |
| **Conoscenze** | 1. Applicazioni software per la gestione e la creazione di immagini: x-press, illustrator, free hand, photoshop<br>2. Elementi di flash design per la gestione di immagini, suoni e animazioni<br>3. Elementi di progettazione cad per il design di interni e l'analisi architettonica<br>4. Programmi di grafica digitale per la gestione dei formati grafici e delle immagini vettoriali<br>5. Software per il web design, per costruire e gestire la comunicazione visiva on line<br>6. Strumenti di presentazione multimediale per eseguire la presentazione dei prototipi<br>7. Supporti e strumenti fotografici per la stampa artistica e la gestione delle tecniche di impaginazione<br>8. Tecnologie web per la gestione delle immagini e dei video in ambito multimediale |
| **Durata minima di aula (ore)** | |
| **Durata minima tirocinio curriculare (ore)** | |
| **Note (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) |
| **Descrizione della performance da osservare** | Trasformare le idee associate all'oggetto da promuovere in immagini attraverso l'identificazione dello stile del design |
| **Descrizione breve** | |
| **Abilità** | 1. Interpretare i linguaggi e decodificare i messaggi della comunicazione visiva traducendoli mediante codici estetico-formali<br>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<br>3. Interpretare le strategie d'immagine dei clienti, il posizionamento di mercato, i target di riferimento<br>4. Ordinare gli strumenti della comunicazione, producendo i messaggi visivi che la diffondono attraverso conoscenze scientifiche ed artistiche<br>5. Raccogliere dati e informazioni per definire l'immagine e la grafica della campagna pubblicitaria<br>6. Selezionare news e informazioni utili alla rappresentazione, riadattandole alle esigenze specifiche dell'immagine progettata<br>7. Trasformare in termini di comunicazione visiva il messaggio dell'impresa/cliente per rispondere ai principi di identificazione |
| **Conoscenze** | 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<br>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<br>3. Elementi di sociologia per l'applicazione delle tecniche di analisi del contesto socio-culturale<br>4. Legislazione della comunicazione per la tutela e la disciplina dei diritti d'autore<br>5. Storia dell'arte e architettura per valutare le scelte di stile delle campagna in relazione alla necessità di eseguire ricostruzioni di ambienti, immagini e rappresentazioni<br>6. Tecniche di analisi di mercato per la conoscenza e la raccolta della informazioni che caratterizzano il contesto di riferimento<br>7. Tecniche di design per la definizione dello stile degli ambienti utilizzati nella campagna pubblicitaria<br>8. Tecniche e metodologie della comunicazione visiva per la gestione dell'immagine e dello stile trasmesso nei diversi contesti sociali |
| **Durata minima di aula (ore)** | |
| **Durata minima tirocinio curriculare (ore)** | |
| **Note (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) |
| **Descrizione della performance da osservare** | Selezionare il mix di canali idonei alla diffusione visiva della campagna sulla base delle specifiche progettuali dell'immagine assegnata |
| **Descrizione breve** | |
| **Abilità** | 1. Controllare la qualità del processo di produzione dell'immagine visiva nell'ambito dello strumento rappresentativo scelto<br>2. Effettuare l'analisi del target e del posizionamento in relazione ai canali della comunicazione visiva ad esso interessati<br>3. Scegliere fra differenti tecniche illustrative la più adeguata per la realizzazione del prodotto commissionato<br>4. Valutare le caratteristiche riproduttive delle produzioni visive tradizionali e moderne in funzione delle caratteristiche dell'immagine progettata |
| **Conoscenze** | 1. Tecniche di valutazione comparativa dei differenti strumenti e mezzi di comunicazione per valutare economicamente le scelte del mix ottimale<br>2. 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 destinazione<br>3. Elementi di sociologia per la valutazione dell'impatto dei diversi canali visivi<br>4. Normativa dei diritti d'autore per la tutela della proprietà intellettuale nei rispettivi canali di comunicazione visiva<br>5. Strumenti di produzione multimediale per valutare e misurare l'impatto del messaggio visivo del canale web<br>6. Tecnologie delle produzioni visive tradizionali e moderne per valutare le funzionalità di rappresentazione e di impatto visivo<br>7. Teoria e tecnica della comunicazione di massa per la misurazione della diffusione dell'immagine in specifici contesti |
| **Durata minima di aula (ore)** | |
| **Durata minima tirocinio curriculare (ore)** | |
| **Note (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) |
| **Descrizione della performance da osservare** | Creare una serie di proposte di stile e d'immagine della campagna pubblicitaria rispondenti alla strategia di marketing indicata dal Committente |
| **Descrizione breve** | |
| **Abilità** | 1. Definire il piano economico e i tempi per la realizzazione del progetto rispettando la tempistica concordata con il cliente<br>2. Effettuare la rilevazione dei dati necessari per la preventivazione<br>3. Fornire le indicazioni sul materiale da utilizzare/produrre per la gestione dell'immagine fotografica<br>4. Impostare le diverse soluzioni per la proposta, attraverso la realizzazione di bozze e schizzi<br>5. Presentare schemi esecutivi che forniscano tutte le indicazioni utili per la riproduzione, sia con tecniche manuali, sia utilizzando sistemi di computer grafica<br>6. Realizzare il layout di presentazione relativo alla proposta scelta<br>7. Realizzare il mock-up per il packaging per qualsiasi tipo di intervento scenografico o decorativo finalizzato all'ambientazione di eventi, set cinematografici e fotografici<br>8. Realizzare una sequenza ordinata e ritmata secondo i tempi previsti, di immagini, testi e commento sonoro legati secondo un'organizzazione cinetica (story board) |
| **Conoscenze** | 1. Disegno grafico professionale per la produzione di illustrazioni<br>2. Metodologie di design della comunicazione multimediale per la produzione grafica, pubblicitaria e web design<br>3. Principi di contabilità gestionale per la valutazione dei costi di produzione<br>4. Principi di controllo di gestione e budgeting per effettuare la preventivazione dei costi e dei tempi di lavoro<br>5. Tecnica fotografica per la produzione e gestione delle immagini riprodotte dalla realtà<br>6. Tecniche di allestimento e decorazione per la presentazione degli spazi e dei locali utilizzati nell'ambito della campagna pubblicitaria<br>7. Tecniche di packaging per l'identificazione dell'immagine di confezionamento e di presentazione del prodotto<br>8. Tecniche di produzione visiva per ottimizzare l'efficacia del messaggio e la percezione nell'ambito del target definito<br>9. Tecniche di scenografica e coreografia per la gestione delle immagini nell'ambito di rappresentazioni video o teatrali<br>10. Tecniche di trattamento digitale video per gestire la produzione dell'immagine sui supporti video |
| **Durata minima di aula (ore)** | |
| **Durata minima tirocinio curriculare (ore)** | |
| **Note (eventuali)** | |